



FENOMENOLOGI LOOKISM PADA MASYARAKAT PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER

Diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi

Anisya Lutfia Kresna Putri

1710411238



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun diujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Anisya Lutfia Kresna Putri

NIM : 1710411238

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Juli 2021

Yang menyatakan


Anisya Lutfia

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Anisya Lutfia Kresna Putri

NIM : 1710411238

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Fenomenologi Lookism Pada Masyarakat Pengguna Media Sosial Twitter

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Mengetahui dan Menyetujui

Pembimbing Skripsi I



(Dr. Retno D. Kusumastuti, M.Si)
M.Si)

Pembimbing Skripsi II



(Irpan Ripa'I Sutowo,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



(Maria Febiana Christanti, M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 27 Juli 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan saya rahmat dan berkat-Nya diberikan kelancaran dan menjadikan penulis sebagai pribadi yang pantang menyerah sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tujuan dalam penyusunan skripsi ini dengan maksud sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata satu Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moral maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Orang tua, adik-adik dan keluarga penulis yang selalu ada disamping penulis untuk memberi dukungan dan rasa nyaman di setiap waktu, yang berkat doa dan restunya maka penulis dapat menyelesaikan setiap mata kuliah hingga penyusunan skripsi dengan baik dan lancar. Tanpa kalian semua penulis tidak akan bertahan sampai detik ini.
2. Dr. R. Dudy Heryadi, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Veteran Jakarta.
3. Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si, Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jakarta.
4. Dr. Retno D. Kusumastuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah memberikan masukan dan bimbingan dalam selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
5. Irpan Ripa’I Sutowo, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang juga telah memberikan masukan dan bimbingan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Rut Rismanta Silalahi, M.Si selaku Dosen Ilmu Komunikasi FISIP UPNVJ yang juga ikut berperan dalam memberi masukan, dukungan, serta kritik yang membangun pada proses penyusunan skripsi ini.

7. Drs. Aan Setiadarma, M.Si sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah senantiasa memberikan bimbingan dan arahan di setiap pergantian semester.
8. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPNVJ yang telah memberikan ilmu dan motivasi yang luar biasa kepada penulis. Dan jajaran Tata Usaha FISIP UPNVJ yang telah membantu peneliti dalam urusan akademis maupun organisasi.
9. Informan penelitian, yang telah bersedia melonggarkan waktunya untuk diwawancara dan memberikan informasi demi lancarnya penelitian skripsi ini.
10. Sahabat seperjuangan, yaitu Hanifah Syaikhah, Vira Yunita, Rahfalia Zaenh, Mutiara Salma, Dwika Fajri, Esa Pratiwi, dan yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang turut mewarnai kehidupan perkuliahan dan memberikan canda sejak semester awal hingga bersama-sama melewati suka dan duka penyusunan skripsi di semester akhir. Bersama kalian hal yang berat dan sulit untuk dilalui menjadi hal yang menyenangkan.
11. Sahabat sepermainan, yaitu Ardilla dan Adinda yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan psikis, memberikan motivasi dan memberikan penulis kepercayaan diri, selama proses penyusunan. Terimakasih pula kepada Nini Winslet, yang sudah selalu mengingatkan penulis akan pahitnya kehidupan, sehingga penulis sangat termotivasi.
12. Terimakasih kepada NCT Dream dan NCT 2020, yang selalu penulis jadikan tempat *healing* dalam melepas penat, khususnya kepada Donghyuck, Nana, dan Jen0. Karena semangat dan energi positif yang kalian berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat pada waktunya. Terimakasih sudah meemani dimasa-masa tersulit yang penulis lalui.
13. Serta rekan-rekan Ilmu Komunikasi 2017 dan teman-teman bimbingan skripsi Ibu Retnoh Dyah yang turut memberi dukungan pada perjalanan akademis penulis hingga bisa menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih sudah melalui hal yang melelahkan ini bersama-sama

14. Terakhir, terimakasih kepada diri penulis sendiri. Caca, kamu hebat.

Terimakasih sudah mau bertahan dan tidak menyerah, terimakasih sudah mengikuti kata hati dan keyakinan mu kalau kamu bisa melalui semua ini.

Terimakasih sudah memberikan yang terbaik. U did well, ca.

Akhir kata saya tutup, skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Namun tentu saja dibalik itu semua, masih terdapat kekurangan, karena itu izinkan peneliti untuk memohon maaf dan pengertiannya. Skripsi ini peneliti harapkan dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat bermanfaat bagi masyarakat luas.

Jakarta, 10 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Anisya Lutfia', written in a cursive style.

Anisya Lutfia

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisya Lutfia Kresna Putri
NIM : 1710411238
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

**“Fenomenologi Lookism Pada Masyarakat Pengguna Media Sosial
Twitter”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 10 Juli 2021

Yang menyatakan,



Anisya Lutfia

FENOMENOLOGI LOOKISM PADA MASYARAKAT PENGGUNA MEDIA SOSIAL TWITTER

Anisya Lutfia K Putri

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

anisyalutfiap@gmail.com

ABSTRAK

Membahas isu-isu sosial melalui media sosial Twitter sudah menjadi hal yang lumrah, salah satu nya kemunculan fenomena Lookism di masyarakat. Fenomena Lookism begitu viral dan hangat diperbincangkan. Fenomena Lookism pertama kali dibahas melalui media sosial Twitter dengan kasus yang menyangkut perbedaan perlakuan kasus narkoba Jefri Nichol dan Ibnu Rahim, atau kasus yang menimpa Zara ex-JKT48 dan youtuber Kekeyi. Akibat fenomena Lookism tersebut banyak orang-orang yang menyuarakan yang mereka rasakan. Mereka membagikan opini serta pengalamannya sebagai orang-orang yang tidak memenuhi standar keindahan di masyarakat. Berdasarkan pengalaman yang mereka bagikan, banyak yang membicarakan adanya perlakuan istimewa yang didapatkan oleh orang yang memiliki rupa yang menawan. Hal tersebut dikarenakan daya tarik fisik merupakan kualitas penampilan yang paling banyak mendapatkan perhatian dalam penelitian tentang kesan wajah, yang disebut dengan ‘attractiveness halo’ yaitu orang dengan wajah lebih menarik dinilai lebih positif yang disertai dengan perlakuan istimewa terhadap orang-orang yang menarik (Zebrowitz, 2008). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi guna mengkaji lebih dalam mengenai fenomena Lookism berdasarkan pengalaman masyarakat pengguna Twitter. Data penelitian diperoleh melalui proses observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan pada tujuh pengguna Twitter yang memiliki pengalaman terhadap fenomena Lookism. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadinya Fenomena Lookism dan menyebabkan terjadinya diskriminasi penampilan yang dirasakan oleh orang-orang yang tidak memenuhi standar keindahan yang disebut sebagai masyarakat “tidak good looking”. Diskriminasi tersebut mengacu kepada aspek sosial dan pekerjaan yang menyebabkan dampak secara psikologis dan sosial. Secara psikologi berdasarkan pernyataan dari para informan menimbulkan turunya tingkat kepercayaan diri, mengalami *insecure*, dan menjadikan dirinya selalu menyalahkan diri sendiri atau *self blaming* dan trauma. Lalu dampak secara sosial yaitu mempengaruhi berkurangnya relasi sosial yang dialami.

Kata kunci: Fenomena, Lookism, Diskriminasi Penampilan, Media Sosial, Twitter

THE PHENOMENOLOGY OF LOOKISM ON TWITTER SOCIAL MEDIA USER

Anisya Lutfia K Putri

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

anisyalutfiap@gmail.com

ABSTRACT

Discussing social issues through social media on twitter has become commonplace, as one has emerged from the lookism phenomenon in society. The lookism phenomenon is viral and is being hot topic. The lookism phenomenon was first discussed via social media on twitter in differences in treatment of the drug case Jefri Nichol dan Ibnu Rahim, or in Zara's (ex-JKT48) case and Youtuber Kekeyi. The lookism phenomenon has caused many people to speak for the effect of that. They share their opinions and experiences as people who unqualified the beauty standards. Based on the experience they share, many talk about preferential treatment received by a person with a good appearance. That's because physical attractiveness is the most attention given in the research on facial impressions, it was called 'attractiveness hello', that is, people with attractive faces are more positive and accompanied by preferential treatment (Zebrowitz, 2008). This study uses qualitative method with phenomenology approach to examine the lookism phenomenon based on the experiences of people who used Twitter. The research data were obtained through observation and deep interviews conducted on seven twitter users have had an experience with the lookism phenomenon. The research findings showed that the phenomenon of lookism has resulted in discrimination of the appearance felt by people who unqualified the beauty standards called "no good looking". It refers to social and occupational aspects that cause psychological and social impact. That discrimination referring to the social and occupational aspects that cause psychological and social impact. Psychologically impact based on statements from the informants caused a low level of confidence, developed self-esteem (insecure), made self blaming and trauma. And the social impact of affecting the reduced social social networks.

Keywords: *Phenomena, Lookism, Discrimination of Appearance, Social Media, Twitter*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISIONALITAS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Signifikansi Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Akademis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	27
2.2.1 Media Sosial Twitter.....	27
2.2.2 <i>Lookism</i> dan Penampilan Ideal.....	31
2.2.3 Diskriminasi	36
2.2.4 Interaksonisme Simbolik.....	37
2.2.4.1 Dasar Interaksonisme Simbolik.....	38
2.3 Kerangka Berpikir	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Metode Penelitian	42
3.2 Metode Pengumpulan Data	44
3.3 Penentuan Informan	47
3.4 Teknik Analisis Data	49
3.5 Teknik Keabsahan Data	51
3.6 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Deskripsi Subjek Penelitian	53
4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	62
4.2.1 Makna Fenomena Lookism di Masyarakat	64
4.2.2 Pengalaman Fenomena Lookism.....	90
4.3 Pembahasan.....	118
4.3.1 Pemaknaan Fenomena Lookism di Masyarakat	119
4.3.2 Pengalaman terhadap Fenomena Lookism	126
4.3.3 Simbol Keindahan sebagai Makna dalam Berinteraksi)	132
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	136
5.1 Kesimpulan.....	136
5.2 Saran	138
DAFTAR PUSTAKA	139
DAFTAR LAMPIRAN	144

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 – Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.2 – Kerangka Berpikir	47
Tabel 3.1 – Susunan Kegiatan Penelitian	52
Tabel 4.1 – Simbol-simbol standar keindahan.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 – Opini dan pengalaman Twitter.....	3
Gambar 1.2 – Kasus Ardhito dan Jefri Nichol dalam <i>Beauty Privilege</i>	5
Gambar 1.3 – Tweet Jefri Nichol yang mengundang kontroversi	6
Gambar 1.4 – Perbedaan headline pemberitaan Jefri Nichol dan Ibnu Rahim	7
Gambar 1.5 – Perbedaan komentar warganet	7
Gambar 1.6 – Artikel kasus Zara dan Kekeyi.....	8
Gambar 4.1 – Profil auto base @bertanyarl.....	54
Gambar 4.2 – Pengalaman informan VY	56
Gambar 4.3 – Pengalaman informan SW	57
Gambar 4.4 – Pengalaman informan NQ	58
Gambar 4.5 – Pengalaman informan SA	59
Gambar 4.6 – Pengalaman informan ER	60
Gambar 4.7 – Pengalaman informan MS	61
Gambar 4.8 – Pengalaman informan DT	62
Gambar 4.9 – Ilustrasi Chef Renata dan Tara Basro	85
Gambar 4.10 – Visual Jefri Nichol yang dimaksud informan SW	86
Gambar 4.11 – Visual Dian Sastro dan Chelsea Islan.....	87