

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana wacana *colorism* direproduksi, disebarkan, dan dinegosiasikan melalui penggunaan istilah “aura magrib” dalam konten TikTok di Indonesia. Berdasarkan analisis tiga dimensi Norman Fairclough, penelitian ini menemukan bahwa “aura magrib” berfungsi sebagai simbol baru bernuansa diskriminatif yang memperkuat hierarki warna kulit di masyarakat Indonesia.

Pada dimensi teks, ketujuh konten utama menunjukkan bahwa bahasa, visual, audio, dan gaya komunikasi khas TikTok bekerja bersama untuk membuat makna baru terhadap aura magrib. Penggunaan humor, parodi, ironi, bahasa nonformal, gaya jaksel, jedag-jedug, dan metafora religius menjadikan praktik diskriminatif tersebut tampak ringan, padahal secara konsisten merepresentasikan kulit gelap sebagai sesuatu yang inferior. Istilah “aura magrib” juga muncul sebagai identitas baru yang dilekatkan pada individu berkulit gelap, yang dibentuk melalui relasi kuasa antara kreator, subjek, dan audiens.

Pada tahap kedua yaitu praktik diskursif, proses produksi, distribusi, dan konsumsi sangat dipengaruhi oleh ekosistem TikTok. Produksi konten “aura magrib” banyak mengikuti selera humor kolektif, internalisasi bias kecantikan, dan dorongan *engagement*. Distribusinya bergantung pada algoritma FYP yang menilai konten berpotensi viral berdasarkan interaksi. Hal ini membuat konten *colorism* lebih mudah terangkat, baik dari kreator besar maupun akun kecil. Penyebaran wacana semakin meluas melalui *hashtag*, *stitch*, serta replikasi kreatif yang kemudian mengalir ke platform lain seperti Twitter, Instagram, YouTube, dan Facebook. Pada tahap konsumsi, pengguna menunjukkan respon yang beragam: ada yang menormalisasi ejekan, merendahkan diri sendiri, memanfaatkan istilah tersebut untuk kampanye

komersial, dan ada pula kelompok yang menolak melalui wacana tandingan, kritik edukatif, dan pembalikan makna.

Pada dimensi praktik sosial-budaya, penelitian menunjukkan bahwa wacana “aura magrib” berkaitan erat dengan sejarah *colorism* di Indonesia, bias gender, dan pengaruh media populer. Akar kolonialisme dan hegemoni budaya global mempertahankan anggapan bahwa kulit cerah adalah standar ideal. Bias gender membuat perempuan lebih rentan terhadap stereotip dan tekanan sosial terkait warna kulit. Media massa, industri kecantikan, *Hallyu (Korean Wave)*, serta iklan pemutih turut berperan dalam melanggengkan standar kecantikan yang berorientasi pada warna kulit cerah. Di sisi lain, munculnya kampanye inklusivitas dan representasi kulit gelap (termasuk *counter public* di TikTok) menunjukkan adanya upaya resistensi yang berkembang, meskipun intensitasnya belum cukup kuat untuk menggantikan wacana dominan.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa “aura magrib” adalah ungkapan kontemporer dari *colorism* yang dikemas melalui humor dan tren TikTok, namun tetap memperlihatkan adanya struktur sosial yang menempatkan warna kulit gelap dalam posisi subordinat. TikTok berperan sebagai ruang digital yang mempercepat reproduksi maupun resistensi terhadap wacana tersebut, sehingga *colorism* tidak hanya hidup dalam interaksi tatap muka, tetapi berkembang melalui algoritma, budaya populer, dan kreativitas pengguna di berbagai platform digital.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan proses penelitian dan temuan yang diperoleh, beberapa saran akademis yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian berikutnya adalah:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan metode wawancara atau FGD dengan kreator maupun audiens TikTok untuk menggali pengalaman langsung tentang *colorism* dan pemaknaan terhadap istilah “aura magrib”.

2. Analisis dapat diperluas ke platform lain seperti Instagram, YouTube, atau Twitter untuk melihat bagaimana wacana *colorism* mengalami rekontekstualisasi antar-platform.
3. Penelitian dapat mengkaji lebih dalam variasi sosial budaya, seperti perbedaan gender, kelas sosial, atau wilayah urban-rural, untuk memahami bagaimana pengalaman terhadap *colorism* berbeda pada masing-masing kelompok.
4. Penggunaan metode kuantitatif seperti analisis komentar dalam jumlah besar dapat memperkuat pola-pola penerimaan atau resistensi terhadap istilah “aura magrib” di ruang digital.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis ditujukan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam interaksi digital, khususnya kreator dan pengguna TikTok, agar lebih peka terhadap dampak wacana *colorism* yang muncul dari penggunaan istilah “aura magrib”.

1. Kreator dan pengguna TikTok diharapkan dapat lebih mempertimbangkan dampak penggunaan istilah yang berpotensi diskriminatif, termasuk “aura magrib”, dan menghindari normalisasi humor yang merugikan individu berkulit gelap.
2. Pengguna media sosial perlu meningkatkan literasi digital terkait bias warna kulit agar tidak ikut memperkuat stereotip yang menekan kelompok tertentu. Konten edukatif atau *counter discourse* dapat didorong sebagai alternatif untuk membangun ruang digital yang lebih inklusif.
3. Industri kecantikan dan merek yang melakukan kampanye di TikTok disarankan untuk tidak memanfaatkan istilah “aura magrib” sebagai materi pemasaran, serta lebih fokus pada kampanye keberagaman warna kulit yang sehat dan inklusif.