



# Resepsi Generasi Z terhadap *Beauty Privilege* dalam Konten *People Reaction* “Roro Jonggrang” pada Akun Tiktok @Darasarasvati

Mutiara Kalyaveda<sup>1</sup>, Herlina Suksmawati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

E-mail: [20043010102@student.upnjatim.ac.id](mailto:20043010102@student.upnjatim.ac.id), [herlina\\_suksmawati.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:herlina_suksmawati.ilkom@upnjatim.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-05-07 Revised: 2024-06-27 Published: 2024-07-01  <b>Keywords:</b> <i>Reception Analysis;</i> <i>Beauty Privilege;</i> <i>TikTokContent.</i>	This research aims to find out how generation Z responds to the concept of beauty privilege which is displayed in the people reaction content. This research uses qualitative research methods and uses reception analysis with the encoding-decoding theory by Stuart Hall. The number of informants in this research was 10 people. The data collection techniques used by researchers are interviews and documentation. The results of this research show that each informant has a different reception. The reception was based on the informants' different backgrounds in terms of education, age, gender, work and social. From the results of interviews conducted by researchers, it was found that 3 informants fell into the Dominant Hegemonic position category. Then 5 informants fell into the Negotiation position category. Meanwhile, the other 2 informants fell into the Opposition position category.
Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-05-07 Direvisi: 2024-06-27 Dipublikasi: 2024-07-01  <b>Kata kunci:</b> <i>Analisis Resepsi;</i> <i>Beauty Privilege;</i> <i>Konten TikTok.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana resepsi generasi Z terhadap konsep <i>beauty privilege</i> yang ditampilkan pada konten <i>people reaction</i> tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan menggunakan analisis resepsi dengan teori encoding-decoding oleh Stuart Hall. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 10 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap informan memiliki resepsi yang berbeda-beda. Resepsi tersebut berdasarkan latar belakang informan yang berbeda-beda baik dari segi pendidikan, usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan sosial. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa 3 informan masuk ke dalam kategori posisi Dominan Hegemoni. Kemudian 5 informan masuk ke dalam kategori posisi Negosiasi. Sedangkan 2 informan lainnya masuk ke dalam kategori posisi Oposisi.

## I. PENDAHULUAN

Media sosial TikTok menjadi salah satu media yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat ini. Melalui media informasi dan hiburan terkini dari konten yang FYP (*For Your Page*) atau viral. Salah satu konten TikTok viral baru-baru ini adalah konten *people reaction* “Roro Jonggrang” yang dibuat oleh *content creator* TikTok muda perempuan asal Indonesia bernama Dara Sarasvati. Konten tersebut awalnya diunggah pada akhir bulan Desember 2023 kemudian viral hingga ditonton jutaan masyarakat.

Viralnya konten *people reaction* “Roro Jonggrang” yang dibuat oleh Dara Sarasvati juga menimbulkan kontroversi di media sosial khususnya TikTok. Peneliti melihat dalam kolom komentar konten tersebut bahwa beberapa orang merasa Dara Sarasvati menjadi pusat perhatian karena dirinya cantik. Beberapa orang justru fokus pada kecantikannya bukan pada kostum budaya “Roro Jonggrang” yang sedang digunakan oleh Dara Sarasvati. Dalam video konten *people*

*reaction* tersebut, Dara Sarasvati tampak hanya jalan di kawasan Candi Prambanan dengan menggunakan kostum berwarna merah seperti Roro Jonggrang tanpa memperkenalkan secara detail mengenai budaya Indonesia kepada wisatawan atau pengunjung disana. Hal tersebut, tentu menghasilkan resepsi atau penerimaan audiens yang berbeda-beda.



**Gambar 1.** Konten *People Reaction* “Roro Jonggrang” di TikTok @darasarasvati

Profesinya sebagai *content creator* TikTok, Dara Sarasvati tidak hanya sekadar membuat konten *people reaction* biasa. Dara memiliki tujuan untuk mengusung tema budaya setiap membuat konten. Dara menyampaikan tujuan pelestarian budaya tersebut melalui kolaborasinya bersama Wonderful Indonesia. Dara menggunakan pakaian adat sesuai tokoh legenda yang berasal dari suatu daerah tempat pembuatan kontennya seperti pada konten *people reaction* "Roro Jonggrang" di Candi Prambanan. Dalam konten tersebut, Dara terlihat senang dapat berbagi keindahan budaya Indonesia melalui kostum-kostum tradisional yang dikenakannya karena dapat mengangkat eksistensi pakaian adat dari suatu daerah. Hal tersebut tentu berdampak baik dan dapat menjadi panutan bagi generasi muda saat ini yang sudah mulai kebarat-baratan. Namun, realitanya pada konten tersebut menghasilkan respon pengguna TikTok yang berbeda-beda. Kecenderungan pengguna TikTok yang melihat konten *people reaction* tersebut justru fokus pada kecantikan atau *beauty privilege* yang dipunyai oleh Dara Sarasvati.

*Beauty Privilege* atau keistimewaan kecantikan dapat dianggap penting jika seseorang mempunyai kemungkinan untuk menjadi cantik alami atau tidak dan memberikan pengaruh positif terhadap kehidupannya (B et al., 2023). Jika seseorang tertarik pada aspek penampilan, orang lain akan menganggapnya istimewa. Sebaliknya, orang yang kurang menarik biasanya dianggap kurang istimewa dan kurang disukai. Tersebabnya fenomena *beauty privilege* tersebut menarik bagi peneliti untuk diteliti lebih lanjut.

Menurut studi (ZAP Beauty Index, 2024), sebanyak 96,2 persen wanita Gen X, Milenial, dan Gen Z percaya bahwa wanita yang dianggap cantik memiliki hidup yang lebih bahagia. Kebahagiaan yang dipermasalahkan di sini adalah diperlakukan lebih baik oleh orang-orang di sekitar Anda, lebih mudah menemukan pasangan, dan persyaratan klasik dalam lowongan pekerjaan seperti "berpenampilan menarik" selalu dapat diprioritaskan. *Beauty privilege* ini ketika penampilan fisik dihargai dan daya tarik sangat dihargai. Hal tersebut berbanding terbalik jika memiliki fisik yang tidak menarik. Fenomena *beauty privilege* ini lumrah di masyarakat dapat terjadi pada semua orang dari semua kalangan, terutama para generasi Z.

Penelitian ini akan berfokus pada Generasi Z, yang secara demografis merupakan kelompok orang setelah Generasi X. Generasi X adalah

kelompok orang yang lahir dari pertengahan tahun 1990 hingga awal tahun 2000-an. Generasi Z dianggap sebagai generasi yang mengenal internet dan teknologi dengan baik, ahli di bidang digitalisasi yang membedakan dengan generasi sebelumnya (Christiani & Ikasari, 2020). Generasi Z menjadi generasi yang paling banyak menggunakan TikTok untuk mencari informasi. Menurut sumber data dari Jakpat (Widi, 2023), sebanyak 24% responden dari generasi Z yang lahir pada tahun 1997-2012 menggunakan TikTok untuk mencari informasi.

Peneliti memilih teori analisis resepsi *encoding-decoding* Stuart Hall. Stuart Hall (dalam Adriyana et al., 2018) mencatat bahwa pesan yang dihasilkan oleh komunikator dan pesan yang diterima tidak selalu simetris. Hal ini dikarenakan pesan yang dibuat (*encoding*) dan diterima (*decoding*) oleh media tidak selalu mempunyai makna yang sama. Dengan demikian, analisis resepsi dapat membantu penelitian memahami mengapa khalayak memahami pesan dengan cara yang berbeda. Peneliti menggunakan analisis resepsi Stuart Hall untuk menganalisis bagaimana Generasi Z menerima dan menafsirkan pesan TikTok @darasarasvati tentang *beauty privilege*. Kriteria generasi Z yang dipilih oleh peneliti juga berdasarkan latar belakang yang berbeda-beda yaitu seperti latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan sosial. Menurut Stuart Hall, peneliti mengklasifikasikan audiens ke dalam tiga kemungkinan posisi, yaitu: (1) posisi hegemonik dominan, (2) posisi negosiasi, (3) posisi oposisi berdasarkan informasi tentang penerimaan dan makna konten yang diunggah dalam TikTok tersebut (Fauzi, 2022).

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif ini merupakan penelitian yang secara nyata menjelaskan apa yang mungkin terjadi pada suatu pemandangan, bidang atau area tertentu (Arikunto, 2020). Pada penelitian ini, peneliti melakukan studi deskriptif untuk dapat menggambarkan mengenai analisis resepsi atau penerimaan generasi Z terhadap *beauty privilege* yang ditampilkan oleh Dara Sarasvati dalam konten *people reaction* di TikTok.

Subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berusia 12-27 tahun dan merupakan Warga Negara Indonesia. Peneliti memilih generasi Z sebagai subjek penelitian dikarenakan generasi Z sebagai generasi yang paling banyak menggunakan media sosial TikTok untuk mencari

informasi. Objek penelitian ini adalah resepsi generasi Z terhadap *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok @darasarasvati. Peneliti memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan. Peneliti menentukan pengambilan informan yang memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Generasi Z (usia 12-27 tahun) dan merupakan Warga Negara Indonesia Jenis kelamin laki-laki maupun perempuan
2. Sebagai followers akun TikTok @darasarasvati
3. Telah menonton konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok@darasarasvati
4. Telah melakukan interaksi berupa *like* dan komentar pada konten *people reaction* Roro Jonggrang di TikTok @darasarasvati

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *screening question* berupa *google form* yang dibagikan secara daring di media sosial dan melakukan *direct message* secara langsung kepada calon informan yang diambil dari kolom komentar pada konten *people reaction* Roro Jonggrang pada TikTok @darasarasvati. *Screening question* ini berisi data diri dari calon informan dan pertanyaan dasar mengenai topik penelitian. Melalui *screening question* ini, peneliti dapat menyaring informan sesuai kriteria peneliti. Selain itu, dengan menggunakan *screening question* peneliti mendapatkan informan dengan latar belakang yang lebih bervariasi.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan survei pendahuluan untuk mengetahui permasalahan yang akan diteliti dan ketika peneliti ingin mengetahui sesuatu secara lebih detail dari responden serta jumlah respondennya kecil atau sedikit (Sugiyono, 2020). Dokumentasi diperlukan untuk menunjang pengumpulan data dari teknik wawancara seperti rekaman audio maupun video yang memungkinkan terekamnya percakapan atau gambar selama aktivitas wawancara berlangsung.

Peneliti menggunakan teknik analisis data *interactive mode* dari Miles dan Huberman (dalam Sugiyono,2013) yang mengatakan bahwa aktivitas dalam analisis data terdapat 3 kategori yaitu *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data), dan *conclusion* (kesimpulan). Peneliti melakukan reduksi data dengan mengklasifikasi dan mengkategorikan dari hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan

dengan informan. Setelah reduksi data, peneliti melakukan penyajian data dengan berupa teks deskripsi yang bersifat naratif. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dari hasil wawancara mengenai bagaimana resepsi generasi Z terhadap *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok @darasarasvati yang dikategorikan dalam 3 posisi yaitu dominan hegemonis, negosiasi, dan oposisi.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati pada awalnya menampilkan Dara Sarasvati yang sedang menggunakan kostum kebaya seperti tokoh legenda Roro Jonggrang. Dara Sarasvati tampak anggun dan cantik berjalan di tengah keramaian kawasan Candi Prambanan. Tujuan Dara Sarasvati membuat konten *people reaction* tersebut adalah untuk dapat memperkenalkan dan melestarikan budaya Indonesia. Namun, realitanya pada konten *people reaction* tersebut menghasilkan respon audiens dan pengguna TikTok yang berbeda-beda.

Kecenderungan pengguna TikTok lebih fokus terhadap kecantikan yang dimiliki oleh Dara Sarasvati. Peneliti ingin mengetahui pemaknaan para informan mengenai *beauty privilege* yang ditampilkan oleh Dara Sarasvati pada konten *people reaction* "Roro Jonggrang" di TikTok. Setiap informan memiliki pemaknaan atau interpretasinya masing-masing dalam menerima konsep *beauty privilege* pada konten tersebut.



Gambar 2. Cuplikan Konten *People Reaction* diTikTok @Darasarasvati

#### Informan 1

"Iya, setuju mengandung *beauty privilege* sih menurut saya, memang sih Dara ini berpenampilan menarik jadi *privilege* nya itu

membuat orang-orang yang melihat itu kayak tertarik gitu. Menurut saya sih wajar kalau Dara sebagai content creator memanfaatkan kecantikannya, karena si Dara kan berparas menarik, jadi menurut saya ya oke-oke aja sih. Menurut saya faktor beauty privilege di konten itu sih dari penampilan sama paras.”

### Informan 3

“Menurut aku sih, setuju mengandung beauty privilege karena Dara ini terlihat cantik dan terlihat berbeda dari orang lainnya contohnya menggunakan kostum dan make up yang bikin kita jadi atensi sama Dara, jadi banyak orang tuh yang menaruh atensi nya ke Dara. Menurutku sih, itu sah-sah aja ya kalau dia sebagai content creator memanfaatkan kecantikannya karena itu juga merupakan daya tarik yang dia punya. Menurutku faktor beauty privilege dalam konten itu dari daya tarik penampilannya.”

### Informan 10

“Setuju banget, justru menurutku itu sangat menunjukkan beauty privilege sih karena sebagai audiens kita sangat nangkap kalau yang ditonjolkan itu kecantikannya terus kita juga bisa lihat dari komentar-komentar turis di video kalau memuji Dara pretty dan di kolom komen juga banyak yang bilang kalau Dara itu cantik. Menurut saya pribadi ya dengan pakai outfit yang sama tapi orang yang memakai outfit itu berbeda, tidak secantik Dara, itu tidak akan mendapatkan atensi yang seperti itu dari orang-orang sekitar. Kalau menurut saya ya gapapa sih kalau Dara ini memanfaatkan keuntungannya yaitu kecantikannya dalam membuat konten, lanjutkan aja karena nggak semua orang bisa secantik Dara, nggak semua orang bisa se percaya diri Dara, jadi menurut saya itu hal yang positif juga. Faktor beauty privilege di konten itu menurut saya dari penampilannya, make up nya, dan mungkin dari cara Dara itu berinteraksi dengan orang-orang disekitarnya yang dia terlihat anggun.”

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, informan 1, 3, dan 10 setuju dengan konsep beauty privilege yang ditampilkan pada konten people reaction “Roro Jonggrang” tersebut. Ketiga informan tersebut menyebutkan bahwa Dara Sarasvati dalam konten people reaction “Roro Jonggrang” terlihat cantik, didukung pula dengan kostum

dan make up yang dipakai membuat audiens memberikan perhatian atau atensi lebih kepada Dara Sarasvati. Ketiga informan tersebut juga berpendapat positif mengenai Dara Sarasvati sebagai content creator yang memanfaatkan kecantikan atau beauty privileginya, mereka beranggapan bahwa kecantikan yang dimiliki oleh Dara Sarasvati sebagai daya tarik karena tidak semua orang dapat percaya diri dengan penampilan yang dimiliki. Informan 1, 3, dan 10 sepakat bahwa faktor adanya beauty privilege dalam konten people reaction “Roro Jonggrang” tersebut adalah penampilan menarik yang dimiliki oleh Dara Sarasvati.

### Informan 2

“Iya sih ada unsur beauty privilege, soalnya kan kalau beberapa orang yang ngelihat Dara waktu lagi bikin konten itu, selain karena baju atau kostum nya dia beda, mungkin juga karena penampilannya menarik. Bisa dibilang kecantikannya itu menguntungkan juga karena akhirnya Dara bisa bikin konten dari privilege yang dia miliki. Sebenarnya balik lagi sih kan Dara basic nya content creator ya, brarti kan dia memang harus mencari perhatian, apalagi konten yang Dara buat kan people reaction berarti kan gimana caranya dia bikin sesuatu yang buat orang-orang jadi tertarik sama dia. Nah disini, Dara menggunakan beauty privilege atau penampilannya untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Faktor beauty privilege menurutku sih karena dari penampilannya Dara secara keseluruhan itu menarik. Itu yang bikin orang-orang jadi tertarik lihat Dara.”

### Informan 4

“Menurut saya sendiri iya saya setuju ada unsur beauty privilege tetapi Dara juga ingin bertujuan untuk memperkenalkan budaya Indonesia karena kostum yang dipakainya menggambarkan tokoh Roro Jonggrang. Beauty privilege yang ditampilkan di konten itu ya dari parasnya yang cantik, postur tubuh yang bagus, dan pakaiannya menarik jadi orang-orang beranggapan kalau Dara yang menggunakan kostum tersebut terlihat lebih cantik. Menurut saya sendiri si Dara ini mempunyai ciri khas sih kak, karena dia terlihat cantik menggunakan baju apapun. Faktornya paras dan kecantikannya itu sih kak karena semua orang hanya memandangi kecantikannya saja.”

### Informan 5

"Setuju, karena Dara cantik tetapi dia juga memperkenalkan budaya Indonesia. Mungkin dari konten tersebut, orang-orang jadi menganggap bahwa Dara itu cantik jadi menggambarkan *beauty privilege* seperti yang aku pahami dari kecantikan dan penampilannya. Kalau dari pendapat saya sih setuju-setuju aja dia sebagai content creator memanfaatkan kecantikannya, karena dia memperkenalkan budaya Indonesia sekaligus ada unsur ceritanya juga, karena aku juga sebagai content creator relate banget dan suka sama kontennya. Faktornya dari penampilan dan visualnya sih."

### Informan 7

"Setuju, karena Dara cantik tetapi dia juga memperkenalkan budaya Indonesia. Pendapat saya sih karena Dara kan cantik, jadi keuntungan atau *privilege* nya Dara sebagai orang cantik ditampilkan dalam konten tersebut. Pendapatku sih positif aja sebagai content creator dia memanfaatkan kecantikannya, udah si Dara nya cantik, udah gitu dia juga mau memperkenalkan budaya Indonesia, karena kan content creator pada umumnya ngga kayak gitu. Faktornya karena Dara nya cantik, putih, tinggi, hidungnya mancung, pokonya yang bener-bener diartikan banget seperti *beauty privilege*."

### Informan 8

"Masih bimbang sih, tapi aslinya waktu ngelihat konten itu memang ada *beauty privilege*, soalnya pas aku lihat itu kayak wow cantik banget gitu. Kalau menurutku itu harus diimbangi, kalau tujuannya menyajikan daya tarik, ya *beauty privilege* itu mendukung adanya tujuan itu sendiri. Cukup menarik sih *beauty privilege* ini, karna memang dari konten itu yang saya lihat meningkatkan daya tarik, jadi *beauty privilege* itu cocok. Menurutku cukup menarik, karena jenis kontennya itu kan bukan cuma yang memberikan edukasi, tapi menampilkan daya tarik sesuatu, jadi compare dengan kecantikannya Dara. Faktornya karena stigma yang ada di masyarakat Indonesia sih, karna Dara ini kan cantik, putih, mulus jadi yang bikin orang-orang berpikir ada *beauty privilege*."

Berbeda dengan informan 2, 4, 5, 7, dan 8 bahwa mereka setuju dengan konsep *beauty*

*privilege* yang ditampilkan dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati. Namun, mereka memiliki beberapa pertimbangan tersendiri berdasarkan pemahaman mereka. Kelima informan tersebut berpendapat bahwa mereka setuju dengan adanya *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang". Kelima informan tersebut menyebutkan bahwa *beauty privilege* yang ditampilkan oleh Dara Sarasvati adalah paras yang cantik, postur tubuh yang bagus, dan kostum yang menarik. Namun, mereka memiliki pertimbangan lain bahwa konten *people reaction* tersebut tidak hanya menampilkan unsur *beauty privilege* saja tetapi juga untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Informan 2, 4, 5, 7, dan 8 memiliki kemiripan jawaban bahwa faktor adanya *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" tersebut adalah penampilan dan kecantikan yang dimiliki oleh Dara Sarasvati.

### Informan 6

"Menurutku engga sih, kayaknya Dara lebih memperkenalkan baju-baju adat aja sih daripada *beauty privilege*nya. Kalau aku sih lebih fokus ke baju nya, mungkin cantik nya mah bonus aja, karena kan niatnya ya memperkenalkan budaya Indonesia."

### Informan 9

"Kalau *beauty privilege* saya rasa tidak ya, yang saya lihat lebih memperkenalkan budaya Indonesia karena itu paras alami dari Dara Sarasvati."

Informan 6 dan 9 memiliki pendapat yang paling berbeda dengan informan lainnya. Kedua informan tersebut menyebutkan bahwa mereka tidak setuju dengan adanya *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati. Informan 6 berpendapat bahwa yang menonjol dalam konten tersebut adalah kostum kebaya seperti tokoh legenda Roro Jonggrang yang sedang digunakan oleh Dara Sarasvati untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Sedangkan, informan 9 berpendapat bahwa tidak setuju dengan *beauty privilege* yang ditampilkan karena lebih menonjolkan tujuannya Dara Sarasvati yaitu untuk memperkenalkan budaya Indonesia.

Setelah para informan menjelaskan pendapat mereka terhadap *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati

dapat disimpulkan bahwa terdapat 3 informan yang setuju adanya *beauty privilege* dalam konten tersebut. Selanjutnya, terdapat 5 informan yang setuju adanya *beauty privilege* dalam konten tersebut namun memiliki pertimbangan tersendiri bahwa konten tersebut juga bertujuan untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Sedangkan, terdapat 2 informan yang tidak setuju adanya *beauty privilege* dalam konten tersebut karena lebih terlihat tujuannya yaitu untuk memperkenalkan budaya Indonesia.

## B. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, informan 1, 3, dan 10 setuju dengan konsep *beauty privilege* yang ditampilkan pada konten *people reaction* "Roro Jonggrang" tersebut. Ketiga informan tersebut menyebutkan bahwa Dara Sarasvati dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" terlihat cantik, didukung pula dengan kostum dan *make up* yang dipakai membuat audiens memberikan perhatian atau atensi lebih kepada Dara Sarasvati.

Berbeda dengan informan 2, 4, 5, 7, dan 8 bahwa mereka setuju dengan konsep *beauty privilege* yang ditampilkan dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati. Namun, mereka memiliki beberapa pertimbangan tersendiri berdasarkan pemahaman mereka. Kelima informan tersebut berpendapat bahwa mereka setuju dengan adanya *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" sekaligus konten tersebut bertujuan untuk memperkenalkan budaya Indonesia. *Beauty privilege* yang ditampilkan dalam konten *people reaction* tersebut dari parasnya Dara Sarasvati yang cantik, postur tubuh yang bagus, dan pakaian atau kostumnya menarik. Sedangkan informan 6 dan 9 memiliki pendapat yang paling berbeda dengan informan lainnya. Kedua informan tersebut menyebutkan bahwa mereka tidak setuju dengan adanya *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati. Informan 6 berpendapat bahwa yang menonjol dalam konten tersebut adalah kostum kebaya seperti tokoh legenda Roro Jonggrang yang sedang digunakan oleh Dara Sarasvati untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Sedangkan, informan 9 berpendapat bahwa tidak setuju dengan *beauty privilege* yang ditampilkan karena lebih menonjolkan

tujuannya Dara Sarasvati yaitu untuk memperkenalkan budaya Indonesia.

Kesepuluh informan dalam penelitian ini menyebutkan dua faktor *beauty privilege* yang ditampilkan dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati yaitu penampilan dan kecantikan yang dimiliki oleh Dara Sarasvati. *Beauty privilege* atau hak istimewa kecantikan dapat sangat memengaruhi opini sosial dan membentuk pemikiran masyarakat tentang bagaimana cara mereka memperlakukan seseorang berdasarkan penampilannya (Anartia, 2024). Dara Sarasvati dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" tersebut diperlakukan secara istimewa dan menjadi pusat perhatian karena dirinya cantik dan berpenampilan menarik.

Peneliti telah menguraikan dan melakukan analisis pernyataan-pernyataan dari para informan. Data tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana resepsi generasi Z terhadap *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati. Berdasarkan hasil wawancara, terdapat perbedaan interpretasi dari para informan dalam memaknai konsep *beauty privilege* pada konten *people reaction* "Roro Jonggrang" di TikTok Dara Sarasvati. Perbedaan interpretasi tersebut disebabkan oleh latar belakang informan masing-masing.

Menurut Jensen (dalam Amelia et al., 2022), analisis resepsi merupakan analisis *preferred reading* dari teks dengan menggunakan analisis isi untuk mengetahui pesan yang disampaikan oleh pembuat pesan. Pesan media merupakan kombinasi dari banyak tanda kompleks yang berbeda, yang telah mengidentifikasi bacaan yang disukai atau *preferred reading* namun selalu mampu diterima dengan cara yang berbeda dari pesan yang dikirimkan. Peneliti menggunakan analisis resepsi Stuart Hall untuk menganalisis bagaimana Generasi Z menerima dan menafsirkan pesan TikTok @darasarasvati tentang *beauty privilege*. Kriteria generasi Z yang dipilih oleh peneliti juga berdasarkan latar belakang yang berbeda-beda yaitu seperti latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan sosial.

Menurut Stuart Hall (dalam Fauzi, 2022), peneliti mengklasifikasikan audiens ke dalam tiga kemungkinan posisi, yaitu: (1) posisi dominan hegemoni, (2) posisi negosiasi, (3) posisi oposisi berdasarkan informasi tentang

penerimaan dan makna konten yang diunggah dalam TikTok tersebut.

### 1. Dominan-Hegemonic Position

Informan yang termasuk ke dalam kategori ini merupakan informan yang terpapar pesan dari konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok @darasarasvati dan menyetujui serta tidak keberatan dari segala aspek dengan fenomena *beauty privilege* seperti yang ditampilkan pada konten *people reaction* tersebut. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa terdapat 3 informan yang termasuk pada posisi Dominan Hegemoni yaitu informan 1, 3, dan 10. Ketiga informan tersebut setuju dengan konsep *beauty privilege* yang ditampilkan pada konten *people reaction* "Roro Jonggrang".

Ketiga informan tersebut memaknai konsep *beauty privilege* yang ditampilkan pada konten *people reaction* tersebut bertujuan untuk menarik perhatian audiens maupun pengunjung atau wisatawan di kawasan Candi Prambanan. Menurut informan 1, 3, dan 10 mereka menyebutkan bahwa konten *people reaction* tersebut menyampaikan pesan secara tersirat sehingga audiens lebih fokus terhadap kecantikannya Dara Sarasvati. Ketiga informan tersebut juga tidak permasalahan Dara Sarasvati sebagai *content creator* yang memanfaatkan kecantikannya dalam membuat karya atau konten karena *beauty privilege* yang dimiliki oleh Dara Sarasvati dapat menjadi sebuah daya tarik tersendiri.

Latar belakang informan 1 memberikan pernyataan setuju dengan adanya *beauty privilege* pada konten *people reaction* tersebut karena faktor minat yang dimilikinya. Informan 1 memiliki minat terhadap *fashion*, ia sangat peduli tentang penampilannya.

Informan 1 juga sebagai mahasiswa yang merasakan adanya *beauty privilege* di lingkungan perkuliahan. Oleh karena itu, informan 3 beranggapan bahwa seseorang yang berpenampilan menarik atau cantik akan menjadi pusat perhatian orang-orang disekitarnya.

Selanjutnya, latar belakang informan 3 memberikan pernyataan setuju dengan adanya *beauty privilege* pada konten *people reaction* tersebut karena faktor lingkungan

pergaulannya. Sebagai pelajar di bangku SMA, informan 3 merasakan bahwa *beauty privilege* memang sering terjadi di lingkungan pergaulan sekolahnya, sebagai contoh informan 3 mempunyai teman satu sekolah yang menjadi pusat perhatian karena cantik. Oleh karena itu, informan 3 beranggapan bahwa seseorang yang mempunyai *beauty privilege* akan menjadi pusat perhatian.

Kemudian, latar belakang informan 10 memberikan pernyataan setuju dengan adanya *beauty privilege* pada konten *people reaction* tersebut karena faktor pekerjaan dan minat yang dimilikinya. Informan 10 sering merasakan *beauty privilege* terjadi di lingkungan pekerjaannya. Informan 10 meyakini bahwa kecantikan atau *beauty privilege* itu penting di lingkungan pekerjaan yang khususnya harus tampil di depan kamera. Informan 10 juga memiliki minat terhadap kecantikan. Oleh karena itu, informan 10 beranggapan bahwa kecantikan atau *beauty privilege* berpengaruh terhadap pekerjaan dan merasa bahwa berpenampilan menarik atau terlihat cantik itu penting.

### 2. Negotiated Position

Informan yang termasuk dalam posisi negosiasi pada penelitian ini merupakan informan yang terpapar pesan dari konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok @darasarasvati mengenai *beauty privilege* dan setuju dengan konsep *beauty privilege* yang ditampilkan pada konten *people reaction* "Roro Jonggrang", namun terdapat beberapa hal yang masih dipertimbangkan oleh informan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa terdapat 5 informan yang termasuk pada posisi Negosiasi yaitu informan 2, 4, 5, 7, dan 8. Mereka setuju dengan konsep *beauty privilege* yang ditampilkan dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati. Namun, mereka memiliki beberapa pertimbangan tersendiri berdasarkan pemahaman mereka.

Kelima informan tersebut berpendapat bahwa mereka setuju dengan adanya *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang". Namun, mereka memiliki pertimbangan lain bahwa konten *people reaction* tersebut tidak hanya

menampilkan unsur *beauty privilege* saja tetapi juga untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Kelima informan tersebut berpendapat bahwa *beauty privilege* yang ditampilkan dalam konten *people reaction* tersebut terlihat dari parasnya Dara Sarasvati yang cantik, postur tubuh yang bagus, dan pakaian atau kostumnya menarik. Selain itu, mereka menganggap bahwa *beauty privilege* yang dimiliki oleh Dara Sarasvati mendukung tujuannya dalam membuat konten *people reaction* "Roro Jonggrang" yaitu untuk memperkenalkan budaya Indonesia.

Menurut informan 2, 4, 5, 7, dan 8 menyebutkan bahwa konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati tidak hanya menampilkan fenomena *beauty privilege* saja, namun juga bertujuan untuk memperkenalkan budaya Indonesia dari kostum kebaya yang digunakan. Hal tersebut disebabkan oleh latar belakang pengalaman dan pengetahuan informan sebelumnya bahwa mereka juga mengetahui beberapa konten *people reaction* lainnya yang dibuat oleh Dara Sarasvati juga banyak yang menggunakan baju kebaya atau baju budaya Indonesia. Mereka menganggap bahwa Dara Sarasvati konsisten untuk memperkenalkan budaya Indonesia melalui sebuah konten sehingga kecantikannya mendukung hal tersebut.

Informan 2, 4, 5, 7, dan 8 menyebutkan bahwa mereka setuju dengan adanya *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang". Namun, mereka memiliki pertimbangan lain bahwa konten *people reaction* tersebut tidak hanya menampilkan unsur *beauty privilege* saja tetapi juga untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh latar belakang lain seperti faktor pekerjaan, minat, dan pendidikan. Informan 2 sebagai pekerja bank yang meyakini bahwa *beauty privilege* penting dalam dunia pekerjaan, ia juga aktif mengikuti perkembangan *content creator* yang memiliki daya tarik tersendiri seperti memperkenalkan budaya Indonesia. Informan 4 sebagai mahasiswa yang memiliki minat terhadap *fashion*, ia menganggap bahwa berpenampilan menarik atau terlihat cantik itu penting, serta ia juga pernah mengunjungi Candi Prambanan dan mengetahui kisah legenda

tokoh Roro Jonggrang. Informan 5 sebagai *content creator* yang beranggapan bahwa orang yang cantik akan menjadi pusat perhatian, sebagai *content creator* ia juga memahami bahwa kecantikan dapat menjadi faktor pendukung dalam membuat sebuah karya atau konten. Informan 7 sebagai mahasiswi lulusan prodi hukum yang sering menemukan adanya kasus hukum, bahwa seseorang yang bersalah tetapi dirinya cantik atau mempunyai *beauty privilege* akan diperlakukan lebih istimewa, ia juga mengikuti perkembangan *content creator*, ia menyebutkan bahwa masih jarang anak muda yang membuat karya atau konten untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Informan

8 sebagai pekerja yang merasakan sendiri adanya *beauty privilege* karena mempunyai banyak teman laki-laki dan merasakan bahwa perempuan cantik lebih diperlakukan secara istimewa di lingkungan pekerjaan, ia juga aktif mengikuti perkembangan *content creator* di Indonesia yang menampilkan unsur edukasi, ia beranggapan bahwa daya tarik atau kecantikan dapat menjadi faktor pendukung dalam membuat sebuah karya atau konten.

### 3. Oppositional Position

Informan yang termasuk dalam posisi oposisi pada penelitian ini merupakan informan yang terpapar pesan dari konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok @darasarasvati mengenai *beauty privilege* dan menolak secara penuh, serta memiliki alasan untuk tidak setuju dengan pesan yang disampaikan dalam konten *people reaction* tersebut. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa terdapat 2 informan yang termasuk pada posisi Oposisi yaitu informan 6 dan 9.

Informan 6 dan 9 memiliki pendapat yang paling berbeda dengan informan lainnya. Kedua informan tersebut menyebutkan bahwa mereka tidak setuju dengan adanya *beauty privilege* dalam konten *people reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati. Informan 6 berpendapat tidak setuju dengan *beauty privilege* yang ditampilkan karena yang menonjol dalam konten tersebut adalah kostum kebaya seperti tokoh legenda Roro Jonggrang yang sedang digunakan oleh

Dara Sarasvati untuk memperkenalkan budaya Indonesia. Sedangkan, informan 9 berpendapat bahwa tidak setuju dengan *beauty privilege* yang ditampilkan karena lebih menonjolkan tujuannya Dara Sarasvati yaitu untuk memperkenalkan budaya Indonesia.

Latar belakang informan 6 dan 9 memberikan pernyataan tidak setuju dengan adanya *beauty privilege* pada konten *people reaction* tersebut karena faktor pendidikan dan minat. Informan 6 sebagai *freshgraduate* dan lanjut S2 meyakini bahwa untuk mendapatkan *privilege* tidak harus cantik, ia juga sebagai penikmat seni, biasanya ia mengunjungi tempat-tempat budaya seperti museum, karena informan 6 tertarik dengan kebudayaan, ia menyebutkan bahwa di FYP TikTok nya banyak muncul konten-konten mengenai budaya Indonesia. Informan 9 sebagai lulusan prodi hukum yang beranggapan bahwa *beauty privilege* menyebabkan adanya diskriminasi di masyarakat, seseorang yang cantik akan diperlakukan lebih istimewa. Andi juga memiliki minat terhadap kebudayaan Indonesia. Pendidikan akan melatih seseorang untuk berpikir kritis, menganalisa informasi lebih objektif, dan membuat keputusan secara rasional. Oleh karena itu, kedua informan tersebut menyadari bahwa konsep *beauty privilege* hanya berasal dari konstruksi sosial dan stigma masyarakat. Kedua informan tersebut melihat sisi lain dan mengapresiasi tujuan *content creator* tersebut untuk memperkenalkan budaya Indonesia.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa generasi Z memaknai *beauty privilege* sebagai keuntungan dari seseorang yang memiliki paras cantik dan berpenampilan menarik. Menurut generasi Z terdapat beberapa unsur terjadinya *beauty privilege* pada seseorang yaitu penampilan, paras, daya tarik, dan *attitude*. Generasi Z berpendapat bahwa *beauty privilege* tidak selalu membawa dampak negatif, *beauty privilege* juga membawa dampak positif bagi diri sendiri dan masyarakat. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa sesuai dengan analisis resepsi Stuart Hall, *beauty privilege* dalam konten *people*

*reaction* "Roro Jonggrang" pada akun TikTok Dara Sarasvati tidak sepenuhnya diterima oleh kalangan generasi Z. Dapat dikatakan bahwa generasi Z memiliki sudut pandang dan interpretasi masing-masing terhadap suatu hal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap informan memiliki resepsi yang berbeda-beda. Resepsi tersebut berdasarkan latar belakang informan yang berbeda-beda baik dari segi pendidikan, usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan sosial. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa 3 informan masuk ke dalam kategori posisi Dominan Hegemoni. Kemudian 5 informan masuk ke dalam kategori posisi Negosiasi. Sedangkan 2 informan lainnya masuk ke dalam kategori posisi Oposisi.

##### B. Saran

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pelengkap dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya khususnya mengenai fenomena *beauty privilege* dengan menggunakan metode penelitian lain.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Adriyana, L., Darumoyo, K., Perpustakaan, I., Mada, U. G., & Utara, J. T. (2018). Persepsi followers @ perpuseru terhadap akun instagram PerpuSeru menggunakan teori decoding-encoding. 6(2), 197-212.
- Amelia, F., Yulia, F., Asali, N., Sazali, H., & Dalimunthe, M. A. (2022). Analysis of Audience Reception Against Intercultural Communication Represented in the Film Bumi Manusia Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Komunikasi Antar Budaya yang Direpresentasikan Dalam Film Bumi Manusia. 2(2), 165-170.
- Anartia, N. (2024). Analisis Perspektif Influencer Pada Beauty Privilege Dalam Sosial Media Instagram. 2(1).
- Arikunto, S. (2020). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. PT Rineka Cipta.
- B, S. R., Adhani, A. S., & Aini, S. N. (2023). in the Field of Student Organizations (Vol. 1). Atlantis Press SARL. <https://doi.org/10.2991/978-2-494069-55-8>

- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa.
- Fauzi. (2022). View of Modern Muslimah In Media\_ A Study Of Reception Analysis In "Saliha" Program On Net Tv.pdf.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Alfabeta
- ZAP Beauty Index. (2024). ZAP Beauty Index 2024& Menology Index 2024. [https://zapclinic.com/files/ZAP\\_Beauty\\_Index\\_2024.pdf](https://zapclinic.com/files/ZAP_Beauty_Index_2024.pdf)