

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

Gambaran konten *body positivity* pada Instagram Tara Basro sebagai objek penelitian ini telah peneliti paparkan secara singkat pada bagian pendahuluan. Dalam bab ini, peneliti akan mendeskripsikan secara lebih mendetail mengenai \konten-konten mengenai *body positivity* yang ia bagikan pada akun Instagramnya. Deskripsi pada bab ini terbagi menjadi beberapa bahasan, yaitu *body positivity* sebagai bentuk *social movement*, dan *body positivity* dalam konten Tara Basro. Pada lingkup konteks Instagram Tara Basro akan terdiri dari latar belakang dan informasi umum, sekaligus berbagai konten yang dibagikan Tara Basro. Peneliti mendapatkan seluruh data mengenai konten *body positivity* pada Instagram Tara Basro dari akun Instagram Tara Basro, artikel berita *online*, dan artikel jurnal.

A. Fenomena *body positivity* di Indonesia

Minimnya diversitas bentuk tubuh di media populer menimbulkan adanya konstruksi bentuk tubuh ideal yang tercipta di masyarakat. Sebagai bentuk protes atas paksaan penggunaan korset yang ekstrim demi pemenuhan standar kecantikan dan dukungan bagi seluruh bentuk tubuh perempuan. Fenomena *body positivity* di Indonesia baru mulai dicatat sebagai topik oleh media pada tahun 2019 (Kumparan, n.d.), menurut Primastiwi (dalam Whiteboard Journal, 2020) hal ini dikarenakan masih banyak kesalahpahaman atas tujuan gerakan ini yang kerap dimaknai sebagai ajang narsis atau bahkan malah mendukung objektifikasi terhadap perempuan. Nama Floranita Kustendro dan Ririe Bogar menjadi salah satu inisiator gerakan *body positivity* di Indonesia (KumparanSTYLE, 2019). Melalui gerakan *Body Positivity* Indonesia yang diresmikan pada 03 Maret 2019, keduanya tidak hanya berfokus pada bentuk tubuh, melainkan pada kesadaran mengenai penerimaan diri apa adanya sehingga dapat berfokus pada pengembangan potensi diri secara optimal.

Menurut Meira Anastasia (dalam Whiteboard Journal, 2020) hingga Maret 2020 lalu, di Indonesia masih dilakukan pengenalan terhadap gerakan *body positivity* kepada lebih banyak perempuan. Hannah Al Rashid dalam wawancara dengan Whiteboard Journal (2020), menyampaikan bahwa meskipun iklim sosial masih cukup konservatif, ia optimis dengan gerakan *body positivity* di Indonesia karena gerakan ini turut memberdayakan perempuan satu sama lain. Selanjutnya, gerakan *body positivity* kembali hadir di era digital untuk menghapus stigma

masyarakat serta deskriminasi terhadap pemilik tubuh non-ideal (Rahmawati, 2019). Selain itu, gerakan *body positivity* juga berusaha untuk membebaskan perempuan dari belenggu obsesi atas standar kecantikan yang terpusat pada keelokan bentuk tubuh ideal.

Dilansir dari Wolipop (2022), salah satu *public figure* yang berfokus pada dunia *modelling* dan mengangkat gerakan *body positivity* ialah Shahnaz Indira. Nama Shahnaz mulai dikenal sejak ia mulai eksis di perhelatan mode sekaliber London *Fashion Week*. Shahnaz dengan tubuhnya yang *curvy* dan cenderung lebih berisi, berhasil membuktikan bahwa seorang model tidak harus memiliki perawakan yang langsing dan putih. Ia justru bangga terhadap pencapaian dan apa yang dimilikinya, menurutnya berani tampil berbeda justru membuat kita memiliki keunikan tersendiri.

Gerakan *body positivity* di Indonesia kini juga dapat ditemui dalam berbagai bentuk pesan komunikasi dalam media yang berbeda. Meira Anastasia bersuara melalui film pertama garapannya yang berjudul *Imperfect: Karier, Cinta & Timbangan* pada 2019 lalu menceritakan keresahannya mengenai perjalanannya dalam berdamai dan menerima dirinya apa adanya (Anisa & Winduwati, 2021). Hannah Al Rashid (dalam parapuan.co, 2022) dikenal sebagai aktris yang vokal dalam menyuarakan isu pemberdayaan perempuan, kasus *body shaming*, pemenuhan hak perempuan, penyediaan lingkungan yang ramah lingkungan, serta pesan-pesan afirmatif untuk menerima dan mencintai tubuh. Beberapa artis lain seperti Marshanda, Alexandra Gottardo, Ariel Tatum, Rinni Wulandari, hingga

Tara Basro juga aktif membagikan aktivitas mereka yang sarat akan pesan *body positivity* dalam akun media sosial mereka (parapuan.co, 2022).

B. *Body Positivity* dalam Media Sosial Instagram

Cohen et al. (2019) yang berjudul *#BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image* membantu peneliti membongkar wilayah penelitian *body positivity* dalam media sosial Instagram. Kini masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, menurut Cohen et al. (2019) media sosial menjadi unik karena para penggunanya dapat menjadi pembuat dan penyebar informasi, sehingga memungkinkan tubuh yang biasanya terpinggirkan oleh standar penampilan dominan masyarakat untuk akhirnya bersuara dan terlihat.

Situs jejaring sosial, seperti Instagram menurut Cohen, Irwin, et al. (2019) telah menjadi salah satu media paling dominan dan berpengaruh untuk meningkatkan kesadaran, mendorong komunitas *online*, dan mengadvokasi perubahan sosial di tingkat global (Kasana, dalam Cohen, Irwin, et al., 2019). Instagram menjadi perantara penting dalam proses komunikasi yang membuat banyak nilai dan pesan lebih mudah tersebar, hal ini sejalan dengan ungkapan Cohen, Irwin, et al. (2019) yang menyatakan bahwa Instagram sebagai *platform global* mewadahi pendukung *body positivity* untuk membongkar ulang wacana yang berlaku tentang citra tubuh, kecantikan, dan kesehatan di media agar lebih inklusif dan afirmatif. Hal ini dapat terlihat dari lebih dari 11.549.663 unggahan dalam pencarian *#bodypositivity* di Instagram (Instagram, 2023). Jumlah unggahan tersebut mencakup berbagai

kutipan, foto, dan keterangan, mulai dari *selfie* perempuan memamerkan tubuh mereka yang lebih besar dengan bangga, berbagai kutipan untuk menyanyangi diri sendiri seperti “Kamu cantik apa adanya”, dan seorang perempuan *plus size* dengan keterangan “Aku adalah segala yang kamu impikan, namun dengan tambahan sebuah perut”. Menurut Saguy & Ward (dalam Cohen, Fardouly, et al., 2019) berbagai unggahan tersebut dapat meningkatkan visibilitas dan normalisasi entitas yang selama ini kurang terwakili di media tradisional.

Menurut Paraskeva, et al., (dalam Cohen, Fardouly, et al., 2019), para peneliti terdahulu telah menyarankan peningkatan apresiasi tubuh sekaligus memberikan perempuan konsep kecantikan yang lebih luas dan mendorong mereka berada dalam jaringan sosial yang menumbuhkan rasa hormat dan penghargaan terhadap tubuh sendiri. Oleh karena itu, Cohen, Irwin, et al. (2019) menganggap masuk akal jika maraknya konten *body positivity* di Instagram nantinya dapat menciptakan komunitas *online* sekaligus menjadi ajang mempromosikan *body positive image* pada perempuan.

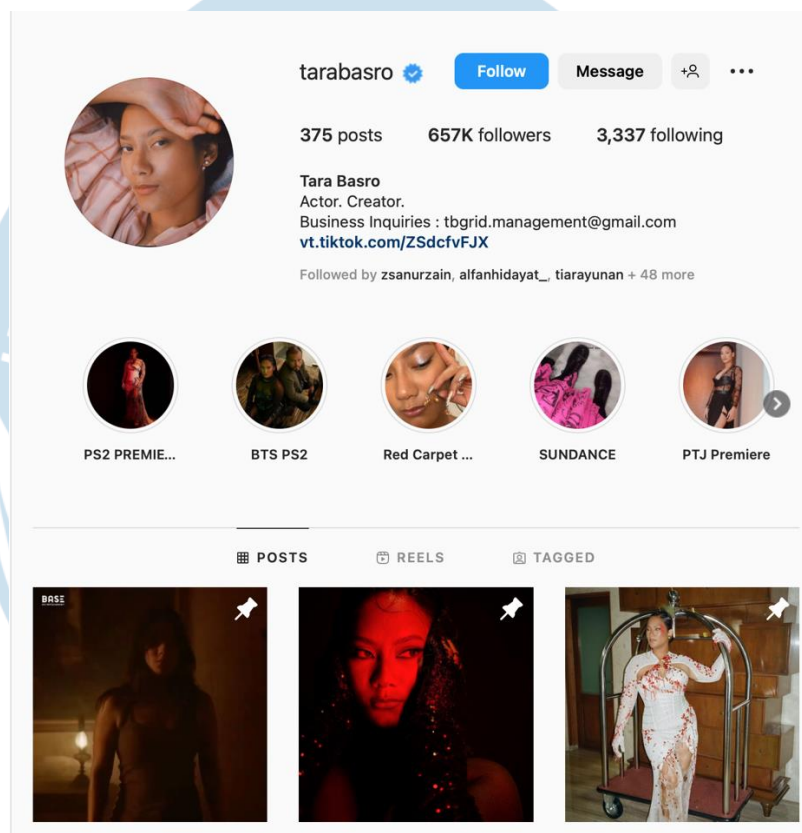
C. *Body Positivity* dalam Konten Tara Basro

Maraknya kapitalisasi gerakan *body positivity* mulai merambah ke ranah dunia para *influencer* yang gencar menyuarakan narasi *body positivity*. Salah satu di antaranya ialah Andi Mutiara Pertiwi Basro atau yang lebih dikenal dalam dunia *entertainment* sebagai Tara Basro, seorang model, pembawa acara dan pemeran Indonesia kelahiran 11 Juni 1990 yang memulai karir nya menjadi finalis pemilihan Gadis Sampul pada tahun 2005 silam (dalam JPNN.com, 2020). Mencoba

peruntungan untuk mengikuti berbagai *casting*, namun ia selalu mendapat penolakan. Karena menurut Basro (dalam Vidio.com, 2019) pada masa itu, perempuan yang akan lolos *casting* adalah mereka yang berambut panjang, berkulit putih dan memiliki *look* “bule”, ia kerap dianggap tidak memenuhi standar kecantikan industri hiburan. Namun kegagalan Basro dalam *casting* teater Garapan Joko Anwar berjudul “Onrop! Musikal!” justru mengantarnya pada film pertamanya pada tahun 2011, yaitu “Catatan Harian Si Boy” (dalam detikHOT, 2017). Dari film pertamanya, Basro dinominasikan dalam penghargaan Indonesia Movie Awards 2012 untuk kategori Aktris Pendatang Baru Terbaik dan Terfavorit (dalam Viva, n.d.). Basro kembali mendapatkan penghargaan dalam Piala Citra sebagai Pemeran Utama Wanita Terbaik pada ajang Festival Film Indonesia 2015 dan pada ajang Usmar Ismail Awards 2016 sebagai Pemeran Utama Wanita Terfavorit melalui film “A Copy of My Mind” yang ia bintang (Fadhilah, dalam idntimes, 2020).

Seiring dengan kepopulerannya, Milatishofa et al. (2021) memaparkan bahwa Basro memanfaatkan akun Instagram pribadinya untuk mengaplikasikan dan mempromosikan *body positivity*. Pada tahun 2021, Basro menyebut bahwa ia telah menggunakan Instagramnya untuk membahas tubuh perempuan yang ditampilkan dalam media sosial selama beberapa tahun ke belakang (“Pillow Talk with Tara Basro,” 2021). Nama Tara Basro kembali melejit dan menjadi obrolan hangat ketika ia mulai mengunggah foto melalui akun Instagram pribadinya dengan mengenakan pakaian dalam dan memperlihatkan lekuk tubuhnya (Ananda, dalam

Okezone, 2020). Dalam unggahan tersebut, Tara menarasikan *body positivity* sebagai media curahan hatinya rasa cinta akan bentuk tubuh. Ia juga bercerita mengenai keluh yang dirasakan terhadap adanya standar kecantikan ideal perempuan Indonesia.



Gambar 2.1 Akun Instagram pribadi Tara Basro

(Sumber: <https://www.instagram.com/tarabasro/>)

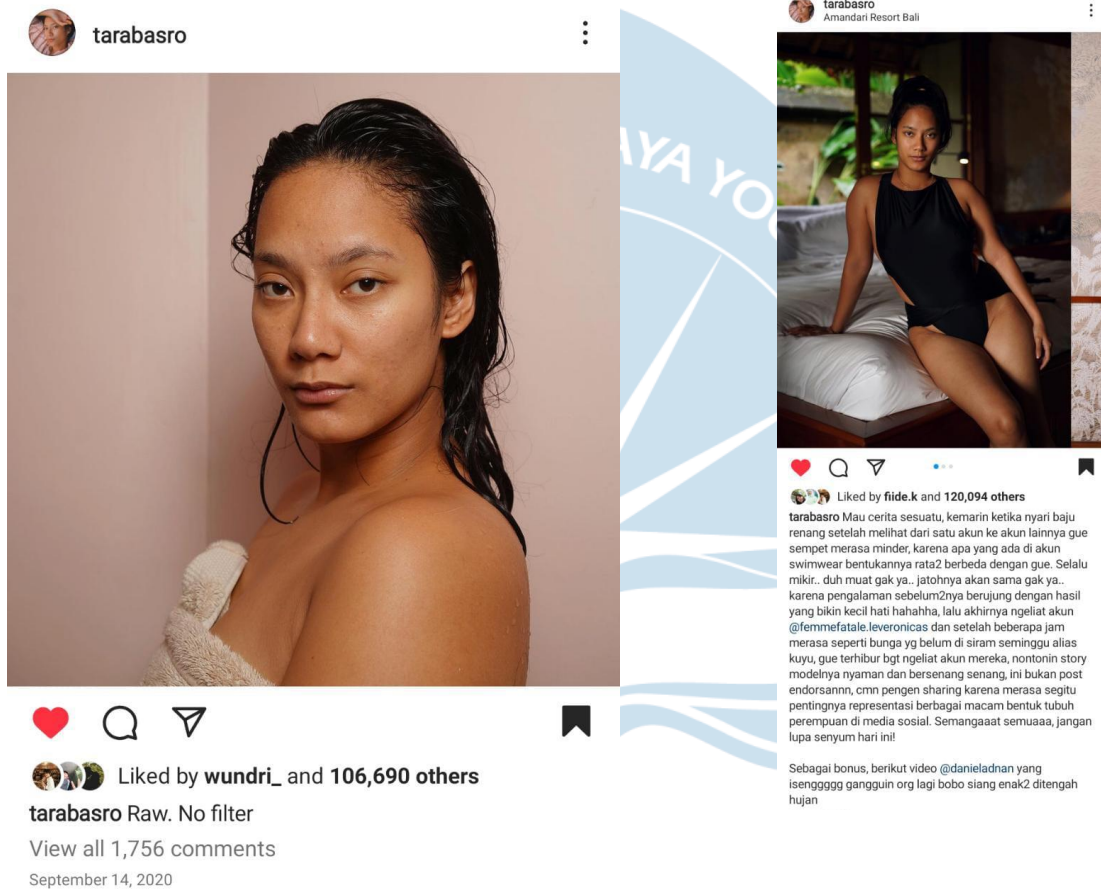
Pada akun Instagram tersebut, Tara Basro terlihat beberapa kali menyuarakan narasi *body positivity* dalam unggahan foto secara tersurat maupun tersirat. Ia juga banyak membagikan konten-konten inklusif dalam aktivitas kampanyenya di media sosial untuk melawan standar tubuh ideal dan mendukung nilai-nilai *body*

positivity yang disertai opini sekaligus pengalaman pribadinya (Fachriansyah, 2020). Tidak hanya mengekspresikan melalui bentuk tubuh, Tara pun beberapa kali terlihat memamerkan wajah tanpa riasan dan memberikan keterangan mengenai pentingnya menghargai bentuk tubuh sendiri. Bahkan, di beberapa foto *endorsement* Tara masih menyelipkan kalimat-kalimat mengenai pentingnya representasi berbagai macam bentuk tubuh pada media sosial. Tara Basro seakan ingin menghapuskan stigma yang terlanjur melekat di masyarakat mengenai tubuh ideal, memberikan keadilan bagi para pemilik tubuh ‘non-ideal’ untuk bebas dari deskriminasi dari berbagai pihak.



Gambar 2.2 Konten *Body Positivity* Tara Basro ke-1

(Sumber: <https://www.instagram.com/tarabasro/>)



Gambar 2.3 Konten *Body Positivity* Tara Basro ke-2

(Sumber: <https://www.instagram.com/tarabasro/>)

Menurut Wood-Barcalow, et al., (dalam Kumalaningtyas & Sadasri, 2018), *body positivity* sejatinya mengusung konsep citra tubuh positif. Dalam unggahan-unggahannya, Tara Basro menjadikan momen tersebut sebagai media untuk mengekspresikan rasa menghargai bentuk badan yang ia miliki dan mempengaruhi

para pengikut akun pribadinya dengan berbagai bentuk kalimat tersurat pada kolom keterangannya. Konten-konten bermuatan pesan *body positivity* yang diteliti merupakan konten yang diunggah dalam rentang waktu Maret 2020-Desember 2022, hal ini dikarenakan pada waktu itu Tara Basro secara *ajeg* mengunggah konten serupa yang juga memenuhi kualifikasi konten *body positivity* menurut Lazuka et al. (2020).

