

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Problematika perempuan merupakan objek diskursus yang tidak pernah sepi. Beragam hal yang terintegrasi dengan kompleksitas diri perempuan selalu digali, dianalisis dan dielaborasi secara terus-menerus. Alhasil, dari hari ke hari ikhtiar menjadikan perempuan subjek partisipatif dengan mendudukkannya pada posisi yang sejajar semakin terwujud, perlahan-lahan determinisme mitos-mitos irasional tentangnya didekonstruksi, eksistensinya diakui, dan dominasi patriarki dalam multikulturalisme direduksi. Kendati demikian, hal ini bukanlah indikator yang mengisyaratkan bahwa diskursus tentang perempuan telah defenitif. Pada kenyataannya, masih sering dijumpai beragam tindakan dan pandangan asimetris yang mengungkung kebebasan perempuan dalam teritori publik maupun domestik. Salah satu problematika perempuan yang urgen untuk dibicarakan ialah konstruksi konsep kecantikan.

Konsep kecantikan merupakan abstraksi yang dikonstruksi untuk memberi gambaran tentang perempuan ideal. Perempuan harus menjadi seperti apa dan siapa, memiliki wajah seperti apa dan siapa, bentuk tubuh seperti apa dan siapa, berlaku seperti apa dan siapa, berpenampilan seperti apa dan siapa. Abstraksi yang terkandung dalam konsep kecantikan memberi aksentuasi pada aspek fisik dengan asumsi dasar bahwa kebertubuhan perempuan tidak lebih dari seonggok entitas organik yang paradoksal, ambivalen dan tidak sempurna. Oleh sebab itu, entitas tersebut mesti dimodifikasi sedemikian rupa agar menjadi ideal dan menarik.

Konsep kecantikan hasil konstruksi telah tersedimentasi menjadi sebuah determinisme kultural dan aksioma bagi perempuan. Pada tataran akut, konsep kecantikan bertransformasi menjadi instrumen hegemonik yang sarat kepentingan subjektif dan terarah untuk memanipulasi eksistensi perempuan atas nama kredibilitas sosio-kultural. Padahal bila ditelisik lebih jauh, konsep kecantikan

justru merampas kebebasan dan mengeliminasi nilai intrinsik perempuan sebagai *persona* bermartabat.

Dalam konsep kecantikan terkandung pengandaian dialektika kuasa antara yang superior dan yang inferior. Kuasa superior berperan untuk mengonstruksi dan meresistensi konsep kecantikan agar tetap eksis dalam setiap konteks historis. Sedangkan yang inferior adalah objek yang membiarkan kebutuhannya menjadi saksi keberlangsungan pelbagai kepentingan subjektif.<sup>1</sup>

Dalam budaya yang condong patriarkat, superioritas mutlak digenggam oleh laki-laki. Laki-laki mengidentifikasi dirinya sebagai pribadi surplus kekuasaan yang memiliki kapasitas untuk melegitimasi feminitas perempuan.<sup>2</sup> Budaya model ini melahirkan penggambaran tentang perempuan cantik yang inheren dengan ibuisme (*moootherhood*) dan istrinisasi (*housewifization*). Perempuan cantik adalah perempuan yang menduduki wilayah domestik sebagai ibu yang mengurus anak dan istri yang patuh pada kebijakan-kebijakan suami sebagai kepala keluarga.<sup>3</sup> Selain laki-laki, kuasa superior juga memiliki wajah lain yang represif yakni kapitalisme.

Kapitalisme dengan kemampuan propaganda media mampu memproduksi salinan realitas ke dalam dunia virtual untuk menstimulasi selera, gaya dan persepsi perempuan. Perempuan kemudian diformat menjadi objek kepentingan ekonomis yang kehilangan rasionalitas untuk mendistingsi tuntutan kebutuhan dan obsesi. Tak heran perempuan akan merasa lebih percaya diri sebagai individu yang cantik bila menggunakan komoditas kapitalisme seperti bibir merah, bedak dan pakaian *branded*. Tanpa komoditas tersebut perempuan seolah-olah kehilangan kualitas tubuh dan dirinya sebagai yang cantik.

Konsep kecantikan yang diasosiasikan dengan komoditas ekonomis secara tidak langsung melegitimasi kedudukan kapitalisme sebagai subjek superior yang mengendalikan kebutuhan perempuan. Kendali atas perempuan terarah untuk mendongkrak produksi kapitalisme yang terus memberi dampak signifikan

---

<sup>1</sup> Dwi Rahaiyoso, *Konstruksi Tubuh Joko Pinurbo: Ruang Pascakolonial di Balik Celana dan di Bawah Kibaran Sarung* (Yogyakarta: Araska Publisher, 2017), hlm. 21.

<sup>2</sup> Program Studi Kajian Wanita Pasca Sarjana Universitas Indonesia, *Perempuan dan Pemberdayaan* (Jakarta: Obor, 1997), hlm. 58.

<sup>3</sup> M. Masyhur Amin (ed.), *Wanita dalam Percakapan antar Agama. Aktualisasinya dalam Pembangunan* (Yogyakarta: LKPSM UN DIY, 1992), hlm. 122-123.

terhadap akselerasi profit.<sup>4</sup> Perempuan dalam logika ekonomis kapitalisme adalah objek untuk menumbuhkan obsesi-obsesi konsumtif.

Dewasa ini, konstruksi kecantikan bergeser seiring dengan berkembangnya peradaban digital (*digital society*) yang ditandai dengan ekspansi dan migrasi dari ruang fisik (*physical space*) ke dalam ruang digital (*digital space*). Perkembangan ini melahirkan banyak inovasi di bidang teknologi yang mampu meningkatkan efektivitas kerja dan memwadahi aktivitas manusia. Kendati demikian, perkembangan ini juga memungkinkan konsep kecantikan dapat dikonstruksi dalam bingkai kebaruan untuk memengaruhi persepsi perempuan secara simultan lantaran produk-produk kemajuan teknologi semakin terkoneksi dengan lanskap jejaring global.

Salah satu produk teknologi yang sedang berkembang pesat dan memiliki daya signifikan untuk menstimulasi persepsi perempuan tentang kecantikan ialah platform TikTok. Data bulanan yang dipantau *Claudflare* Radar sejak 15 Desember 2021 hingga 15 Januari 2022 menunjukkan bahwa TikTok menjadi domain yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat digital. Pencapaian TikTok pada periode tersebut melampaui popularitas platform-platform lain seperti *Google*, *Facebook*, *Instagram* dan *Youtube*. TikTok berhasil mendominasi pangsa pasar industri digital dengan lonjakan pengguna melebihi satu miliar orang sejak diperkenalkan oleh *ByteDance* pada tahun 2017. Pencapaian ini menggungguli rekor *Instagram* yang membutuhkan lebih dari delapan tahun untuk menyentuh angka satu miliar pengguna.<sup>5</sup>

Signifikansi jumlah pengguna TikTok mendobrak paradoks komunikasi konvensional serentak menciptakan tatanan ruang publik baru yang membawa perubahan mendasar dalam konstruksi kecantikan. Konsep kecantikan dengan aksentuasi pada aspek fisik, kini dipertegas oleh mekanisme *Artificial Intelligence* (AI) platform TikTok.<sup>6</sup> Mekanisme ini bekerja efektif mengonversi keberadaan perempuan menjadi komponen virtual dalam platform TikTok. Alhasil, lahirlah

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, hlm. 197.

<sup>5</sup> Yohanes Advent Krisdamarjati, "TikTok Lampau Google, Dinamika Konten Digital 2022", *Kompas*, 22 Januari 2022, hlm. A.

<sup>6</sup> Logika algoritma merupakan seperangkat langkah metodis-teknis untuk melakukan kalkulasi dan memengaruhi persepsi. Bdk. Yuval Noah Harari, *Homo Deus*, penerj. Yanto Musthofa (Jakarta: Alfabeta, 2018), hlm. 98.

konsep kecantikan yang cenderung artifisial, simbolis dan matematis. Kecantikan model ini mengabstraksikan perempuan ideal sebagai objek grafik dalam platform TikTok yang dapat diformat berulang-ulang kali dan dapat dikuantifikasi melalui jumlah *follower, viewer, like, share* dan *comment*.

Semua *faktum* yang ditampilkan di atas hendak mempertegas bahwa konsep kecantikan yang dikonstruksi secara kultural maupun melalui propaganda kapitalisme dan simulakra platform TikTok tidak sepenuhnya mengakomodasi totalitas pribadi perempuan karena didasarkan hanya pada aspek-aspek parsial tertentu. Namun ironisnya, abstraksi kecantikan tetap resisten sebagai parameter validasi dan kiblat dinamika afirmasi identitas perempuan dalam *faktum* historis peradaban manusia.

Perempuan dianggap cantik sejauh tubuhnya inheren dengan standar konsep kecantikan. Demikian pun sebaliknya, perempuan dihakimi sebagai pribadi yang buruk apabila keberwujudannya bertentangan dengan penggambaran dalam konsep kecantikan. Klaim tentang tubuh yang buruk dalam kondisi tertentu juga diasosiasikan dengan kualitas etis perempuan. Misalkan perempuan yang berwajah buruk kerap kali mendapat stereotip sebagai pribadi yang bobrok moralitasnya. Dialektika ini memicu pelbagai tindakan kekerasan terhadap perempuan.

Berhadapan dengan kenyataan di atas, penulis merasa perlu merekonsepsi kecantikan dengan substansi yang melampaui sekadar aspek-aspek parsial. Oleh sebab itu, pertama-tama konsep kecantikan mesti digeser dari batas asumptif dengan menekankan bahwa perempuan dan tubuh ontologisnya merupakan anugerah terberi yang sempurna dari Allah. Kecantikan perempuan tidak ditentukan oleh abstraksi dan atribut eksternal dalam penggambaran platform TikTok. Kecantikan perempuan melekat pada originalitas ontologisnya. Inilah substansi kecantikan yang mesti dijadikan kiblat afirmasi identitas dan budaya tandingan untuk membebaskan perempuan dari determinisme mitos-mitos kecantikan yang represif.

Perempuan dan tubuh ontologisnya sebagai anugerah terberi yang sempurna mesti juga diberi kerangka argumentatif yang tajam. Oleh sebab itu, penulis menggunakan perspektif iman Katolik tentang tubuh dengan bertitik tumpu pada

antropologi Kitab Suci dan Teologi Tubuh Yohanes Paulus II. Kedua perspektif ini secara garis besar menjabarkan bahwa tubuh secara ontologis merupakan representasi paling eksistensial dari Allah yang transendental. Tubuh itu baik sejak semula karena diciptakan oleh Allah menurut gambar-Nya, dihembusi nafas oleh Allah dan ditebus oleh Allah dalam diri Yesus Kristus.

Bertolak dari latar belakang di atas, penulis menyadari bahwa sudah ada ikhtiar akademis yang pernah dibuat oleh pihak-pihak lain untuk membedah isu-isu perempuan dalam platform TikTok secara metodologis dan sistematis. Salah satu di antaranya pernah dibuat oleh Adolf David Ari Laka dengan skripsi berjudul: “Fenomena Komodifikasi Tubuh dalam Aplikasi TikTok Ditinjau dari Perspektif Teologi Tubuh Yohanes Paulus II”.<sup>7</sup> Skripsi tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan TikTok sebagai media yang sedang tren, menjelaskan komodifikasi tubuh dalam platform TikTok dan makna esensial dari Teologi Tubuh Yohanes Paulus II. Penulis mengakui bahwa penelitian ini cukup holistik dan tajam. Kendati demikian, penelitian tersebut lebih terarah pada tema kompleks mengenai komodifikasi tubuh perempuan dan tidak membahas secara spesifik konstruksi kecantikan.

Selain Ari Laka, Yusuf Dede seorang mahasiswa pada Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA) juga pernah membahas isu serupa dalam skripsi berjudul: “Komodifikasi Tubuh Perempuan pada Generasi Z di Media Sosial TikTok”.<sup>8</sup> Penelitian kualitatif tersebut mengandalkan pendekatan studi kasus dengan tujuan utama untuk mengkaji lebih jauh komodifikasi tubuh yang dilakukan oleh mahasiswi UNTIRTA dalam Tiktok. Penelitian tersebut dibangun dengan kerangka konseptual tentang konstruksi sosial dari Berger dan Lukmann. Kerangka konseptual tersebut berbeda dengan perspektif iman Katolik yang ditawarkan oleh penulis sebagai landasan rekonsepsi kecantikan dan afirmasi identitas perempuan dalam platform TikTok.

---

<sup>7</sup> Adolf David Ari Laka, “Fenomena Komodifikasi Tubuh dalam Aplikasi TikTok Ditinjau dari Perspektif Teologi Tubuh Yohanes Paulus II”, (Skripsi, Program Studi Filsafat Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif, Ledalero 2022).

<sup>8</sup> Yusuf Dede, “Komodifikasi Tubuh Perempuan pada Generasi Z di Media Sosial TikTok”, (Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2022).

Selain dua peneliti di atas, Risma Amelia, Andi Agustang dan Andi Dody Putra Agustang juga pernah membedah tema yang sama dalam artikel ilmiah pada Jurnal Sosialisasi dengan judul: “Perempuan dan Tiktok: Studi tentang Eksistensi Diri dan Tubuh sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswi FIS-H Universitas Negeri Makassar”.<sup>9</sup> Berdasarkan hasil penelitian, mereka menunjukkan bahwa eksistensi diri dan tubuh perempuan dalam platform TikTok ditandai melalui citra diri, fitur TikTok dan peniruan konten *tranding*. Kendati demikian, penelitian tersebut tidak sampai pada satu ikhtiar transformasi persepektif perempuan dalam memahami kualitas diri sebagai *persona* bermartabat. Penelitian tersebut lebih berfokus untuk mengelaborasi eksistensi diri dan tubuh perempuan dalam lingkup yang eksklusif di Universitas Negeri Makassar.

Ada juga penelitian lain yang bersinggungan langsung dengan variabel kecantikan. Salah satu di antaranya pernah dibahas oleh Maulidya Indah Mega Saputri dan Milda Longgeita Pinem dalam artikel ilmiah pada *Journal of Social Development Studies* (JSPDS) dengan judul: “Glorifikasi Kecantikan di Media Sosial: Studi Kasus Isu Eksploitasi Mahasiswi pada Akun *Instagram @ugmcantik*”.<sup>10</sup> Penulis mengakui bahwa penelitian ilmiah tersebut sudah cukup holistik membahas isu kecantikan. Kendati demikian, penelitian ini lebih berfokus untuk menilik kecantikan dalam hubungannya dengan praktik eksploitasi terhadap perempuan (mahasiswi) dengan bertitik tumpu pada gagasan feminisme Naomi Wolf dan diskursus Michel Foucault tentang relasi kekuasaan. Kerangka konseptual tersebut berbeda dengan perspektif iman Katolik tentang tubuh yang dijadikan penulis sebagai instrumen rekonsepsi kecantikan. Selain itu, platform yang diteliti adalah *Instagram*. Platform tersebut berbeda dengan TikTok terutama pada *layout interface*, fitur dan cara kerja algoritma.

Tema kecantikan juga pernah dibahas oleh Isti Khomalia dalam artikel ilmiah berjudul: “Standarisasi Kecantikan di Media Sosial: Analisis Wacana Sara

---

<sup>9</sup> Risma Amelia, Andi Agustang dan Andi Dody Putra Agustang, “Perempuan dan Tiktok: Studi tentang Eksistensi Diri dan Tubuh sebagai Konsumsi Publik Perempuan Milenial Mahasiswi FIS-H Universitas Negeri Makassar”, *Jurnal Sosialisasi*, 9:3 (November, 2022).

<sup>10</sup> Maulidya Indah Mega Saputri dan Milda Longgeita Pinem, “Glorifikasi Kecantikan di Media Sosial: Studi Kasus Isu Eksploitasi Mahasiswi pada Akun *Instagram @ugmcantik*”, *Journal of Social Development Studies*, 3:1 (Maret, 2022).

Mills *Beauty Standard* di *Canel Youtube* (Gita Savitri Devi)".<sup>11</sup> Isti menganalisis tendensi perempuan dalam memaknai kecantikan diri pasca menonton konten-konten video *beauty tutorial* di *channel Youtube* Gita Savitri Devi. Analisis tersebut dibangun atas kerangka konseptual dari wacana kritis Sara Mills dengan tujuan untuk menyadarkan perempuan dalam mencintai dirinya sendiri. Mencintai diri sendiri dianggap sebagai standar kecantikan yang bersesuaian dengan ajaran Islam. Penelitian ini menyentil juga propaganda kapitalisme dalam mengasosiasikan kecantikan dengan komoditas ekonomi. Kendati demikian, penelitian tersebut belum diarahkan untuk membahas secara komprehensif implikasi dari propaganda kapitalisme terhadap pembentukan identitas konsumtif perempuan.

Tri Yuni Fatmawati dan Fitrinanda An Nur, mahasiswa pada Universitas Ahmad Dahlan, juga pernah membahas isu keperempuanan dalam TikTok dengan artikel ilmiah berjudul: "Representasi Kecantikan dalam Akun Tiktok Jharna Bhagwan".<sup>12</sup> Penelitian kualitatif tersebut diarahkan untuk menganalisis isi konten kecantikan yang direpresentasikan dalam akun TikTok Jharna Bhagwani. Hasil yang didapat dalam penelitian ini menunjukkan bahwa representasi Jharna Bhagwani secara virtual berbeda dari standar umum kecantikan yang eksis dalam ruang publik baru bernama TikTok. Jharna Bhagwani merepresentasikan dirinya melalui *make up* karakter untuk menegaskan bahwa cantik tidak harus berkulit putih, bertubuh langsing, berwajah mulus, dan berambut lurus. Penelitian ini terarah untuk menyadarkan perempuan perihal metode lain untuk merepresentasikan diri sebagai pribadi yang cantik dalam platform TikTok. Kendati demikian, analisis yang dibuat hanya berfokus pada tiga konten video unggahan *make up* karakter dari Jharna Bhagwani. Sedangkan penelitian yang ditawarkan penulis terarah untuk melihat keseluruhan realitas konstruksi kecantikan yang eksis dalam platform TikTok.

Penelitian lain juga dibuat oleh Andi Setyawan dalam jurnal *Risenologi* dengan judul: "Konstruksi Sosial atas Pemaknaan dan Simbol Kecantikan pada

---

<sup>11</sup> Isti Khomalia, "Standarisasi Kecantikan di Media Sosial: Analisis Wacana Sara Mills *Beauty Standard* di *Canel Youtube* (Gita Savitri Devi)", *Dialogia*, 16:1 (Juni, 2018).

<sup>12</sup> Tri Yuni Fatmawati dan Fitrinanda An Nur, "Representasi Kecantikan dalam Akun Tiktok Jharna Bhagwan", *Komuniti*, 15:1 (Maret, 2023).

*Trending Hastag* TikTok”.<sup>13</sup> Sampel pada penelitian ini dibatasi hanya pada empat *trending hastag*, yakni *ladadida challenge*, *daster challenge*, *dualism challenge* dan “*ah mantap*” *challenge*. Dengan mengandalkan analisis *framing* model Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki didapatkan hasil bahwa keempat *trending hastag* di atas turut memelopori proses konstruksi kecantikan bagi perempuan. Berdasarkan hasil yang didapat, Andi mengarahkan penelitiannya untuk menyadarkan pengguna TikTok perihal kecantikan intrinsik. Perempuan pada dasarnya sudah memiliki kecantikan yang melekat dalam dirinya. Kecantikan perempuan tidak ditentukan oleh variabel eksternal yang dikonstruksi oleh pengguna TikTok melalui *trending hastag*. Penulis menyadari bahwa fokus penelitian yang dibuat oleh Andi berbeda dengan tesis ini. Andi tidak mengarahkan penelitian untuk membahas implikasi lanjutan dari konstruksi kecantikan terhadap dinamika afirmasi identitas perempuan.

Berdasarkan seluruh latar belakang dan penelitian terdahulu di atas, maka penulis akan mendalami analisis sistematis dan ilmiah dengan judul: **REKONSEPSI KENCANTIKAN DALAM PLATFORM TIKTOK MENURUT PERSPEKTIF IMAN KATOLIK TENTANG TUBUH DAN IMPLIKASINYA TERHADAP DINAMIKA AFIRMASI IDENTITAS PEREMPUAN**. Tema dan judul yang ditawarkan penulis menitik lebih dalam pada isu minor konstruksi kecantikan dengan kerangka teologis dari perspektif iman Katolik. Tesis ini diarahkan sebagai alternatif untuk merekonsepsi kecantikan yang represif dalam platform TikTok sekaligus budaya tandingan yang dapat membantu perempuan sampai pada dinamika afirmasi identitas diri secara lebih manusiawi.

## 1.2 Rumusan Masalah

Tesis ini memiliki satu masalah utama yakni bagaimana tubuh menurut perspektif Katolik dapat menjadi sebuah alternatif rekonsepsi hakikat kecantikan dan implikasinya terhadap dinamika afirmasi identitas perempuan dalam platform TikTok?

---

<sup>13</sup> Andi Setyawan, “Konstruksi Sosial atas Pemaknaan dan Simbol Kecantikan pada *Trending Hastag* TikTok”, *Risenologi*, 6:1 (April, 2021).

Rumusan masalah pokok di atas dijabarkan dalam beberapa pertanyaan. *Pertama*, apa yang dimaksudkan dengan platform TikTok, konsep kecantikan dan afirmasi identitas perempuan? *Kedua*, bagaimana perspektif iman Katolik tentang tubuh? *Ketiga*, bagaimana merekonsepsi kecantikan dan implikasinya terhadap dinamika afirmasi identitas perempuan dalam platform TikTok menurut perspektif iman Katolik tentang tubuh?

### **1.3 Asumsi Dasar**

Tesis ini berangkat dari asumsi dasar bahwa konstruksi kecantikan dalam platform TikTok memberi aksentuasi lebih pada aspek fisik dengan refleksi teologis yang dangkal tentang tubuh. Konstruksi tersebut berdampak langsung pada pincangnya dinamika afirmasi identitas perempuan. Perempuan mempertegas dirinya sebagai pribadi ambivalen, objek dekoratif dan individu konsumtif. Oleh sebab itu, konsep kecantikan mesti direkonsepsi dengan substansi dan abstraksi yang melampaui sekadar aspek-aspek parsial. Ikhtiar rekonsepsi dibangun atas dasar kerangka konseptual yang bertitik tumpu pada perspektif iman Katolik tentang tubuh. Kerangka konseptual tersebut menawarkan tesis-tesis sentral tentang perempuan sebagai *persona* yang diciptakan oleh Allah menurut gambar-Nya, dihembusi nafas hidup dari mulut Allah dan ditebus oleh Allah dalam diri Yesus Kristus. Dengan dasar ini, perempuan akan semakin mampu mempertahankan autentisitas dirinya sebagai yang cantik dan terarah untuk mengembangkan potensi dirinya tanpa embel-embel digital platform TikTok.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penulisan tesis ini diarahkan untuk memenuhi persyaratan dalam meraih gelar Magister Teologi pada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif (IFTK) Ledalero dengan tujuan khusus:

*Pertama*, untuk menjelaskan apa yang dimaksudkan dengan platform TikTok, konsep kecantikan dan dinamika afirmasi identitas secara umum. *Kedua*, untuk memberi pemahaman tentang tubuh seturut perspektif iman Katolik. *Ketiga*, untuk merekonsepsi kecantikan yang berimplikasi pada afirmasi identitas perempuan dalam platform TikTok menurut perspektif Katolik tentang tubuh.

## 1.5 Manfaat Penulisan

Tesis ini memiliki manfaat bagi beberapa pihak. *Pertama*, masyarakat pada umumnya. Masyarakat kerap kali menganggap konsep kecantikan sekadar isu remeh-temeh dan memakluminya sebagai determinisme sosio-kultural. Padahal, konstruksi konsep kecantikan bertendensi dehumanisasi dan menindas perempuan. Oleh sebab itu, tesis ini bermanfaat untuk memberi penyadaran, menumbuhkan pesimisme positif dan daya nalar kritis dalam menilai konsep kecantikan yang dikonstruksi melalui platform TikTok.

*Kedua*, bagi pengguna platform TikTok. Kehadiran platform TikTok tentu membawa angin segar lantaran mampu menunjang ekspansi ruang dan mewadahi beragam ekspresi masyarakat digital. Namun kehadiran platform ini juga dapat menciptakan masyarakat digital yang kehilangan rasionalitas. Hal ini direpresentasi secara nyata melalui pemanfaatan platform TikTok. Banyak pengguna cenderung menggunakan platform ini dan mengadopsi segala hal yang ditampilkan pada berandanya tanpa daya nalar kritis. Alhasil, lambat laun algoritmanya mematenkan tren-tren *viral* sebagai determinisme baru yang mereduksi nilai kemanusiaan. Tak heran, sekarang – entah di ruang publik seperti jalan raya, tempat kerja formal, Gereja, maupun di ruang privat seperti kamar tidur – pengguna TikTok sibuk menciptakan konten goyang-goyang dengan gadgetnya, memamerkan lekak-lekuk tubuhnya dan memoles wajah dengan filter-filtar digital obsesional. Oleh sebab itu, tesis ini terarah untuk menyadarkan pengguna platform TikTok tentang pentingnya membangkitkan daya nalar kritis terhadap suatu produk kemajuan.

*Ketiga*, bagi Gereja. Gereja adalah institusi religius dan umat Allah yang sejatinya mesti mengartikulasikan nilai-nilai keagamaannya dalam kehidupan konkret. Tesis ini menguraikan fenomena dan masalah konkret yang tengah dihadapi perempuan era digital berhadapan dengan konstruksi konsep kecantikan dalam platform TikTok. Pada dasarnya, isu yang diangkat penulis dapat menjadi katalisator untuk membangkitkan semangat Gereja dalam usaha menjadikan perempuan subjek partisipatif yang bebas dari determinisme-determinisme represif.

*Keempat*, bagi perempuan. Perempuan senantiasa menjadi subjek yang diobjektivasi oleh konstruksi konsep kecantikan platform TikTok. Selain itu, perempuan sendiri juga mengobjektivasi dirinya sendiri lantaran mengadopsi penggambaran-penggambaran ideal perempuan dan menjadikannya sebagai kiblat dinamika afirmasi identitas. Alasannya sederhana, karena titik tolak refleksinya tentang kecantikan tidak didasarkan pada aspek yang substansial dan hakiki. Oleh sebab itu, perspektif iman Katolik tentang tubuh dapat menjadi rujukan bagi perempuan untuk membarui pemahamannya tentang kecantikan dan mengafirmasi identitas dirinya secara benar.

*Kelima*, bagi penulis. Studi dan tesis ini meningkatkan kemampuan dan keterampilan penulis dalam menggagas ide, menganalisis fenomena sosial dan menuangkannya dalam kajian ilmiah tertulis secara sistematis-metodis.

## **1.6 Metode Penelitian**

Penulisan tesis ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan. Dengan demikian, wujud dan sumber data utama tesis ini adalah teks primer maupun sekunder dari jurnal, artikel, buku dan literatur. Penulis akan mengumpulkan beragam teks melalui cara manual dengan mengandalkan perpustakaan dan toko buku konvensional dan dengan cara digital melalui mesin pencari. Teks-teks yang dikumpulkan kemudian akan diolah dengan cara reduksi data pada hal-hal substansial lalu disusul dengan penyajian kembali data sebagai kerangka penopang dan alat bedah terhadap variabel-variabel dalam judul.

Penulis dalam penelitian ini akan menempatkan diri sebagai subjek yang melakukan kajian analitik secara komprehensif atas beragam teks dan berusaha untuk menciptakan koherensi antar teks dengan konteks tema. Dengan ini, penulis akan mampu menghadirkan perseptif yang holistik tentang tema bagi pembaca.

## **1.7 Ruang Lingkup dan Batasan Penulisan**

Problematika keperempuanan adalah masalah pelik dan holistik. Oleh sebab itu, penulis mencoba untuk menggali dan menyoroti isu minor dari problematika keperempuanan yakni konsep kecantikan. Kendati sebagai isu minor, konsep

kecantikan disadari masih memiliki ketercakupan yang kompleks lantaran telah tersedimentasi dalam sendi-sendi kehidupan sosio-kultural. Atas alasan ini, penulis mempersempit ruang lingkup kajian terhadap konsep kecantikan yang dikonstruksi oleh produk kemajuan peradaban digital yakni platform TikTok. Pemilihan ini didasarkan pada alasan yang sederhana bahwa platform TikTok tengah sangat berkembang dan digandrungi oleh kebanyakan masyarakat digital.

Berbicara tentang konsep kecantikan tentu akan bertalian dengan dampak yang ditimbulkan olehnya. Ada beragam dampak dari konstruksi konsep kecantikan dalam platform TikTok. Namun, tesis ini hanya akan menilik dampaknya terhadap dinamika afirmasi identitas perempuan. Dengan ini, penulis memberi batasan subjek tesis yaitu konsep kecantikan dan implikasinya terhadap dinamika afirmasi identitas perempuan dalam platform TikTok.

Penulis melihat bahwa konsep kecantikan yang dikonstruksi oleh platform TikTok cenderung didasarkan pada aspek fisik yakni tubuh perempuan dengan refleksi yang pincang. Oleh sebab itu, penulis mesti merekonsepsi wawasan tentang kecantikan dengan memberi pendasaran yang substansial mengenai tubuh perempuan. Penulis akan menggunakan perspektif iman Katolik tentang Tubuh yang juga dibatasi hanya pada antropologi Kitab Suci dan Teologi tubuh Yohanes Paulus II. Dengan dua pendasaran di atas, tesis ini akan diarahkan untuk mengelaborasi dan membaca konsep kecantikan dan implikasinya terhadap dinamika afirmasi identitas perempuan dalam platform TikTok secara holistik.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Keseluruhan tesis ini akan dijabarkan dalam 5 (lima) bab. Bab pertama merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, asumsi dasar, tujuan penelitian, manfaat penulisan, metode penelitian, ruang lingkup dan batasan penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab dua akan menjelaskan tentang platform TikTok yang mencakup gambaran umum platform TikTok dengan rincian pembahasan mengenai sejarah berdiri, misi, kekhasan dan fitur-fitur TikTok; konsep kecantikan secara umum yang mencakup pengertian kecantikan dan kriteria kecantikan; implikasi konstruksi

kecantikan terhadap afirmasi identitas perempuan yang mencakup krisis identitas, identitas inferior dan pasif, identitas konsumtif dan identitas simbolis-matematis.

Bab tiga merupakan bagian kerangka teoretis yang menjelaskan tubuh menurut perspektif Katolik. Hal ini akan diuraikan secara lebih holistik dengan bertitik tumpu pada antropologi Kitab Suci dan Teologi tubuh Yohanes Paulus II. Kerangka teoretis ini akan dipakai sebagai instrumen rekonsepsi terhadap asumsi dasar konsep kecantikan yang menindas perempuan secara umum dan dalam platform TikTok secara khusus. Selanjutnya, kerangka teoretis yang sama akan dijadikan semacam budaya tandingan dan kiblat baru dalam dinamika afirmasi identitas perempuan.

Bab empat merupakan sintesis antara kerangka teoretis - dalam penjabaran bab tiga - dan problematika perempuan – dalam latar belakang dan bab dua. Atau lebih tepatnya, bab ini merupakan ikhtiar penulis membedah dan merekonsepsi kecantikan dan implikasinya terhadap dinamika afirmasi identitas perempuan menurut perspektif iman Katolik tentang tubuh.

Bab lima merupakan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan inti sari dari tiap bab yang kemudian diarahkan untuk memberikan beberapa saran praktis. Saran praktis hanya ditujukan bagi masyarakat umum, Gereja, perempuan, pengguna platform TikTok dan akademisi.