

## DEKONSTRUKSI CITRA KETAMPANAN DALAM KAMPANYE STRESS CASTING RUCAS DI TIKTOK: STUDI SEMIOTIKA ROLAND BARTHES

Rani Marisa Putri<sup>1</sup>, Andi Azhar<sup>2</sup>  
[ranimarisaputri3@gmail.com](mailto:ranimarisaputri3@gmail.com)<sup>1</sup>, [andiazhar@umb.ac.id](mailto:andiazhar@umb.ac.id)<sup>2</sup>  
Universitas Muhamamdiyah Bengkulu

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dekonstruksi citra ketampanan dalam kampanye Stress Casting Rucas di TikTok menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes. Kampanye ini secara eksplisit menantang norma konvensional tentang ketampanan yang sering diasosiasikan dengan atribut fisik ideal. Melalui analisis pada level denotasi, konotasi, dan mitos, penelitian ini mengungkap bahwa kampanye tersebut menawarkan perspektif baru tentang maskulinitas dan kecantikan. Pada level denotasi, video kampanye menampilkan figur-figur dengan penampilan yang jauh dari standar ketampanan ideal, seperti tubuh non-atletis dan gaya busana kasual. Pada level konotasi, elemen visual dan naratif mengkomunikasikan pesan bahwa ketampanan sejati adalah kepercayaan diri dan keaslian diri. Sementara itu, pada level mitos, kampanye mendekonstruksi gagasan tradisional ketampanan dan menggantinya dengan mitos baru yang menekankan ekspresi autentik dan nilai-nilai kepribadian. Hasil penelitian juga menunjukkan respons positif dari audiens, terutama generasi muda, yang mengapresiasi kampanye ini sebagai upaya memperluas pandangan tentang kecantikan yang inklusif. Namun, fenomena algoritma TikTok yang sering menampilkan konten tidak relevan bagi pengguna menjadi perhatian, menciptakan dualitas antara gangguan pengalaman konsumen dan peningkatan jangkauan kampanye sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami peran media sosial sebagai ruang diskursif untuk menantang norma sosial melalui narasi visual dan teks.

**Kata Kunci:** Tiktok, Citra Ketampanan, Stress Casting Rucas, Semiotika Roland Barthes, Norma Sosial.

### PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi ruang strategis untuk memengaruhi opini publik dan mengangkat isu sosial serta budaya. TikTok, salah satu platform media sosial terpopuler, kini bukan hanya sekadar alat hiburan, melainkan juga ruang diskursif yang mampu menantang norma sosial, termasuk standar kecantikan. Dalam hal ini, kampanye seperti "Stress Casting Rucas" di TikTok menunjukkan bagaimana media digital dapat digunakan untuk mendekonstruksi citra ketampanan yang sudah mapan di masyarakat (Sidorenko Bautista et al., 2021). Dekonstruksi citra ketampanan memiliki signifikansi yang besar, terutama karena ia terkait dengan representasi budaya dan cara masyarakat berkomunikasi di era digital. Standar kecantikan sering kali mengakar pada konstruksi sosial yang terus diperkuat oleh media. Kampanye "Stress Casting Rucas" menggunakan narasi visual dan teks untuk menantang persepsi ini, mengarahkan audiens untuk merenungkan ulang apa arti ketampanan itu sendiri (Khoirunnisaa et al., 2023).

Pendekatan semiotika Roland Barthes memungkinkan penelitian ini untuk mengurai mitos yang melekat pada citra ketampanan. Mitos adalah makna tambahan yang diciptakan oleh budaya dan sering kali tersembunyi di balik pesan visual maupun teks. Kampanye "Stress Casting Rucas" memberikan peluang untuk mengungkap mitos-mitos tersebut dan mengkaji bagaimana makna tersembunyi ini dapat membentuk kembali persepsi publik. Sebagai platform berbasis video pendek, TikTok menjadi ruang ideal untuk mengekspresikan identitas dan narasi alternatif. TikTok memfasilitasi interaksi kreatif yang

memungkinkan individu mendekonstruksi norma-norma tradisional, termasuk dalam hal citra ketampanan (Martin, 2024). Konten visual yang diproduksi secara masif dan viral di TikTok memiliki potensi besar untuk mendefinisikan ulang standar kecantikan dan maskulinitas.

Penelitian ini menekankan pentingnya TikTok sebagai alat untuk menciptakan kesadaran kritis. Generasi muda, yang menjadi pengguna dominan TikTok, terpapar pada narasi yang menantang norma-norma sosial. Kampanye "Stress Casting Rucas" menunjukkan bagaimana TikTok dapat menjadi platform kritik sosial yang efektif, sekaligus menjadi media pembelajaran budaya yang mendalam. Narasi kampanye "Stress Casting Rucas" sangat bergantung pada kombinasi elemen visual dan teks. Elemen visual digunakan untuk menarik perhatian audiens secara emosional, sementara teks memberikan konteks dan interpretasi yang mendukung dekonstruksi citra ketampanan. Pendekatan semiotika Roland Barthes membantu dalam menganalisis hubungan antara elemen-elemen ini untuk memahami pesan yang ingin disampaikan. Dekonstruksi citra ketampanan melalui kampanye ini tidak hanya memengaruhi persepsi individu, tetapi juga menciptakan percakapan kolektif di masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan dalam "Stress Casting Rucas" menantang audiens untuk memikirkan ulang definisi ketampanan, membebaskan mereka dari tekanan sosial yang membatasi ekspresi identitas.

Fenomena menarik yang juga muncul dari TikTok adalah ketika pengguna mencari konten tertentu, yang muncul justru konten lain yang tidak relevan. Contohnya, ketika seseorang mencari video atau produk seperti tas, hasil pencarian yang keluar malah berupa barang-barang yang tidak terkait. Fenomena ini tidak hanya mengganggu sebagai konsumen, tetapi juga memperlihatkan bagaimana algoritma TikTok dan media digital lainnya lebih berfokus pada kepopuleran dan keterlibatan, bukan pada akurasi pencarian. Gangguan ini dapat menurunkan kepuasan pengguna dan memengaruhi pengalaman mereka di platform. Namun, di sisi lain, fenomena ini juga dapat dimanfaatkan untuk menyisipkan pesan-pesan kampanye seperti "Stress Casting Rucas" kepada audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang awalnya tidak berminat pada isu tersebut.

Narasi kampanye "Stress Casting Rucas" sangat bergantung pada kombinasi elemen visual dan teks. Elemen visual digunakan untuk menarik perhatian audiens secara emosional, sementara teks memberikan konteks dan interpretasi yang mendukung dekonstruksi citra ketampanan. Pendekatan semiotika Roland Barthes membantu dalam menganalisis hubungan antara elemen-elemen ini untuk memahami pesan yang ingin disampaikan. Dekonstruksi citra ketampanan melalui kampanye ini tidak hanya memengaruhi persepsi individu, tetapi juga menciptakan percakapan kolektif di masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan dalam "Stress Casting Rucas" menantang audiens untuk memikirkan ulang definisi ketampanan, membebaskan mereka dari tekanan sosial yang membatasi ekspresi identitas

TikTok berperan penting dalam transformasi norma sosial melalui pendekatan budaya visual. Kampanye "Stress Casting Rucas" membuktikan bahwa media digital dapat digunakan untuk mengatasi stereotip tradisional dan menggantinya dengan narasi inklusif yang lebih relevan dengan perkembangan zaman. Standar ketampanan tradisional sering kali berbasis pada stereotip gender yang kaku. Kampanye ini berupaya mendobrak stereotip tersebut dengan menampilkan perspektif yang lebih cair dan terbuka terhadap keanekaragaman identitas. TikTok menjadi medium yang tepat untuk mengusung narasi ini karena audiensnya yang multikultural dan progresif. Penelitian ini memberikan kontribusi akademik yang signifikan dengan menghubungkan pendekatan semiotika dengan fenomena media sosial. Analisis kampanye "Stress Casting Rucas" melalui teori Roland Barthes tidak

hanya mengungkap makna tersembunyi, tetapi juga menunjukkan bagaimana budaya visual digital membentuk ulang wacana sosial.

Dekonstruksi citra ketampanan yang dilakukan melalui TikTok memiliki dampak jangka panjang terhadap budaya populer dan psikologi masyarakat. Kampanye seperti ini membuka jalan bagi generasi berikutnya untuk mengadopsi standar kecantikan yang lebih inklusif dan tidak berbasis pada penampilan fisik semata. Melalui pendekatan semiotik Roland Barthes, kampanye "Stress Casting Rucas" menjadi bukti bahwa media sosial seperti TikTok dapat digunakan untuk mendekonstruksi norma tradisional dan menciptakan ruang bagi narasi yang lebih inklusif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi lanjutan tentang peran media digital dalam transformasi sosial, khususnya terkait standar kecantikan dan maskulinitas.

### **1. Semiotika Roland Barthes**

(Barthes, 1977) menekankan bahwa setiap tanda memiliki makna denotatif dan konotatif, serta memperkenalkan konsep mitos yang mendukung ideologi tertentu. Dalam konteks media, semiotika Barthes membantu mengungkap makna dalam teks visual dan bagaimana tanda digunakan untuk mempertahankan atau menantang norma budaya. (Barthes, 1977) Barthes membedakan dua tingkat makna dalam semiotika:

- Denotasi: Merupakan makna literal atau langsung dari sebuah tanda, yakni makna yang bersifat objektif dan tidak mengandung interpretasi lebih lanjut. Denotasi adalah arti yang biasa atau umum diterima oleh masyarakat.
- Konotasi: Merupakan makna tambahan atau subjektif yang muncul melalui asosiasi sosial, budaya, atau pengalaman pribadi. Konotasi lebih kompleks dan berkaitan dengan bagaimana tanda tersebut dipahami dalam konteks sosial dan budaya tertentu.

### **2. Citra Ketampanan dalam Budaya Populer**

- (Afnira et al., n.d.) citra ketampanan dalam budaya populer sering kali dibentuk oleh media dan iklan yang menonjolkan nilai-nilai seperti simetri wajah dan tubuh ideal. Gambar-gambar ini menciptakan standar kecantikan tertentu yang diinternalisasi oleh masyarakat. Akibatnya, individu merasa tertekan untuk mematuhi standar ketampanan ini, yang berpotensi memengaruhi persepsi diri dan menimbulkan ketidaknyamanan psikologis. Konstruksi citra ketampanan ini bukan hanya sebatas estetika fisik, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana masyarakat menilai dan mengevaluasi individu berdasarkan penampilan luar.

### **3. Kampanye Sosial di TikTok**

- (Khoirunnisaa et al., 2023) TikTok sebagai platform video pendek efektif untuk kampanye sosial, memberikan ruang bagi narasi alternatif untuk mendapatkan perhatian. Kampanye seperti "Stress Casting Rucas" memanfaatkan kreativitas audiovisual untuk menantang stereotip dan mempromosikan inklusivitas.

Menurut (Martin, 2024) citra ketampanan dalam budaya populer sering kali dibentuk oleh media dan iklan yang menonjolkan nilai-nilai seperti simetri wajah dan tubuh ideal. Gambar-gambar ini menciptakan standar kecantikan tertentu yang diinternalisasi oleh masyarakat. Akibatnya, individu merasa tertekan untuk mematuhi standar ketampanan ini, yang berpotensi memengaruhi persepsi diri dan menimbulkan ketidaknyamanan psikologis. Konstruksi citra ketampanan ini bukan hanya sebatas estetika fisik, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana masyarakat menilai dan mengevaluasi individu berdasarkan penampilan luar.

(Khoirunnisaa et al., 2023) mengungkapkan bahwa TikTok sebagai platform video pendek sangat efektif dalam menjalankan kampanye sosial karena kemampuannya untuk

memberikan ruang bagi narasi alternatif. Dengan format audiovisual yang kreatif dan dinamis, TikTok memungkinkan kampanye sosial seperti "Stress Casting Rucas" untuk menantang stereotip yang ada, serta mempromosikan inklusivitas dan keberagaman. Kampanye ini menggunakan kekuatan visual dan audio untuk menarik perhatian audiens, memberikan pesan yang lebih kuat, dan mengubah pandangan sosial terhadap isu-isu tertentu, termasuk citra ketampanan yang dihadirkan di media.

#### **4. Dekonstruksi dalam Komunikasi Visual**

- (Gill, 2007) menyatakan Dekonstruksi adalah pendekatan kritis yang membongkar makna mapan. Dalam komunikasi visual, ini dapat digunakan untuk menantang ideologi dominan dengan memutarbalikkan tanda-tanda yang dikenal. Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana citra ketampanan dalam kampanye ini didekonstruksi untuk menyampaikan pesan inklusif. Menurut Gill (2007), dekonstruksi adalah pendekatan kritis yang bertujuan untuk membongkar makna yang telah mapan. Dalam konteks komunikasi visual, dekonstruksi digunakan untuk menantang ideologi dominan dan menggali makna yang terkandung dalam tanda-tanda yang tampaknya sudah dikenal. Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana citra ketampanan yang sering ditampilkan dalam media dapat didekonstruksi dalam kampanye seperti "Stress Casting Rucas" untuk menyampaikan pesan inklusif. Dengan cara ini, dekonstruksi memungkinkan kita untuk melihat kembali makna ketampanan dan membuka ruang untuk representasi yang lebih beragam dan lebih manusiawi, yang tidak terikat pada norma-norma tradisional yang ada (Gill, 2007).

Ketiga penelitian tersebut memberikan wawasan penting tentang bagaimana citra ketampanan dikonstruksi dan dipertanyakan dalam budaya populer, serta bagaimana platform seperti TikTok dapat digunakan untuk menantang standar kecantikan yang sempit dan merayakan inklusivitas melalui kampanye sosial yang kreatif.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendalami makna dan simbol di balik kampanye Stress Casting Rucas di TikTok. Pendekatan kualitatif dipilih karena cocok untuk mengeksplorasi fenomena sosial dan budaya yang kompleks, terutama yang melibatkan tanda, simbol, dan konstruksi makna (Creswell, 2014). Analisis menggunakan metode semiotika Roland Barthes, yang terkenal dengan pendekatannya dalam memecahkan lapisan makna tanda: denotasi (makna langsung), konotasi (makna implisit), dan mitos (ideologi yang mendasari tanda tersebut) (Barthes, 1981).

Data utama dalam penelitian ini adalah konten video dan narasi teks dari kampanye Stress Casting Rucas yang diunggah di TikTok. Data tersebut mencakup elemen visual seperti ekspresi wajah, gaya berpakaian, dan komposisi visual, serta elemen naratif seperti teks, audio, dan komentar pengguna.

Teknik pengumpulan data melibatkan (Sugiyono, 2017):

#### **1. Analisis Konten**

Analisis konten digunakan untuk menelaah visual dan narasi yang ditampilkan dalam kampanye Stress Casting Rucas. Dalam tahap ini, peneliti menganalisis elemen-elemen visual dan teks yang ada dalam video kampanye, dan mengklasifikasikannya berdasarkan tiga tingkat semiotika Roland Barthes: denotasi, konotasi, dan mitos. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana citra ketampanan dibentuk dan didekonstruksi melalui media digital.

#### **2. Wawancara**

Wawancara dilakukan dengan dua kelompok utama: audiens yang merupakan

pengguna TikTok dan pengelola kampanye. Wawancara dengan audiens bertujuan untuk menggali respons dan persepsi mereka terhadap kampanye, serta untuk mengetahui apakah kampanye ini mempengaruhi pandangan mereka tentang ketampanan dan maskulinitas. Wawancara dengan pengelola kampanye dilakukan untuk memahami tujuan dan strategi yang diterapkan dalam menyampaikan pesan kampanye.

### 3. Observasi

Observasi dilakukan terhadap interaksi pengguna TikTok dengan konten Stress Casting Rucas. Peneliti memantau bagaimana kampanye ini diterima oleh audiens secara langsung melalui komentar, likes, dan tingkat interaksi lainnya. Observasi juga dilakukan terhadap fenomena algoritma TikTok yang menampilkan kampanye ini kepada audiens yang tidak secara eksplisit mencari konten terkait, untuk mengukur jangkauan dan dampak kampanye.

### 4. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi dianalisis dengan menggunakan teknik analisis tematik dan analisis semiotika. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola umum dan tema-tema yang muncul dari wawancara dan respons audiens, sementara analisis semiotika digunakan untuk memetakan makna dan konstruksi citra ketampanan dalam kampanye tersebut.

Dengan menggunakan metode ini, penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana kampanye Stress Casting Rucas membentuk dan mendekonstruksi citra ketampanan dalam budaya populer serta dampaknya terhadap audiens, khususnya generasi muda yang aktif di platform TikTok.

Tahapan analisis semiotika Roland Barthes meliputi:

1. Denotasi: Mengidentifikasi elemen-elemen yang terlihat (seperti visual dan narasi langsung).
2. Konotasi: Menafsirkan makna implisit dari elemen-elemen tersebut berdasarkan konteks sosial.
3. Mitos: Mengungkap ideologi yang tersembunyi di balik elemen-elemen tersebut, khususnya terkait citra ketampanan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

1 Kampanye Stress Casting Rucas di TikTok berhasil menantang norma konvensional tentang citra ketampanan dengan pendekatan visual dan naratif yang unik. Melalui analisis semiotika Roland Barthes pada tiga level—denotasi, konotasi, dan mitos—kampanye ini memberikan perspektif baru tentang ketampanan dan maskulinitas yang lebih inklusif dan beragam.

### Level Denotasi

Pada level denotasi, kampanye menampilkan individu dengan ciri fisik yang tidak sesuai dengan standar ketampanan ideal yang umumnya dipromosikan di media. Figur-figur dalam kampanye ini memperlihatkan tubuh non-atletis, ekspresi wajah yang biasa, dan gaya busana kasual yang sederhana, seperti kaus polos atau celana jeans. Berbeda dengan citra ketampanan tradisional yang biasanya menggambarkan laki-laki dengan tubuh kekar, wajah bersih, dan pakaian modis atau formal, visual ini memberikan gambaran yang lebih realistis dan beragam. Hal ini memberikan ruang bagi audiens untuk melihat bahwa ketampanan tidak harus memenuhi standar fisik tertentu dan memperkenalkan citra yang lebih manusiawi.

### Level Konotasi

Pada tingkat konotasi, elemen visual ini membawa makna yang lebih dalam tentang

kepercayaan diri dan keaslian. Kampanye ini secara implisit menyampaikan bahwa ketampanan sejati tidak harus dicapai dengan memenuhi standar fisik yang ideal. Frasa-frasa seperti “jadilah diri sendiri” dan “melampaui standar sosial” dalam teks dan audio video memperkuat pesan bahwa kecantikan dan maskulinitas bisa diekspresikan dengan berbagai cara. Dengan ini, kampanye ini mengajak audiens untuk menerima diri mereka apa adanya dan menanggalkan tekanan sosial yang kerap muncul karena standar kecantikan yang kaku.

### **Level Mitos**

Pada level mitos, kampanye ini mendekonstruksi gagasan ketampanan tradisional yang berfokus pada atribut fisik sempurna, seperti tubuh ideal, rahang tegas, atau kulit mulus. Sebagai gantinya, kampanye ini membangun mitos baru yang menyatakan bahwa ketampanan sejati terletak pada autentisitas dan ekspresi diri. Mitos yang baru ini mengubah persepsi kolektif masyarakat, dari yang sebelumnya mengutamakan penampilan luar menjadi lebih menekankan pada nilai-nilai intrinsik seperti kejujuran, kepercayaan diri, dan keberanian untuk menjadi diri sendiri. Kampanye ini mengajak audiens untuk lebih menghargai kualitas-kualitas yang lebih mendalam dan berbicara tentang identitas pribadi.

### **Respons Audiens**

Analisis terhadap respons audiens menunjukkan bahwa kampanye ini mendapat sambutan positif, terutama dari generasi muda. Banyak pengguna TikTok menyatakan bahwa kampanye ini membantu mereka merefleksikan kembali pandangan mereka tentang kecantikan dan maskulinitas. Beberapa komentar mengapresiasi keberanian kampanye dalam menyuarakan keberagaman, sementara lainnya merasa terinspirasi untuk lebih percaya diri dengan diri mereka sendiri. Namun, fenomena menarik juga muncul terkait algoritma TikTok. Saat pengguna mencari konten seperti produk tas, mereka justru disuguhkan dengan kampanye sosial seperti Stress Casting Rucas, yang menciptakan dualitas dalam pengalaman pengguna. Di satu sisi, ini mengganggu pengguna karena konten yang muncul tidak sesuai dengan pencarian mereka. Di sisi lain, ini memungkinkan kampanye untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang tidak berniat mencari konten sosial ini.

### **Implikasi**

Hasil ini menunjukkan bahwa kampanye Stress Casting Rucas berhasil mendekonstruksi citra ketampanan tradisional dengan menampilkan alternatif narasi yang lebih inklusif dan menekankan nilai-nilai keaslian. Meskipun kampanye ini efektif dalam menyebarkan pesan sosial yang positif kepada audiens yang lebih luas melalui algoritma TikTok, ada risiko mengganggu pengalaman pengguna tertentu yang tidak sengaja terpapar konten ini. Oleh karena itu, meskipun kampanye ini memiliki potensi untuk mengubah persepsi masyarakat, efektivitas jangka panjangnya dalam mengubah norma sosial dan budaya yang lebih luas masih memerlukan penelitian lebih lanjut.

## **KESIMPULAN**

Kampanye Stress Casting Rucas di TikTok secara efektif mendekonstruksi citra ketampanan tradisional. Dengan pendekatan semiotika Roland Barthes, kampanye ini menggantikan standar kecantikan yang berbasis fisik dengan narasi yang menekankan kepribadian dan keaslian. TikTok terbukti menjadi medium yang efektif untuk menyampaikan pesan ini, meskipun algoritma platform terkadang mengalihkan fokus audiens kepada konten yang tidak dicari. Kampanye ini memberikan alternatif pandangan yang lebih inklusif dan membuka ruang untuk representasi yang lebih beragam dalam budaya populer.

## **Saran**

1. Bagi kreator TikTok: Gunakan algoritma TikTok secara strategis untuk menjangkau audiens yang lebih relevan dengan kampanye sosial.
2. Penelitian lanjutan: Perlu dilakukan analisis kuantitatif terhadap dampak kampanye terhadap perubahan persepsi audiens tentang ketampanan.
3. Untuk TikTok sebagai platform: Tingkatkan relevansi algoritma dalam menampilkan hasil pencarian agar pengalaman pengguna lebih optimal tanpa mengurangi jangkauan kampanye sosial.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Afnira, E., Raja Ali Haji Jl Raya Dompok, M., Bukit Bestari, K., Tanjung Pinang, K., & Riau, K. (n.d.). MITOS DALAM KAMPANYE POLITIK (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Film Our Brand is Crisis).
- Barthes, R. (1977). *Image, Music, Text*.
- Gill, R. (2007). *Gender and the Media*.
- Khoirunnisaa, F., Hidayat, M. N., Komunikasi, J. I., Komputer, I., Dian, U., & Semarang, N. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA AKUN TIKTOK @DR.ZIEE. <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI>
- Martin, S. E. (2024). DialectTikTok: The Dynamic Semiotics of Amateur Visual Trends on TikTok (pp. 55–64). <https://doi.org/10.14361/9783839471425-005>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.