

MITOS KECANTIKAN NAOMI WOLF DALAM RELIGI: Analisis Hermeneutika Hans-Georg Gadamer

Layinatu Aolia Maharani
UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
E-mail: layinatumaharani12@gmail.com

Loekisno Choiril Warsito
UIN Sunan Ampel Surabaya, Indonesia
E-mail: luckys.no@gmail.com

Abstract: This article investigates the concept of beauty as a “religion” as articulated by Naomi Wolf. Employing a qualitative research methodology, the article adopts a hermeneutic approach informed by the framework established by Hans-Georg Gadamer, encompassing four key stages: theory effective-history (history of influence), pre-understanding theory, fusion of horizons (inter-melting horizon) and implementation or application theory. Primary data is sourced from Naomi Wolf’s seminal work, *The Beauty Myth*, while secondary data is drawn from diverse scholarly literature, including books, journals and other relevant sources. The findings reveal that according to Naomi Wolf, the myth of beauty is construed as a religion wherein women are deified, with beauty perceived as a tool for societal advancement. Beauty rituals instill fear in women regarding non-ideal bodies, underscoring the urgency of the contemporary feminist movement’s advocacy for body positivity. This study underscores the significance of challenging traditional beauty norms and fostering self-acceptance among women.

Keywords: Beauty myth, hermeneutics, Naomi Wolf, religion.

Article history: Received: 04 September 2022 | Revised: 12 November 2022 | Accepted: 16 February 2023 | Available online: 01 June 2023.

How to cite this article:

Maharani, Layinatu Aolia., Loekisno Choiril Warsito. “Mitos Kecantikan Naomi Wolf Dalam Religi: Analisis Hermeneutika Hans-Georg Gadamer”. *Journal of Ushuluddin and Islamic Thought* 1, no. 1 (Juni 2023). <https://doi.org/10.15642/juit.2023.1.1.24-37>.

Pendahuluan

Munculnya fenomena *beauty privilege* menyebabkan perempuan saat ini bersaing untuk terlihat cantik. Kecantikan kini memiliki dampak besar terhadap hak dan kebebasan perempuan. Ketika seorang perempuan diprioritaskan karena kecantikannya, banyak yang mendapatkan keuntungan, seperti akses yang lebih mudah ke pekerjaan, promosi, atau gaji yang lebih tinggi. Bahkan dalam pendidikan, seorang perempuan dengan kecantikan dapat dianggap lebih berharga. Namun, banyak pula perempuan yang merasa didiskriminasi karena keistimewaan kecantikan ini. Mereka yang tidak memenuhi standar ideal merasa tidak aman dan harus bekerja lebih keras untuk mencapai apa yang mereka inginkan. Sementara, perempuan yang mendapat hak istimewa karena kecantikan harus memenuhi ekspektasi dari lingkungan sosial.

Standar kecantikan yang berlaku saat ini merupakan hasil dari eksposur iklan yang sering kali menampilkan model-model dengan tubuh yang dianggap ideal: kurus, kulit putih, rambut panjang lurus, wajah tanpa noda, dan lain sebagainya. Selain itu, kemajuan teknologi dan akses informasi juga meningkatkan penyebaran serta peningkatan standar kecantikan ideal tersebut.¹ Akibatnya, secara tidak langsung, perempuan merasa terpaksa untuk memenuhi tipe ideal yang terpampang agar tidak mengalami ejekan dari lingkungan mereka, dan sering kali mereka rela melakukan berbagai cara untuk mencapai standar kecantikan tersebut.

Dalam bukunya *The Beauty Myth*, Naomi Wolf mengemukakan bahwa gagasan ideal tentang seorang perempuan tidak muncul begitu saja, melainkan berasal dari suatu sumber yang memiliki tujuan tertentu.² Para perempuan rela menderita dan menghadapi risiko bahaya untuk memenuhi kriteria label kecantikan tersebut. Mereka berlomba-lomba untuk mencapai standar kecantikan demi meraih apa yang mereka inginkan. Menurut survei ZAP Beauty Index 2018/2019, sebagian perempuan di Indonesia sudah melakukan berbagai perawatan kecantikan, menggunakan produk *skincare*, dan bahkan mulai menggunakan *make-up* pada usia di bawah 13 tahun.³ Bahkan,

¹ Area Sandhy, "Pemaknaan Perempuan terhadap Konstruksi Mitos Kecantikan di Media Online Femaledaily.com" (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2016).

² Naomi Wolf, *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*, terj. Alia Swastika (Yogyakarta: Niagara, 2004).

³ "ZAP Beauty Index 2019", ZAP Clinic, <https://zapclinic.com>. Diakses 27 Mei 2023.

demi memperoleh label “cantik”, banyak dari mereka harus menanggung rasa sakit dan risiko tertentu.

Survei global yang dilakukan oleh International Society of Aesthetic Plastic Surgery (ISAPS) menunjukkan bahwa 99,0% dari 1.771.182 perempuan melakukan pembesaran payudara, sementara 85,5% dari 1.458.114 perempuan melakukan sedot lemak.⁴ Ini mencerminkan tekanan yang besar yang dialami perempuan untuk memenuhi standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat.

Naomi Wolf membagi mitos kecantikan yang dihadapi oleh perempuan ke dalam enam elemen sosial.⁵ *Pertama*, lingkungan kerja, di mana perempuan diharapkan tampil cantik dan menarik untuk mendapatkan pekerjaan atau posisi tertentu di perusahaan. *Kedua*, budaya, yang menciptakan stereotipe-stereotipe perempuan agar sesuai dengan mitos kecantikan yang ada.⁶ Contohnya, perempuan diharapkan memenuhi standar kecantikan yang diterima secara sosial dan yang dipromosikan oleh media. *Ketiga*, agama, di mana mitos kecantikan berperan sebagai kidung dari agama baru,⁷ yang menanamkan keyakinan bahwa kecantikan adalah hal ilahi yang harus diwujudkan oleh perempuan. *Keempat*, seksualitas, di mana kecantikan dapat menyebabkan pornografi kecantikan dan sadomasokisme kecantikan.⁸ Banyak iklan menampilkan perempuan dengan kesan seksi dan erotis. *Kelima*, kelaparan, di mana perempuan melakukan diet ketat atau bahkan mengalami anoreksia untuk mencapai tubuh yang dianggap ideal.⁹ *Keenam*, kekerasan, di mana beberapa perempuan, demi kecantikan, rela melakukan tindakan menyakiti diri dengan pisau bedah.¹⁰

Wolf menyatakan bahwa munculnya mitos kecantikan dapat mengarah pada munculnya sebuah agama baru. Dalam agama baru ini, ritus kecantikan dijadikan sebagai pedoman oleh para perempuan. Ritus kecantikan mengajarkan bahwa lemak merupakan dosa bagi

⁴ “International Society of Aesthetic Plastic Surgery”, ISAPS, <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/reports-and-press-releases/global-survey-2019-full-report-and-press-releases/>. Diakses 27 Mei 2023.

⁵ Fitrotul Muayyanah, Emah Khuzaemah, dan Indrya Mulyaningsih, “Celaan Fisik pada Film *Imperfect* Karya Ernest Prakasa (Kajian Mitos Kecantikan Naomi Wolf)”, *Medan Makna: Jurnal Ilmu Kebahasaan dan Kesastraan* 20, no. 1 (2022), 85–103.

⁶ Wolf, *Mitos Kecantikan*, 117.

⁷ *Ibid*, 165.

⁸ *Ibid*, 253–260.

⁹ *Ibid*, 359.

¹⁰ *Ibid*, 433.

tubuh perempuan, sementara kecantikan dipandang sebagai surga dan kejelekan sebagai neraka. Masyarakat menindas perempuan dengan menggunakan konstruksi kecantikan, yang dapat memadamkan cahaya yang seharusnya dimiliki oleh perempuan. Konstruksi kecantikan ini sering kali menimbulkan ketakutan pada perempuan, karena ritus kecantikan secara langsung menciptakan rasa bersalah pada mereka yang memiliki bentuk tubuh yang tidak sesuai dengan citra “cantik” yang dipromosikan oleh masyarakat.

Ritus kecantikan adalah simbol bagi perempuan sebagai sebuah gereja kecantikan yang memiliki dua sisi. Ia adalah lambang keberanian perempuan untuk mengisi kekosongan spiritual dalam diri mereka. Pemujaan terhadap kecantikan menunjukkan adanya kehausan spiritual akan ritus keperempuanan dan perjalanan spiritual. Dalam pemikirannya, Naomi Wolf menyatakan bahwa seorang perempuan memiliki kebebasan penuh dalam cara hidupnya. Perempuan harus memiliki potensi untuk bertindak secara positif dan berani menghadapi segala tantangan. Saleh Khairul menegaskan bahwa perempuan memiliki kemerdekaan, yang berarti mampu memaksimalkan segala potensi dan pengalaman yang dimiliki.¹¹

Peneliti tertarik untuk mengkaji tentang mitos kecantikan dalam konteks elemen masyarakat, khususnya dalam ranah keagamaan atau religi. Penelitian ini akan memanfaatkan pemikiran mitos kecantikan Naomi Wolf untuk menggambarkan bentuk-bentuk mitos kecantikan yang terdapat dalam praktik keagamaan. Untuk mendekonstruksi dan memahami makna dari mitos kecantikan dalam konteks religi, penelitian ini akan menggunakan pendekatan analisis hermeneutika Hans-Georg Gadamer.

Pendekatan hermeneutika Gadamer akan membantu dalam menginterpretasikan teks-teks serta praktik-praktik ritual yang terkait dengan kecantikan dalam berbagai tradisi agama. Dengan demikian, penelitian ini akan mengungkap bagaimana mitos kecantikan memengaruhi persepsi dan perilaku perempuan dalam konteks keagamaan, serta bagaimana interpretasi Gadamer membantu dalam memahami makna yang tersembunyi di balik praktik-praktik kecantikan dalam konteks religi. Melalui pendekatan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang

¹¹ Devi Laila Maghfiroh dan Moh. Zawawi, “Resistensi Perempuan dalam Film *For Sama*: Kajian Timur Tengah Perspektif Feminisme Naomi Wolf”, *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra* 15, no. 4 (2020), 506–20.

bagaimana konstruksi sosial tentang kecantikan tecermin dalam konteks religi serta dampaknya terhadap pengalaman dan identitas perempuan dalam masyarakat.

Kecantian dan Religi

Kecantikan berasal dari kata sifat “cantik” yang, dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, memiliki makna elok dan molek, sering kali terkait dengan penampilan wajah atau paras perempuan.¹² Namun, kecantikan pada manusia adalah bagian dari keindahan alam yang meliputi berbagai aspek, seperti bentuk tubuh, jenis kelamin, usia, etnis, dan aktivitas fisik maupun mental.¹³ Kecantikan pada perempuan sering dikaitkan dengan kelembutan dan femininitas, sedangkan pada laki-laki kecantikan bisa berarti kekar dan kuat. Ini menunjukkan bahwa konsep kecantikan bersifat relatif dan dapat bervariasi tergantung pada konteks budaya dan sosial tertentu.

Kecantikan sering diasosiasikan dengan konsep-konsep positif seperti kebahagiaan, kebenaran, serta kebaikan, dan cenderung ditekankan pada aspek wajah. Namun, kecantikan adalah konsep yang dibentuk oleh masyarakat dan disepakati bersama, sehingga tidak memiliki definisi yang tetap. Kecantikan adalah konsep yang dinamis dan selalu berkembang sesuai dengan perubahan zaman. Setiap budaya memiliki pandangan yang berbeda tentang kecantikan dari masa ke masa.¹⁴ Khalid membagi kecantikan menjadi dua jenis: kecantikan batin (*inner beauty*) dan kecantikan luar (*outer beauty*). *Inner beauty* merupakan keindahan yang bersifat hakiki. Orang yang memiliki kecantikan batin akan terlihat indah, mulia, dan penuh dengan karisma, sedangkan *outer beauty* adalah kecantikan fisik yang terlihat oleh pancaindra manusia.¹⁵

Dalam konsep kecantikan, terdapat dua pandangan utama: pandangan modern dan pandangan tradisional. Pandangan modern melihat kecantikan melalui aspek-aspek tertentu yang sering kali dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan budaya yang dominan pada saat itu. Hal ini mencakup standar-standar fisik tertentu seperti bentuk

¹² “Cantik”, KBBI Daring, terakhir diubah Oktober 2023.

¹³ Erika Lise Widyaningrum, *Konsep Kecantikan Wanita dalam Lukisan I Gusti Ngurah Udiantara* (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2017).

¹⁴ Femi Olivia, *Change Yourself into Swan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010), 43.

¹⁵ Indriya Rusmana Dani dan Muthia Estafand, *Cantik dengan Sedekah: Solusi Dicintai dan Bahagia bagi Muslimah* (Jakarta: QultumMedia, 2010).

tubuh, wajah, dan penampilan yang sesuai dengan tren dan idealisme zaman tersebut. Sementara itu, pandangan tradisional melihat konsep kecantikan dari sudut pandang budaya. Ini berarti bahwa setiap masyarakat memiliki budaya yang unik dan kriteria kecantikan yang berbeda-beda. Konsep kecantikan dalam pandangan tradisional cenderung dipengaruhi oleh nilai-nilai, kepercayaan, dan tradisi yang diwariskan dari generasi ke generasi dalam suatu budaya. Sebagai hasilnya, definisi kecantikan dapat bervariasi secara signifikan dari satu budaya ke budaya lainnya.¹⁶

Kemudian, mengaitkannya dengan religi, penjelasan tentang asal-usul kata “religi” cukup diperlukan. Religi dari bahasa Belanda, *religie*, dan bahasa Inggris, *religion*, berasal dari bahasa Latin, *relegere* atau *relegare*. Kata ini memiliki akar kata “*lege*” yang berarti “berhati-hati” atau “memperhatikan dengan seksama” serta “mengikat” atau “menghubungkan”.

Dengan demikian, term “religi” mengandung makna keyakinan, nilai-nilai, dan norma-norma hidup yang dipegang dan dijaga dengan hati-hati agar tidak menyimpang dari jalan yang telah ditetapkan. Ini juga melibatkan keterikatan pada kekuatan gaib yang suci dan pengaruhnya terhadap kehidupan manusia. Dalam konteks ini, religi merupakan suatu keyakinan terhadap adanya kekuatan gaib yang menentukan jalan hidup dan diikuti dengan penuh penghormatan terhadap jalan, aturan, dan norma yang telah ditetapkan.¹⁷

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, kata “religi” memiliki empat arti, yaitu kepercayaan kepada Tuhan; kepercayaan akan adanya kekuatan adikodrati di atas manusia; kepercayaan; agama.¹⁸ Menurut Bouquet, agama adalah hubungan yang tetap antara manusia dengan yang bersifat suci dan supranatural, yang berdiri sendiri dan memiliki kekuatan absolut yang disebut Tuhan. Sementara itu, menurut Fachruddin Al-Khahiri, agama adalah suatu peraturan yang mengatur keadaan manusia, termasuk mengenai hal-hal gaib, budi pekerti, pergaulan hidup bersama, dan lain-lain. Dengan demikian, agama memiliki dimensi yang luas, tidak hanya terbatas pada aspek

¹⁶ Dini Aprilita dan Refti Handini Listyani, “Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @pahuan_girl)”, *Paradigma* 4, no. 3 (2016), 1–13.

¹⁷ Muhaimin dkk., *Kawasan dan Wawasan Studi Islam* (Jakarta: Kencana, 2005), 34.

¹⁸ “Cantik”, KBI Daring, terakhir diubah Oktober 2023.

kepercayaan kepada Tuhan, tetapi juga mencakup aspek-aspek kehidupan manusia yang lain.

Benar bahwa, dalam banyak pemahaman, agama dianggap sebagai suatu ajaran yang diwahyukan Tuhan kepada manusia melalui perantara rasul sebagai utusan-Nya. Ajaran ini diyakini keberadaannya dan digunakan oleh manusia sebagai pedoman dalam menjalani kehidupannya di dunia dengan harapan mencapai keselamatan bagi dirinya sendiri dan masyarakat luas.¹⁹ Dalam perspektif ini, agama tidak hanya menawarkan panduan moral dan etika, tetapi juga memberikan harapan akan kehidupan yang lebih baik di masa depan, baik dalam kehidupan dunia maupun kehidupan setelah kematian.

Analisis Hermeneutis Mitos Kecantikan dalam Religi

Berikut peneliti paparkan analisis tentang mitos kecantikan dalam religi menurut pemikiran Naomi Wolf dengan menggunakan teori hermeneutika Hans Georg Gadamer. Dalam memahami sebuah teks terbagi menjadi empat tahapan.

1. Kesadaran Keterpengaruh oleh Sejarah (*Effective History*)

Pengaruh media sosial dan kehadiran para *influencers* dalam industri kecantikan memang memiliki dampak yang signifikan saat ini, terutama bagi perempuan. Para *influencers* ini sering kali dianggap sebagai figur yang mewakili standar kecantikan dan gaya hidup yang diidolakan oleh banyak orang. Sebagai akibatnya, persepsi tentang kecantikan dan citra tubuh ideal dapat dipengaruhi secara besar-besaran oleh apa yang ditampilkan oleh para *influencers* di media sosial.

Dalam konteks hermeneutika Gadamer, pengalaman hidup dan kultur individu menjadi faktor yang sangat memengaruhi cara seseorang memahami dan menafsirkan teks-teks sosial seperti konten media sosial. Para penafsir, terutama perempuan, mungkin cenderung melihat kecantikan dari sudut pandang yang dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat dan konsumsi di media sosial. Hal ini dapat menciptakan tekanan yang lebih besar bagi perempuan untuk memenuhi standar kecantikan yang ditetapkan oleh para *influencers*.

Dengan demikian, dalam konteks pemahaman terhadap kecantikan, situasi hermeneutis saat ini tecermin dari pengaruh media sosial dan kehadiran *influencers* dalam menciptakan narasi tentang kecantikan. Hal ini dapat memengaruhi persepsi dan pengalaman

¹⁹ Kasno, *Filsafat Agama* (Surabaya: Alpha, 2018), 2-4.

perempuan terhadap kecantikan serta menciptakan standar yang mungkin sulit untuk dicapai. Sebagai penafsir, penting untuk menyadari pengaruh situasi hermeneutis ini dalam memahami konstruksi sosial tentang kecantikan dan bagaimana hal itu memengaruhi persepsi dan pengalaman perempuan dalam masyarakat saat ini.

Perkembangan media sosial telah menjadi katalisator bagi kemajuan feminisme dalam beberapa cara yang signifikan. Sebelumnya, gerakan feminisme sering kali menghadapi hambatan dari struktur sosiopolitik dan kekurangan media komunikasi yang memadai. Namun, dengan adanya media sosial, feminisme telah menemukan platform yang kuat untuk menyebarkan gagasan, mengorganisasi aksi, dan memperluas jaringan dukungan.

Feminisme saat ini telah mengalami banyak perkembangan, tidak hanya sebagai gerakan yang mengadvokasi kesetaraan antara perempuan dan laki-laki, tetapi juga kesetaraan antara individu tanpa memandang gender. Lebih dari itu, feminisme saat ini juga membahas isu-isu seperti *sex positive* (memandang seksualitas sebagai hal yang positif dan bebas dari penindasan), *anti-misandry* (menentang sikap permusuhan terhadap laki-laki), dan *body positivity* (mempromosikan penerimaan terhadap beragam bentuk tubuh dan penampilan).

Dengan dukungan media sosial, gerakan feminisme telah menjadi lebih inklusif dan lebih beragam dalam pendekatan dan tujuannya. Hal ini memungkinkan berbagai isu dan perspektif yang berbeda untuk didengar dan diperjuangkan, menciptakan ruang bagi transformasi sosial yang lebih luas dan lebih menyeluruh. Sebagai hasilnya, media sosial telah membawa kemajuan yang signifikan bagi gerakan feminisme di era kontemporer.

2. Prapemahaman Hermeneutis

Dalam konteks hermeneutika Gadamer, keterpengaruhannya situasi hermeneutik dapat memengaruhi prapemahaman penafsir terhadap teks yang akan ditafsirkan. Prapemahaman ini merupakan pemahaman awal atau preconsepsi yang dimiliki oleh penafsir berdasarkan latar belakang, pengalaman, dan pengetahuan mereka sebelumnya.

Dalam hal ini, prapemahaman peneliti terhadap buku *The Beauty Myth* karya Naomi Wolf dipengaruhi oleh situasi hermeneutisnya, termasuk pengalaman pribadi dan pengetahuan tentang konteks sosial dan budaya pada saat itu. Naomi Wolf menulis buku ini sebagai

respons terhadap pengalaman pelecehan yang ia alami di kampusnya, Universitas Yale, serta kurangnya tanggapan yang memadai terhadap kasus tersebut.

Dari prapemahaman ini, peneliti memahami bahwa buku *The Beauty Myth* merupakan suatu pernyataan ulang tentang pandangan feminis bahwa perempuan sering kali dipaksa oleh masyarakat untuk mengejar citra femininitas yang ideal, yang sering kali tidak realistis dan tidak dapat dicapai. Naomi Wolf menyajikan mitos kecantikan sebagai sumber diskriminasi dan ketidaksetaraan sosial bagi perempuan, dan dalam bukunya, ia memberikan cara-cara bagi perempuan untuk melampaui tekanan dan harapan yang tidak realistis tersebut.

Dengan demikian, pemahaman penafsir terhadap teks *The Beauty Myth* dipengaruhi oleh situasi hermeneutisnya, termasuk pengalaman perempuan dalam masyarakat dan kesadaran akan isu-isu gender dan kecantikan pada saat itu. Hal ini memengaruhi cara mereka menginterpretasikan pesan-pesan yang terkandung dalam buku tersebut serta relevansinya dengan konteks sosial dan budaya yang ada.

3. Fusi Horizon

Fusi horizon menurut Gadamer adalah proses peleburan antara horizon pengetahuan yang terkandung dalam teks dengan horizon pengetahuan yang dimiliki oleh penafsir, dengan tujuan untuk menemukan makna baru.

Terbitnya majalah-majalah perempuan menyebabkan munculnya sebuah kidung dari agama baru. Dengan membaca majalah tersebut perempuan berarti perempuan ikut andil dalam penciptaan kembali dari sistem kepercayaan yang memiliki kekuatan yang sama dengan gereja.²⁰

Pada zaman ini, kecantikan telah menjadi hal yang sangat penting bagi seorang perempuan. Penyebaran banyak mitos kecantikan oleh para *influencers* telah menyebabkan banyak diskriminasi dan kesenjangan sosial yang dialami oleh perempuan. Perempuan saat ini merasa terpaku pada standar kecantikan yang dapat dilihat secara fisik. Untuk mencapai citra kecantikan yang diidamkan, perempuan sering kali melakukan berbagai hal, salah satunya adalah dengan membeli produk kosmetik yang dipromosikan oleh *influencers* di media

²⁰ Wolf, *Mitos Kecantikan*, 165.

sosial. Mereka tidak segan untuk mengeluarkan uang yang mereka miliki demi mengejar citra kecantikan yang dianggap ideal.

Ritus kecantikan merupakan simbol bagi perempuan sebagai gereja kecantikan yang memiliki dua sisi, yaitu menggenggam penuh keberanian untuk mengisi ruang hampa spiritual dalam diri perempuan. Di dalam ritus kecantikan, kecantikan merupakan sebuah surga dan bukti keagungan. Sedangkan lemak merupakan jiwa seorang perempuan. Wajah jelek menurut ritus kecantikan merupakan neraka.²¹

Selain wajah, bentuk tubuh juga sering dinilai oleh masyarakat. Lemak yang terdapat dalam tubuh seorang perempuan sering kali menjadi sasaran diskriminasi dan menjadi salah satu alasan perempuan mengalami rasa tidak percaya diri. Saat ini, banyak obat-obatan dan tips serta trik yang bermunculan untuk menurunkan berat badan. Namun, di sisi lain, juga terdapat *influencers* yang menciptakan produk untuk perempuan dengan ukuran tubuh ideal, sehingga mereka tidak lagi merasa tidak percaya diri dengan tubuh yang mereka miliki. Hal ini membantu untuk memperluas pandangan masyarakat tentang kecantikan yang inklusif dan mendukung perempuan untuk merasa nyaman dengan tubuh mereka tanpa tekanan untuk memenuhi standar kecantikan yang sempit.

Menurut Ritus kecantikan perempuan harus memiliki cahaya yang mana digunakan untuk menarik perhatian laki-laki. Minyak suci di dalam ritus kecantikan menjanjikan sebuah perlindungan yang tidak lagi didapatkan oleh perempuan dari laki-laki dan hukum.²²

Selain untuk menarik perhatian laki-laki, kecantikan juga sering kali disalahgunakan, contohnya untuk mendapatkan jabatan dan gaji yang tinggi. Sering kali, perusahaan mencari perempuan dengan penampilan yang menarik. Warganet atau pengguna media sosial sering mengatakan “kamu cantik, kamu aman”, yang berarti bahwa perempuan yang memiliki penampilan menarik mendapat perlakuan lebih baik atau dilindungi bahkan ketika mereka melakukan kesalahan. Karena munculnya berbagai standar kecantikan yang menekan, gerakan feminis saat ini tidak hanya memperjuangkan kesetaraan gender, tetapi juga mendorong perempuan untuk mengaktualisasikan diri mereka. Salah satu gerakan feminis yang menonjol saat ini adalah

²¹ Ibid, 188.

²² Ibid, 203.

aksi *body positive*. Dalam gerakan ini, feminis mengajak perempuan untuk mengadopsi pola pikir positif terhadap tubuh mereka.

Aksi *body positive* membantu perempuan untuk lebih menerima dan mencintai diri mereka apa adanya serta tidak merendahkan atau menyakiti perempuan lain. Selain itu, gerakan ini juga bertujuan untuk membangun rasa percaya diri pada perempuan. *Body positive* menjadi alat yang efektif dalam menggempur mitos dan standar kecantikan yang ada di masyarakat, dengan mengajak perempuan untuk memperjuangkan hak mereka untuk merasa cantik dan dihargai tanpa harus memenuhi standar yang sempit dan tidak realistis.

4. Teori Penerapan (*Application*)

Menurut Gadamer, dalam memahami atau menafsirkan teks, seorang penafsir harus mampu menerapkan pesan-pesan yang terkandung dalam teks yang ditafsirkannya. Dalam buku *The Beauty Myth*, Naomi Wolf mengajak perempuan untuk menantang dan menggempur mitos kecantikan yang ada. Naomi mendorong perempuan untuk membebaskan diri dari tekanan yang dihasilkan oleh mitos kecantikan, baik itu tekanan dari diri mereka sendiri maupun dari perempuan lain.

Wolf menegaskan bahwa perempuan tidak perlu mengubah tubuh mereka untuk memenuhi standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat. Yang perlu dilakukan oleh para perempuan adalah mengubah aturan-aturan yang diciptakan oleh mitos kecantikan itu sendiri. Dengan demikian, Wolf memperjuangkan pembebasan perempuan dari ekspektasi yang tidak realistis dan menyemangati mereka untuk merangkul keunikan dan keindahan yang dimiliki tanpa harus terbelenggu oleh standar kecantikan yang sempit.

Menurut Wolf, perempuan diajarkan untuk tidak terpengaruh oleh mitos kecantikan sehingga mereka bisa memiliki rasa percaya diri terhadap kecantikan yang mereka miliki. Mereka semestinya tidak merasa rendah diri karena mereka sadar bahwa mereka mampu menantang dan menghadapi mitos kecantikan yang ada. Perempuan dengan berbagai bentuk tubuh dapat tetap berhasil dalam lingkungannya karena mereka menghargai nilai diri mereka sendiri dan menyadari potensi yang dimiliki. Mereka mesti mengoptimalkan apa yang mereka miliki.

Selain itu, perempuan yang tidak terpengaruh oleh mitos kecantikan tidak akan merugikan perempuan lain. Mereka yakin

bahwa kecantikan bukanlah segalanya dan tidak mengukur nilai seseorang. Ini membawa dampak positif dalam hubungan antarperempuan, karena mereka fokus pada penghormatan dan dukungan terhadap satu sama lain tanpa mempertimbangkan penampilan fisik.

Perempuan saat ini tidak hanya bergantung pada kecantikan fisik untuk hidup dalam masyarakat. Mereka juga harus memiliki keterampilan yang dapat mereka manfaatkan dan tawarkan kepada masyarakat. Dengan memiliki keahlian dan kontribusi yang berharga, perempuan dapat membuktikan nilai dan kapabilitas mereka di luar penampilan fisik. Ini membantu mereka untuk diperlakukan secara adil dan dihargai oleh masyarakat berdasarkan prestasi dan kontribusi yang mereka berikan, bukan hanya berdasarkan penampilan mereka belaka.

Catatan Akhir

Mitos kecantikan Naomi Wolf yang dianalisis dalam konteks religi menggunakan hermeneutika Hans-Georg Gadamer, memberikan pengetahuan baru tentang topik terkait. Perkembangan media sosial telah menjadi salah satu penyebab munculnya standar kecantikan. Dalam konteks ini, industri kecantikan dan *influencers* memainkan peran penting dalam pembentukan standar kecantikan.

Karya Naomi Wolf, *The Beauty Myth*, ditulis sebagai respons terhadap maraknya mitos kecantikan dalam lingkungan perempuan. Perempuan ditekan oleh masyarakat untuk mengejar femininitas ideal, yang kadang-kadang berujung pada penciptaan sebuah “agama” baru dalam hal kecantikan. Ritus kecantikan ini mengesankan bahwa perempuan yang tidak memenuhi standar tubuh yang dianggap ideal dianggap lemah, sementara kecantikan dianggap sebagai sesuatu yang suci. Dalam banyak kasus, perempuan merasa tidak aman dan tidak percaya diri karena tekanan untuk memenuhi standar kecantikan yang sempit. Untuk mengatasi hal ini, gerakan feminis memperjuangkan pemikiran bahwa tubuh perempuan layak dihargai dalam segala bentuknya. Gerakan ini sering disebut sebagai *body positive*.

Daftar Rujukan

Aprilita, Dini, dan Refli Handini Listyani. “Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga,

- dan @papuan _ girl)". *Paradigma* 4, no. 03 (2016).
- Clinic, ZAP. "ZAP Beauty Index 2019". <https://zapclinic.com>. Diakses 27 Mei 2023.
- Dani, Indriya Rusmana, dan Muthia Estafand. *Cantik dengan Sedekah: Solusi Dicintai dan Bahagia bagi Muslimah*. Jakarta: QultumMedia, 2010.
- Daring, KBBI. "Cantik". Terakhir diubah Oktober 2023
- _____. "Agama". Terakhir diubah Oktober 2023.
- ISAPS. "International Society of Aesthetic Plastic Surgery". <https://www.isaps.org/discover/about-isaps/global-statistics/reports-and-press-releases/global-survey-2019-full-report-and-press-releases/>. Diakses 27 Mei 2023.
- Kasno, Kasno. *Filsafat Agama*. Surabaya: Alpha, 2018.
- Maghfiroh, Devi Laila, dan Moh. Zawawi. "Resistensi Perempuan dalam Film *For Sama*: Kajian Timur Tengah Perspektif Feminisme Naomi Wolf". *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra* 15, no. 4 (2020).
- Muayyanah, Fitrotul, Emah Khuzaemah, dan Indrya Mulyaningsih. "Celaan Fisik pada Film *Imperfect* Karya Ernest Prakasa (Kajian Mitos Kecantikan Naomi Wolf)". *Medan Makna: Jurnal Ilmu Kebahasaan dan Kesastraan* 20, no. 1 (2022).
- Muhaimin, Abdul Mujib, Jusuf Mudzakir, dan Marno. *Kawasan dan Wawasan Studi Islam*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Olivia, Femi. *Change Yourself into Swan*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2010.
- Sandhy, Area. "Pemaknaan Perempuan terhadap Konstruksi Mitos Kecantikan di Media Online Femaledaily.com". Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2016.
- Widyaningrum, Erika Lise. "Konsep Kecantikan Wanita dalam Lukisan I Gusti Ngurah Udiantara". Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2017.
- Wolf, Naomi. *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*, terj. Alia Swastika. Yogyakarta: Niagara, 2004.