



KEJAMNYA DISKRIMINASI TERHADAP WANITA TIDAK CANTIK (ANALISIS ISI KOMENTAR PADA AKUN TIKTOK @DOLLIEVISION)

Danasty Naesyah Wandina¹

Mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri
Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

Danastynw00@gmail.com

Mustain²

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, Jawa
Tengah, Indonesia

mustain@uinsaizu.ac.id

ABSTRACT

Artikel ini akan menganalisis komentar-komentar netizen pengguna TikTok pada konten yang diunggah oleh Nyadolline, pemilik akun @Dollievision. Nyadolline mendapati diskriminasi yang kejam melalui komentar pada konten yang diunggahnya di platform TikTok tersebut dengan alasan Nyadolline memiliki kulit berwarna hitam yang dimilikinya melalui garis keturunan etnis hitam Afrika. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis wacana kritis Teu A. van Dijk. Pengumpulan data dilakukan melalui *library research* berupa observasi dan dokumentasi pada komentar-komentar netizen yang kemudian akan dianalisis melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil yang didapatkan menunjukkan kejamnya diskriminasi yang dialami oleh Nyadolline cenderung didominasi oleh sesama wanita. Mirisnya, wanita Indonesia lebih banyak mendiskriminasi Nyadolline yang berkulit hitam ini daripada wanita luar Indonesia yang justru lebih banyak memberikan dukungan dan apresiasi. Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena standarisasi kecantikan yang dipahami oleh wanita Indonesia masih mendominasi pada mereka yang berkulit putih, hidung mancung, rambut hitam, badan langsing, berkulit mulus, dan tidak berjerawat.

Keywords: Diskriminasi, Netizen, Percaya Diri, Wanita, Standar Kecantikan, TikTok

1. Pendahuluan

Pernyataan mengenai “cantik itu relative” memang sudah disetujui oleh hampir seluruh orang di dunia. Namun dibalik itu ternyata standarisasi kecantikan wanita

oleh masyarakat Indonesia khususnya, masih perlu mendapat perhatian lebih. Standarisasi kecantikan wanita dunia yang selama ini diketahui adalah ia yang memiliki; 1) Kulit

putih, bersih, tidak berjerawat, tidak memiliki permasalahan kulit lainnya, 1) Langsing dan perut rata, 3) Payudara dan pantat besar menonjol, 4) Tinggi dan jenjang, hidung mancung, rambut hitam lurus, dan lain sebagainya.

Mengapa standarisasi itu muncul? Hal itu terjadi karena adanya pengulangan dalam konten media yang berisikan talent wanita, baik dalam iklan, film, dan sebagainya. Misalnya iklan produk kecantikan bernama Wardah versi “New! Wardah Acnederm Serum! Kita dan Jerawat, END!”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam iklan tersebut wardah menunjukkan standarisasi kecantikan wanita adalah ia yang berhijab, tidak berjerawat, tidak kusam, hidung mancung, dan wajah tirus. Wardah juga memberikan label bahwa kecantikan adalah yang utama.

Pengulangan standarisasi kecantikan yang digunakan terhadap talent iklan produk wardah juga terjadi, sehingga masyarakat yang menonton iklan tersebut akan berspekulasi bahwa wanita yang memenuhi angka ideal sebagaimana pada iklan tersebut berarti adalah wanita yang cantik.

Iklan memang diproduksi agar dapat menarik perhatian penontonnya. Namun apabila dilihat dari sisi yang lain, pemilihan talent dan penyusunan narasi dalam iklan sangat besar dalam mempengaruhi perspektif penontonnya. Begitu juga film, hampir seluruh media memilih untuk menempatkan ia yang ideal menurut standar kecantikan dunia untuk dijadikan tokoh utama dalam film tersebut. Hal ini terjadi secara terus menerus pada film-film berikutnya.

Standar kecantikan yang diciptakan oleh media hingga saat ini masih menjadi tolak ukur masyarakat dalam kehidupan sehari-harinya. Semakin banyaknya ragam social media juga semakin menambah ruang bagi penggunaanya dalam kebebasan berbicara. Namun tampaknya kebebasan berbicara yang disediakan oleh media sosial

ini sering menjadi persoalan tidak menyenangkan bagi sebagian pengguna, seperti influencer media.

Beauty vlogger asal Afrika mendapat komentar kurang menyenangkan dalam akun tiktoknya bernama @Dollievision. Hal ini terjadi karena Dollie tidak memenuhi standar kecantikan dunia yang telah terbenam dalam benak masyarakat kita. Menjadi menarik diteliti adalah komentar warga Indonesia cenderung mendiskriminasi Dollie atau Nyadollie, sedangkan komentar warga luar Indonesia cenderung memberikan dukungan dan apresiasi terhadap Nyadollie.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena persoalan diskriminasi terhadap wanita tidak cantik masih marak terjadi baik di kehidupan nyata maupun di dunia maya.

2. Literature Review

Penelitian mengenai diskriminasi terhadap wanita tidak cantik sebab adanya standarisasi kecantikan dunia yang diciptakan oleh media telah banyak dilakukan oleh para akademisi, beberapa diantaranya yang relevan dengan penelitian ini adalah:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nurul Izzati Sekarwening dengan judul “Analisis Isi: Dampak Standar Kecantikan pada Film Imperfect: Karier, Cinta, dan Timbangan”. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat 18 kali adegan penggambaran rasa minder oleh talent pada film Imperfect: Karier, Cinta, dan Timbangan.

Kedua, penelitian dengan judul “Ketika Wanita tidak Cantik: Analisis Atas Representasi Wanita dalam Webtoon *The Secret of Angel*” yang dilakukan oleh Vini Fahira Amru dan Mite Setiansah. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa wanita yang tidak memenuhi standar kecantikan dunia akan mendapatkan diskriminasi oleh orang-orang disekitarnya. Diskriminasi yang dimunculkan dalam webtoon *The Secret of Angel* ini antara lain berupa kekerasan verbal, fisik, dan psikis.

Ketiga, Rasma Ismianti dan Aminah Swarnawati melakukan penelitian dengan judul “Representasi Kecantikan Rambut Wanita dalam Iklan Youtube Dove Indonesia Versi “Rambutku Mahkotaku””. Rasma dan Aminah dalam penelitiannya menjelaskan bahwa ada keunikan pada iklan Youtube Dove Indonesia dengan Versi “Rambutku Mahkotaku” yakni biasanya media akan memproduksi iklan dengan talent yang sesuai dengan standar kecantikan dunia, namun Dove justru menunjukkan bahwa wanita memiliki versi cantiknya masing-masing. Meskipun pada awalnya talent digambarkan dengan wajah yang murung karena mendapat perlakuan tidak menyenangkan dari orang disekitarnya, namun di akhir video talent menunjukkan ekspresi bahagia. Dove ingin menunjukkan bahwa dengan rasa percaya diri, wanita akan terlihat cantik.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Yosieana Ligariaty dan Irwansyah dengan judul “Narasi Persuasi Sosial Media Influencer dalam Membangun Konsep Kecantikan dan Kepercayaan Diri” menjelaskan bahwa Gracia Indriani dengan nama akun instagram @graciaindr pernah merasa kecewa dengan usahanya untuk mendapatkan rambut ideal sesuai standar kecantikan dunia. Rasa kecewa itu membuatnya sadar bahwa percaya diri dengan rambut yang dimilikinya jauh lebih baik daripada harus merasa *insecure* dengan orang lain.

Kelima, penelitian dengan judul “Representasi Kecantikan dalam Akun TikTok Jharna Bhagwani” yang dilakukan oleh Tri Yuni Fatmawati dan Fitrinanda an Nur mendapati hasil bahwa Jharna Bhagwani sebagai seorang influencer yang berfokus pada konten make up, dengan sengaja menunjukkan kepada followersnya bahwa tampil cantik dengan make up tidak harus itu-itu saja. Wanita manapun boleh berkreasi terhadap wajahnya sendiri dengan model make up apapun.

Keenam, penelitian dengan judul “*Impoliteness Strategies Used by Netizens Towards Tasyi Athasyia on Instagram: Pragmatics Approach*” yang ditulis oleh Afriana Afriana dan Zia Hisni Mubarak. Afriana dan Zia memberikan pernyataan bahwa dari hasil penelitian yang dilakukan, mereka telah mengeksplorasi berbagai strategi ketidaksopanan yang biasa diamati dalam interaksi online. Netizen sering menggunakan strategi tidak sopan seperti serangan pribadi, pemanggilan nama, bahasa ofensif, dan sarkasme untuk mengungkapkan ketidaksetujuan, melampiaskan frustrasi, atau menegaskan dominasi. Strategi ini dapat dirasakan dengan anonimitas, kurangnya interaksi tatap muka, dan rasa terpisah dari konsekuensi kehidupan nyata.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Ika Wijayanti dan Zia Hisni Mubarak dengan judul penelitian “*Impoliteness Utterances in Comment Columns Chaitlyn’s Posts on Instagram: Pragmatics Approach*” memberikan pemahaman bahwa terdapat empat strategi ketidaksopanan yang dilakukan oleh netizen pada kolom komentar dan sama sekali tidak ditemukan penahanan ketidaksopanan tersebut. Selain itu juga disebutkan penyebab yang memicu *hate comment* yakni *fake account*, *sexual harassment*, *emotion environment*, dan *LGBTQ’s issues*.

Ketujuh penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa konten yang diproduksi oleh pemilik brand atau influencer dewasa ini telah banyak memberikan motivasi kepada para wanita dunia untuk menjadi semakin percaya diri, namun dibalik itu ternyata standarisasi kecantikan dunia masih terus menjadi momok kurang menyenangkan bagi mereka yang “tidak cantik”. Hal ini juga terjadi pada Nyadolie sebagaimana yang akan dibahas pada pembahasan dibawah ini.

3. Research Method

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis wacana

kritis model Teun A. Van Dijk terhadap konten TikTok pada akun@Dollievision. Pengumpulan data akan dilakukan melalui *library research* dimana peneliti akan melakukan observasi terhadap komentar-komentar netizen pada kolom komentar konten @Dollievision di TikTok. Data yang telah dikumpulkan nantinya akan dianalisis melalui tahapan analisis Miles and Huberman yakni tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

4. Hasil dan Pembahasan

Standarisasi kecantikan dunia sebagaimana yang telah sedikit dipaparkan pada pendahuluan diatas, masih terus menjadi topik menarik untuk dikaji. Sebab, meskipun sudah banyak *influencer* maupun *public figur* lain yang telah memberikan edukasi mengenai hal tersebut, namun tetap saja standarisasi kecantikan dunia memberikan dampak yang kurang menyenangkan bagi mereka yang dianggap “tidak cantik”. Bahkan baru-baru ini muncul hasil survey global yang dirilis oleh Majalah Nubia dengan judul “*The Most Beautiful Women in the World 2024 (As Voted by the Public)*” yang dirilis pada 30 November 2024 lalu. Event ini diikuti oleh 40 selebriti wanita dari seluruh penjuru dunia yang berakhir dengan penobatan satu wanita tercantik yang memperoleh suara terbanyak dari total sembilan ratus ribu suara dari 120 negara di seluruh dunia. Berikut 10 wanita tercantik versi nubia:



Gambar 1 Nominasi Wanita Tercantik 2024

(Sumber: Majalah Nubia)

Survey yang dilakukan oleh Nubia memperoleh hasil wanita tercantik 2024 adalah Kim Jisoo.



Gambar 2 Wanita Tercantik Dunia 2024
Versi Nubia

(Sumber: Instagram @sooyaaa__)

Aktris sekaligus penyanyi korea dalam grup BLACKPINK ini dinobatkan sebagai wanita tercantik dunia versi Nubia. Memiliki wajah yang rupawan dengan hidung mancung, pipi tirus, kulit putih, tinggi dan jenjang. Tidak heran jika kemudian Jisoo ini terpilih menjadi wanita tercantik dunia dikarenakan wajah dan tubuh yang dimilikinya sesuai dengan standar kecantikan dunia. Ini menjadi salah satu bukti bahwa standarisasi tersebut masih menjadi standar yang dipahami oleh masyarakat di seluruh dunia.

Kendati demikian, selain Jisoo Nubia juga memberikan daftar urutan 10 wanita tercantik dunia. Sembilan wanita tercantik lain selain Jisoo adalah Nancy Jewel, Hande Erçel, Jang Won-young, Dilraba Dilmurat, Sydney Sweeney, Zendaya Coleman, Roseanne Park, Ariana Grande, dan Sila Türkoğlu. Jika diperhatikan, kesepuluh wanita tercantik dunia ini tidak kesemuanya memiliki warna kulit yang putih, ada yang rosy-pale, light, normal, tan, hingga exotic. Ini

menjadi bukti bahwa standarisasi kecantikan dunia sudah mulai mengalami pembaharuan. Bahkan di dunia ini juga ada beberapa standar kecantikan unik diluar standar kecantikan tersebut diatas. Contohnya di Papua Nugini, wanita yang dinilai lebih cantik adalah yang memiliki bekas luka cacar sebab dianggap sebagai symbol kekuatan dan ketahanan dari wanita tersebut.

Sebagaimana di Afrika juga memiliki standar kecantikan yang unik yakni 1) Wanita gemuk di Mauritania, 2) Jidat tinggi di Fula, dan 3) Melubangi bibir dan telinga agar dapat dimasukkan piringan atau lempengan. Semakin lebarnya bibir dan atau daun telinga makan dianggap semakin cantik.

4.1 Nyadollie



Gambar 3 Nyadollie
(Sumber: Instagram @Nyadollie)

Nyadollie, pemilik akun TikTok @Dollievision merupakan *beauty influencer* asal Afrika. Gadis kelahiran tahun 2000 ini mulai dikenal banyak pengguna media sosial khususnya TikTok setelah postingannya pada Januari 2023.



Gambar 4 Konten Viral Pertama Nyadollie
(Sumber: TikTok @Dollievision)

Konten keduanya sebagaimana gambar 4 diatas berhasil mendapatkan jumlah tayangan sebanyak 4,2 juta penonton, 97,6 ribu like, 1.167 komentar, 4.422 *save*, dan 2.409 kali *share*. Konten ini diunggah pada 13 Januari 2023 lalu. Sejak itulah Nyadollie mulai dikenal oleh banyak pengguna sosial media khususnya TikTok dan kini ia memiliki 3 juta *followers* di TikTok.



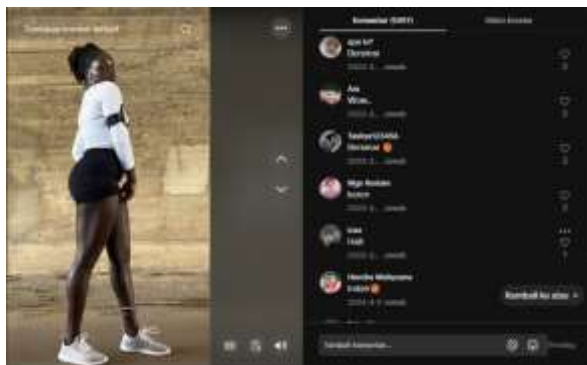
Gambar 5 Profil TikTok Nyadollie
(Sumber: TikTok @Dollievision)

Jumlah *followers* atau pengikut yang didapatkan Nyadollie meningkat cukup pesat. Pasalnya ia hanya membutuhkan waktu kurang lebih 2 tahun untuk mendapatkan 3 juta pengikut.

Sebagai *beauty influencer*, Nyadollie berfokus mengunggah konten seputar kecantikan seperti tutorial *make up*, pemilihan jenis *make up* untuk *deep skin*

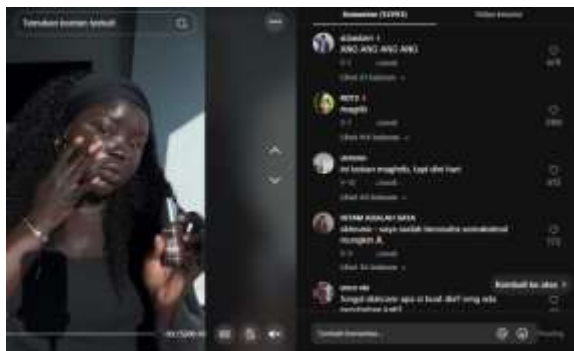
(kulit yang cenderung sangat gelap mendekati coklat tua ke hitam). Sese kali Nyadollie akan mengunggah konten *get ready with me* (GRWM) atau sekadar vlog kegiatannya. Seperti yang dapat dilihat bersama, Nyadollie ini memiliki warna kulit yang coklat cenderung hitam atau disebut dengan *deep skin*, rambut ikal, dan tubuh berisi cenderung gemuk. Jika melihat pada standarisasi kecantikan wanita dunia, apa yang dimiliki Nyadollie ini tidak memenuhi standarisasi tersebut.

Awalnya konten keduanya Nyadollie (lihat gambar 4) mendapatkan komentar positif oleh pengikutnya.



Gambar 6 Komentar netizen
(Sumber: TikTok @Dollievision)

Respon positif tersebut tidak hanya disampaikan oleh warga asing tetapi juga dituliskan oleh netizen Indonesia. Namun, semakin Nyadollie mengunggah konten, semakin bervariasi pula komentar-komentar yang diberikan. Lihat gambar berikut:



Gambar 7 Komentar negatif pada konten 14 Juni 2024

(Sumber: TikTok @Dollievision)

Konten yang diunggah pada 14 Juni 2024 kemarin mendapat perhatian warganet. Konten ini diputar sebanyak 7 juta penonton, 13,9 ribu *save*, dan 65,1 ribu *share*, serta mendapat 13,1 ribu komentar. Perlu diperhatikan pada komentar konten diatas tidak seluruhnya merupakan bentuk apresiasi dan dukungan, melainkan ditemukan banyak komentar negatif mengenai warna kulit, bentuk rambut, dan bentuk tubuh Nyadollie.

Akun TikTok bernama @RDT2 dan @Jerome menyamakan Nyadollie dengan istilah “maghrib” yang beberapa waktu ke belakang sering disalah gunakan oleh netizen untuk menyebutkan individu yang berkulit gelap dan kusam. Akun bernama @uncu vio dan @HITAM ADALAH SAYA juga memberikan komentar negatif terhadap Nyadollie. Mereka menanyakan apa fungsinya Nyadollie menggunakan *skincare* padahal *skincare* tidak mampu merubah warna kulitnya menjadi putih. Ini juga menjadi hal yang perlu di edukasi kembali mengenai kegunaan *skincare*, agar ketidak tahuan masyarakat kita tidak digunakan untuk memberikan ungkapan sarkasme kepada orang lain. Komentar @uncu vio dan @HITAM ADALAH SAYA merupakan bentuk diskriminasi berupa teks atau komentar kepada Nyadollie.

Diskriminasi melalui kolom komentar ini menjadikan Nyadollie merasa terganggu, hingga ada waktu dimana ia sempat mematikan kolom komentarnya agar para pelaku diskriminasi tidak dapat lagi meninggalkan komentar negatif pada setiap konten yang diunggahnya. Selain itu, mematikan kolom komentar juga bertujuan agar kesehatan mental Nyadollie tetap terjaga dengan baik. Selagi kontennya bukanlah hal yang dilarang, maka melanjutkan kefokusannya pada dunia *influencer* adalah jalan yang dipilihnya. Hal ini bisa kita lihat pada konten Nyadollie yang

memiliki jumlah *viewers* mulai dari angka 1 juta, namun komentarnya hanya berapa puluh hingga berapa ratus saja.

Diskriminasi ini sangat nyata adanya bahkan tak jarang mereka yang memberikan komentar negatif adalah sesama wanita. Bahkan beberapa diantaranya pastilah pernah atau tengah merasakan diskriminasi oleh orang-orang disekitarnya sebab adanya standarisasi kecantikan dunia.

4.2 Perbedaan Komentar Netizen Indonesia dengan Komentar Netizen Warga Asing

Melanjutkan penelitian lebih mendalam pada pokok pembahasan ini, peneliti menemukan adanya bentuk diskriminasi tertulis yang diberikan melalui kolom komentar dimana pelakunya adalah warga Indonesia atau yang biasa disebut dengan “warga konoha”.

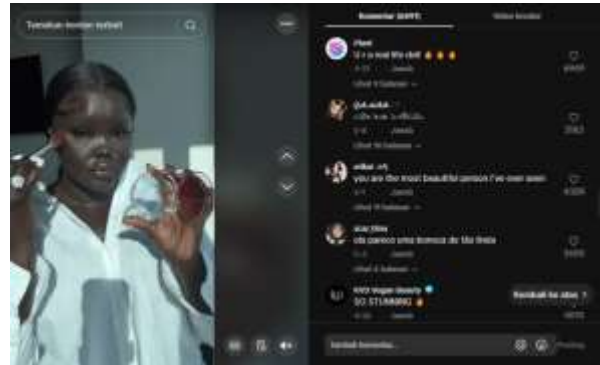


Gambar 8 Komentar negatif oleh netizen Indonesia

(Sumber: TikTok @Dollievision)

Netizen Indonesia dalam berselancar di dunia maya sudah menjadi sorotan publik, sebab apapun yang *diviral* kan oleh netizen Indonesia pastilah disertai dengan komentar-komentar yang sangat beragam. Kekuatan netizen Indonesia sudah tidak perlu diragukan lagi. Namun dari segala riwayat buruk netizen Indonesia dalam media sosial

ini, diskriminasi terhadap wanita “tidak cantik” juga terkena dampaknya.



Gambar 9 Komentar positif oleh netizen asing

(Sumber: TikTok @Dollievision)

Sebagaimana gambar di atas, netizen asing atau warga negara asing cenderung memberikan komentar positif seperti pujian dan dukungan terhadap Nyadollie agar terus berkarya sebagai *beauty influencer*. Hal ini dikarenakan tingkat apresiasi warga negara asing lebih tinggi daripada tingkat apresiasi warga Indonesia.

Terdapat beberapa faktor mengapa netizen Indonesia dicap sebagai netizen yang mudah menebar diskriminasi di sosial media, diantaranya adalah permasalahan emosional pribadi, sekadar iseng, cepat tanggap, tidak berfikir panjang, berkata kasar atau menyakiti, spam komentar, dan lain sebagainya. Bahkan Indonesia tidak masuk ke dalam daftar negara dengan tingkat toleransi (menghormati, menghargai perbedaan pendapat, agama, budaya, dan ras) tertinggi di dunia, justru daftar ini diisi oleh negara-negara Eropa; Albania, Belanda, Uruguay, Selandia Baru, Afrika Selatan, Irlandia, Kosta Rika, dan Rwanda.

4.3 Analisis Wacana Kritis Model Teun A. Van Dijk

Berdasarkan hasil data yang diperoleh peneliti sebagaimana telah dipaparkan diatas, peneliti telah melakukan pengelompokan komentar netizen terhadap

Nyadollie dalam TikTok @Dollievision yang lebih jelasnya perhatikan tabel berikut:

Akun Instagram	Komentar	Keterangan
@al.badarr 	"ANG ANG ANG ANG"	Diskriminasi
@RDTZ 	"maghrib"	Diskriminasi
@jerome	"ini bukan maghrib, tapi dini hari"	Diskriminasi
@HITAM ADALAH SAYA	"skincare: saya sudah berusaha semaksimal mungkin"	Diskriminasi
@uncu vio	"fungsi skincare apa si buat dia? Emang ada perubahan kah?"	Diskriminasi
@ucihamanstore	"maghrib campur mendung"	Diskriminasi
@HLOO_Keemu_nanya....?	"embak tolong kalau bertamu jangan malam ya karna aku ada fobia gelap"	Diskriminasi
@thyvlianaa	"magrib banget"	Diskriminasi
@payy migavelll	"astaghfirullah, waktu sholat di jadiin candaan, betapa rendahnya sdm netizen indonesia"	Mendukung
@Plant	"u r a real life doll   	Pujian
@QAMAR. 	ما ماشاء الله هالات عندها	Pujian
@erikal 	"you are the most beautiful person I've ever seen"	Pujian

@scar_Gina	"ela parece uma boneca de tão linda"	Pujian
@KVD Vegan Beauty	"SO STUNNING 	Pujian

Berdasarkan pemetaan komentar diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa masih banyak netizen Indonesia yang tidak menahan diri untuk tidak berkomentar negatif dan juga masih banyak wanita Indonesia yang justru ikut mendiskriminasi Nyadollie sekalipun sama-sama perempuan yang seharusnya *"women support women"*. Sedangkan untuk komentar positif banyak ditemui pada komentar netizen luar Indonesia.

Tren komentar negatif oleh netizen Indonesia ini sebetulnya mulai terjadi sejak Covid-19 dimana hampir setiap individu didunia mulai berselancar di media sosial. Seharusnya era new media pasca Covid-19 dapat membawa angin segar bagi dunia. Sebab semakin banyak orang yang mampu memahami bagaimana cara media bekerja, bagaimana cara media berkomunikasi dengan massa, bagaimana manusia menciptakan peluang kerjanya sendiri melalui media, dan bagaimana manusia berusaha memberikan experience yang ia alami beserta kegagalan pada setiap langkahnya kepada para penonton maupun pendengar media.

Contohnya adalah kini kita dapat menonton *beauty content* sebagaimana konten yang diunggah Nyadollie ini dengan mudah, dimana saja dan kapan saja. Saat kita melakukan pencarian ataupun dengan tanpa sengaja menonton *beauty content* yang lewat pada beranda TikTok kita, otomatis algoritma TikTok akan langsung membacanya. Sehingga konten berikutnya yang muncul lebih banyak mengenai *beauty*.

Sayangnya hingga saat ini media sosial termasuk TikTok belum menyediakan fitur pendeteksi komentar diskriminasi, sarkasme, *bullying*, dan sejenisnya. TikTok hanya baru menyediakan fitur batasi komentar dan

hapus komentar yang masih dilakukan secara manual oleh penggunanya.

Nyadollie sebagai korban diskriminasi di TikTok memanfaatkan fitur batasi komentar yang disediakan oleh TikTok. Nyadollie membatasi komentar-komentar negatif berbau diskriminasi bukan sebab ia merasa kalah. Melainkan ia membuktikan kepercayaan dirinya melalui konsistensi yang dibangunnya dengan rutin mengunggah konten di TikTok tanpa pernah menanggapi komentar negatif tersebut. Terbukti dengan kegigihannya berjuang sebagai *beauty influencer*, kini semakin banyak para wanita yang ikut mendukung dan memberikan dukungan terhadap Nyadollie untuk terus berkarya. Hal ini yang kemudian seharusnya menjadi tamparan keras kepada para pelaku diskriminasi tersebut bahwa tidak sepatasnya memberikan komentar negatif terhadap siapapun baik di dunia nyata maupun di sosial media. Karena sejatinya setiap apa yang dimiliki manusia tidak ada yang sempurna, tinggal bagaimana manusia itu memanfaatkan dan mensyukuri karunia yang telah diberikan Tuhan kepadanya.

5. Kesimpulan

Diskriminasi terhadap wanita “tidak cantik” masih sering terjadi di dunia nyata maupun di sosial media. Nyadollie, *beauty Influencer* asal Afrika ini menjadi korban diskriminasi melalui komentar pada kontennya di TikTok @Dollievision. Hal ini berdasarkan pada bentuk wajah dan bentuk tubuh Nyadollie yang tidak memenuhi standar kecantikan dunia sebagaimana yang telah dibentuk oleh media. Nyadollie memiliki warna kulit yang hitam, rambut ikal, dan tubuh berisi cenderung gemuk.

Mengejutkan ketika ternyata pelaku diskriminasi terhadap Nyadollie didominasi oleh netizen Indonesia dan sesama wanita. Dimana peneliti tidak menemukan diskriminasi yang dilakukan oleh netizen luar Indonesia kepada Nyadollie ini.

Kendati demikian, Nyadollie mengambil keputusan yang tepat dengan memanfaatkan fitur TikTok yakni batasi komentar. Sebab, ia menjadi lebih fokus untuk konsisten mengunggah konten setiap harinya untuk membuktikan kepada pelaku diskriminasi bahwa ia adalah wanita cantik, percaya diri, dan tidak mudah rapuh. Nyadollie juga memberikan edukasi sekaligus contoh nyata kepada para wanita di seluruh dunia bahwa standarisasi kecantikan dunia bukanlah menjadi penghalang wanita “tidak cantik” untuk berkarya di dunia.

Referensi

- Afiana, A., & Mubarak, Z. H. (2024). IMPOLITENESS STRATEGIES USED BY NETIZENS TOWARDS TASYI ATHASYIA ON INSTAGRAM: PRAGMATICS APPROACH. *Ide Bahasa*, 6(1).
- CERTIFICATIONS, G. N. A. & (2024, November 30). The Most Beautiful Women In The World 2024 (As voted by the public). Retrieved December 14, 2024, from NUBIA MAGAZINE! website: <https://nubiapage.com/the-most-beautiful-women-in-the-world-2024-as-voted-by-the-public/> [{"email":"","user_fullname":"Hevy"}]. (2020, January 8). Uniknya Standar Kecantikan Wanita di Berbagai Belahan Dunia. *Diadona.Id*. Retrieved from <https://www.diadona.id/beauty/unik-nya-standar-kecantikan-wanita-di-berbagai-belahan-dunia-uniknya-standar-kecantikan-wanita-di-ber.html>
- Fatmawati, T. Y., & An Nur, F. (2023). Representasi Kecantikan dalam Akun Tiktok Jharna Bhagwan. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 15(1), 118–133. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v15i1.20726>
- Indriasti, X. J. (2021, September 15). 4 Alasan Mengapa warganet Indonesia

- Dianggap Paling buruk. *Yoursay.Id*. Retrieved from <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/09/15/104040/4-alasan-mengapa-warganet-indonesia-dianggap-paling-buruk>
- Ladies, H. (2022, March 21). Seperti Apa Standar Kecantikan Internasional? *Kumparan*. Retrieved from <https://kumparan.com/hello-ladies/seperti-apa-standar-kecantikan-internasional-1xgPRbZPJN4>
- Ligariaty, Y. I., & Irwansyah, I. (2021). NARASI PERSUASI SOCIAL MEDIA INFLUENCER DALAM MEMBANGUN KONSEP KECANTIKAN DAN KEPERCAYAAN DIRI. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(2), 173–186. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v4i2.1495>
- Novia Diyanti, M., Martasya, & Zelviona, J. (2024). Representasi Wajah Wanita Berhijab Ideal dalam Iklan Wardah Versi “NEW!! Wardah Acnederm Serum! Kita dan Jerawat, End!” *Jurnal Audiens*, 5(2), 184–193. <https://doi.org/10.18196/jas.v5i2.273>
- Rahma Ismianti, & Aminah Swarnawati. (2023). Representasi kecantikan Rambut Wanita dalam iklan YouTube Dove Indonesia versi “rambutku mahkotaku.” *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 52–65. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.494>
- Sekarwening, N. I. (2021). ANALISIS ISI: DAMPAK STANDAR KECANTIKAN PADA FILM IMPERFECT: KARIER, CINTA & TIMBANGAN. *MEDIAKOM*, 5(1), 61–68. <https://doi.org/10.32528/mdk.v5i1.7238>
- Setiansah, M. (2021). Ketika Wanita Tidak Cantik: Analisis Atas Representasi Wanita dalam Webtoon The Secret of Angel. *Journal Acta Diurna*, 17(1). <https://doi.org/10.20884/1.actadiurna.2020.16.2.3010>
- Wijaya, D. (2023). *DAKWAH DIGITAL PONDOK PESANTREN AL-ANWAR SARANG (Analisis Wacana Kritis terhadap Instagram dan Youtube Tahun 2022)* (Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto). Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. Retrieved from https://repository.uinsaizu.ac.id/22592/1/Deden%20Wijaya_Dakwah%20Digital%20Pondok%20Pesantren%20Al-Anwar%20Sarang%20%28Analisis%20Wacana%20Kritis%20Terhadap%20Instagram%20dan%20Youtube%20Tahun%202022%29.pdf
- Wijayanti, I., & Mubarak, Z. H. (2020). Impoliteness utterances in column comment Chaitlyn’s posts on instagram: Pragmatics approach. *eScience Humanity Journal*, 1(1), 71–82. <https://doi.org/10.37296/esci.v1i1.3>
- Yumni, S. Z. (2022, February 6). BUDAYA BERKOMENTAR WARGANET DI MEDIA SOSIAL: UJARAN KEBENCIAN SEBAGAI SEBUAH TREN – Environmental Geography Student Association. Retrieved December 15, 2024, from <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2022/02/06/budaya-berkomentar-warganet-di-media-sosial-ujaran-kebencian-sebagai-sebuah-tren/>