

BAB 11

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Penulis mengambil penelitian terdahulu dari Syadikarani, et al.; 2021, berjudul “Persepsi Perempuan Terhadap Kecantikan dalam Kampanye Dove *Rael Beauty Sketches* dalam Membentuk *Positioning*. Banyaknya persepsi masyarakat tentang kecantikan itu sendiri menjadi dasar penelitian ini. Tujuan penelitian adalah menganalisis persepsi perempuan mengenai kecantikan saat sebelum dan sesudah melihat video kampanye.

Jenis penelitian kualitatif, metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu studi kasus pada kampanye yang memenuhi kesesuaian teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan untuk memperoleh data primer melalui dokumentasi video kampanye dove dalam bentuk audio visual serta wawancara mendalam pada 10 informan dengan kriteria yang disesuaikan dengan target audiens.

Data yang didapati dianalisis menggunakan teori mengenai kampanye, persepsi dengan positioning. Hasil penemuan dari penelitian ini adalah persepsi perempuan terhadap kecantikan sebelum mereka melihat video yaitu cantik merupakan mereka yang menjadi dirinya sendiri, percaya diri, cantik yang berasal dari dalam diri, dan setelah melihat video kampanye dove semakin meyakinkan mereka bahwa cantik tidak dapat dinilai berdasarkan fisik.

2. Penelitian yang kedua penulis mengambil penelitian dari Hadji,et al.; 2020, berjudul “Persepsi Sosial Terhadap Komodifikasi Tubuh Perempuan (Studi Kasus *Seles Promotion Girl* di Mall Ratu Indah Makassar). Dalam penelitian ini membahas mengenai perempuan yang bekerja di ruang publik seperti mall dan tempat-tempat hiburan banyak didatangi masyarakat. Peluang ini dimanfaatkan oleh industry yang bergerak pada bidang jasa untuk mendapatkan keuntungan. Agensi merekrut perempuan sebagai *seles promotion* untuk mendapatkan pekerjaan perempuan memiliki sikap yang lembut dan pandai merayu dengan bermodalkan fisik, wajah cantik serta kepandaian berbicara dalam menawarkan produk kepada pelanggan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subyek itu sendiri. Hasil dari penelitian ini adalah konsep tubuh sebagai komoditas yang memiliki nilai jual. Konsep tubuh adalah modal fisik yang dapat dikonversikan menjadi modal ekonomi, budaya, dan sosial.

Berdasarkan kedua penelitian terdahulu di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penulis yang berjudul “Persepsi Remaja Perempuan Terhadap Definisi Cantik Dalam Video Klip Tutar Batin Karya Yura Yunita” yaitu : Kesamaan dari kedua penelitian ini dengan penelitian penulis yakni sama-sama membahas tentang persepsi, jenis penelitian

yang digunakan yaitu kualitas dengan pengumpulan data deskriptif atau wawancara, dan metode penelitian studi kasus. Sedangkan perbedaan dari kedua penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu pada objek dan fokus yang diteliti. Penelitian pertama dilakukan penelitian terhadap kecantikan dalam kampanye Dove *Real Beauty Sketches* sedangkan penelitian yang kedua berfokus pada komodifikasi tubuh perempuan sedangkan fokus penelitian penulis definisi cantik dalam video klip.

2.2 Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Manusia sebagai makhluk sosial, komunikasi dengan orang lain merupakan hal yang utama dan menjadi kebutuhan dasar. Apabila dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak melakukan komunikasi maka dapat dipastikan manusia akan mengalami kesulitan dalam kehidupan sosialnya. Menurut Gerald (dalam Yasir, 2020:4) Komunikasi sebagai situasi-situasi yang memungkinkan suatu sumber yang mentransmisikan suatu pesan kepada seseorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi penerima. Selain itu, komunikasi menurut Mutialela (2018:3) adalah kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti suatu pesan antara komunikator dan komunikan. Biasanya, diakhiri dengan suatu hasil yang disebut sebagai efek komunikasi. Sedangkan menurut Edward (dalam Mutialela, 2018:5) Komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu yang

mengandung arti dan dilakukan oleh penyampai pesan untuk ditujukan kepada penerima pesan.

Dari beberapa pengertian para ahli di atas penulis memahami komunikasi merupakan suatu proses pertukaran pikiran dalam menyampaikan gagasan atau ide, pesan, yang dimengerti oleh penerima dan pesan yang disampaikan juga dapat mempengaruhi serta menimbulkan efek bagi penerima pesan.

2.2.2 Unsur-Unsur komunikasi

Dalam komunikasi terdapat unsur-unsur yang membentuk proses komunikasi menjadi lengkap, menurut Mutialela (2018:7) unsur-unsur komunikasi dapat digambarkan menjadi empat bagian, yaitu komunikator, pesan, media, dan komunikan. Berikut ini pengertian komunikator, pesan, media, komunikan.

1. Komunikator

Istilah lain dari komunikator adalah *sender* dan *encoder* pengirim atau orang yang menciptakan pesan, yaitu baik perorangan ataupun lembaga yang bertindak sebagai penyampai atau pengirim pesan maka komunikator juga dapat sekaligus sebagai penggagas atau disebut sebagai narasumber. Komunikator atau penyebar pesan adalah salah satu unsur yang menyampaikan ide atau gagasan kepada pihak lain.

2. Pesan

Pesan adalah ide atau gagasan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan yang berupa lisan ataupun tulisan. Selain itu, pesan yang

disampaikan juga berupa lambang-lambang, gambar, warna, atau isyarat-isyarat lainnya yang dilakukan dengan menggunakan bahasa verbal maupun nonverbal, tetapi harus dapat dipahami oleh kedua belah pihak, baik pengirim maupun penerima pesan.

3. Media

Media merupakan saluran atau alat yang digunakan dalam menyampaikan pesan yang ditujukan kepada komunikan baik perorangan, kelompok maupun massa. Media dikategorikan dalam dua bagian yaitu yang pertama media umum yaitu media yang digunakan oleh semua bentuk komunikasi seperti telephone, proyektor dan lain sebagainya. Yang kedua media massa adalah media yang digunakan untuk kepentingan massal seperti televisi, radio, film, dan surat kabar.

4. Komunikan

Komunikan adalah orang yang menerima pesan yang dikirim oleh pengirim pesan atau komunikator, dengan istilah lain disebut sebagai *decoder* atau *receiver*. Komunikan juga berupa per individu, kelompok, dan massa.

2.2.3 Psikologi Komunikasi

Berbicara tentang psikologi komunikasi tentunya merujuk pada interaksi antar manusia satu dengan yang lainnya dimana komunikasi akan terbentuk karena terjadi rangsangan terhadap isi pesan dari komunikator baik itu dalam memahami situasi sosial dan kondisi kepribadian seseorang.

Psikologi komunikasi mempunyai makna yang luas, meliputi segala penyampaian energi, gelombang suara, tanda diantara tempat sistem atau organisme. Psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan meramalkan dan mengendalikan peristiwa mental dan perilaku dalam komunikasi. Komunikasi yaitu peristiwa sosial atau peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain (Yanti, 2021:6).

Psikologi komunikasi adalah ilmu yang mempelajari tentang karakter, sikap, perilaku, seseorang dalam interaksi komunikasi, dimana komunikasi akan dengan sendirinya timbul karena terjadi rangsangan terhadap isi pesan dari pencipta pesan atau komunikator (Elisa, 2022:4).

Dari beberapa pengertian di atas peneliti memahami bahwa psikologi komunikasi merupakan ilmu yang memperkirakan, mengendalikan atau mengontrol mental dan perilaku seseorang dalam melakukan sesuatu tindakan terhadap diri dan lingkungan sekitarnya baik antar perorangan, kelompok, maupun massa.

2.3 Persepsi

Persepsi merupakan proses belajar dan adaptasi yang memungkinkan seseorang meninterpretasikan dan memahami lingkungan sekitarnya mulai dari manusia sebagai objek untuk berinteraksi sepenuhnya dengan lingkungan sekitar (Wijaya, 2018:27). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraan. Sedangkan menurut Joseph (dalam Wijaya,

2018:29) menjelaskan bahwa persepsi adalah proses yang dilalui manusia dalam memilih, mengelompokkan dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia seseorang yang terdorong dengan motivasi dan siap untuk melakukan suatu tindakan perubahan.

Sedangkan dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.

Dari pengertian di atas penulis mengambil pengertian persepsi merupakan tanggapan atau respon dari suatu proses pengamatan saraf melalui indra yang timbul dalam diri seorang manusia akibat rangsangan yang diterima melalui indra dari memori lama atau pengalaman dari manusia untuk membentuk gambaran dan siap melakukan sebuah tindakan perubahan.

2.4 Gender

Menurut Echols & Shadily (dalam Matilda, 2018:17) Gender berarti jenis kelamin. Gender adalah perbedaan yang tampak pada laki-laki dan perempuan apabila dilihat dari nilai dan tingkah laku. Gender merupakan istilah yang digunakan untuk membedakan antara laki-laki dengan perempuan yang didasarkan pada aspek sosiokultural. Jika jenis kelamin terbentuk melalui proses alamiah dan bersifat kodrat, sedangkan gender merupakan atribut dan perilaku yang terbentuk melalui proses sosial sehingga lebih merujuk pada bagian peran,

perilaku, tugas, hak, dan fungsi, yang dibebankan kepada perempuan dan laki-laki.

Gender merupakan persepsi yang digunakan untuk menampakan perbedaan perilaku, peranan cara berfikir dan karakteristik emosional yang cocok pada pria dan wanita yang mana hal tersebut terbentuk dari faktor sosial, psikologi, sejarah dan budaya. Gender tepatnya menunjukan aspek maskulin dan feminisme, bukan jenis kelamin yang bersifat biologis (Amelia & Zafi, 2020:226).

Menurut Narwoko & Suyanto (dalam Matilda, 2018:18) Gender semua atribut sosial mengenai deskripsi laki-laki digambarkan mempunyai sifat maskulin seperti keras, kuat, rasional, gagah dan perkasa. Sementara perempuan digambarkan memiliki sifat feminisme seperti halus, lemah, perkasa, sopan, dan penakut. Perbedaan ini dipelajari dari keluarga, teman, tokoh masyarakat, lembaga keagamaan dan kebudayaan. Ivan Illich (dalam Ramdloni, 2019:2) mendefinisikan gender dengan perbedaan-perbedaan tempat, waktu, alat-alat, tugas-tugas, bentuk pembicaraan, tingkah laku dan persepsi yang dikaitkan dengan perempuan dalam budaya sosial.

Salah satunya tentang kecantikan, laki-laki mempunyai cara pandang atau persepsi kecantikan yang berbeda pula dari perempuan. Dalam dunia kecantikan juga terjadi diskriminasi bahwa perempuan tidak hanya dilecehkan oleh laki-laki mengenai pandangan atau persepsi kecantikan karena menurut laki-laki cantik itu harus putih, tinggi, langsing, rambut lurus, dan lain-lain

karena laki-laki didoktrin seperti itu, tetapi perempuan juga mendiskriminasi sehingga perempuan harus berdrama untuk mendapatkan pengakuan dari publik atau orang disekitarnya.

2.5 Media Baru

Media baru merupakan seperangkat teknologi baru yang mampu memperluas penyebrangan informasi bagi masyarakat. Menurut McQuail (dalam Astrid & Irwansyah, 2021: 356) media baru terdiri dari seperangkat teknologi berupa sistem transmisi yaitu kabel dan satelit, penyimpanan, pencarian informasi, penyajian gambar dengan kombinasi gambar dan grafik serta sistem pengendalian komputer. Dalam media baru juga terdapat kombinasi gambar dan tulisan serta menjadi media interaktif atau komunikasi timbal balik dimana komunikan dapat merespon informasi yang didapat. Ini menunjukkan bahwa media baru bersifat fleksibel karena bentuk, isi informasinya berubah-ubah.

Media baru atau *new media* adalah media yang muncul dan berkembang pada era komunikasi interkatif yaitu dari tahun 1946 samapai saat ini. Media baru ini dapat disebut sebagai salah satu bentuk komunikasi interkatif simple yang saat ini didapat dengan murah atau bahkan gratis. Menurut Abrar (dalam Salam, 2020:21) munculnya media baru memungkinkan setiap orang untuk menciptakan sesuatu dan saling berbagi hal tersebut dengan orang lain. Media baru yang sebagai media digital ini memerlukan alat dengan akses internet untuk dapat digunakan.

Menurut Liser (dalam Salam, 2020:21) mengatakan media baru tidak terlepas dari istilah seperti *digital*, *interactive*, *hypertextual*, *virtuality*, *network* dan *simulated*. Secara spesifik pada konteks komunikasi media baru ini menjadikan media sosial sebagai primadona bagi individu berinteraksi sosial di dunia maya.

Salah satu bentuk media baru yang bersifat interaktif adalah media sosial. Media sosial merupakan media online. Dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi jejaring sosial, forum dan dunia virtual. Media sosial memiliki banyak jenis salah satunya yang cukup populer adalah youtube (Ardiansyah, 2022:1).

2.6 Video Klip

Video klip adalah kumpulan potongan-potongan visual yang dirangkai dengan atau tanpa efek-efek tertentu dan disesuaikan berdasarkan ketukan pada irama lagu, nada, lirik, instrumennya dan penampilan band, kelompok musik untuk mengenalkan dan memasarkan produk atau lagu agar masyarakat dapat mengenal yang selanjutnya membeli kaset untuk mendapatkan pemasukan iklan yang membeli tayangannya baik dalam bentuk program musik atau sebagai iklan itu sendiri, bahkan memberikan kesempatan bagi seluruh insan muda yang kreatif baik sebagai sutradara atau crew kreatif di dalamnya (Pratama & Lestari, 2018:4058).

Menurut Efendy (dalam Pratama & Lestari, 2018:4058), video klip adalah suatu media komunikasi yang ditayangkan untuk mempertunjukan suatu

permainan seni musik. Ada pengertian lainnya video klip adalah kumpulan guntingan gambar hidup untuk ditayangkan lewat pesawat televisi garapannya kuat pada tema dan disesuaikan berdasarkan ketukan-ketukan pada irama, lagu, nada, lirik, instrument, dan penampilan.

Video klip juga sebagai sarana bagi produser musik untuk memasarkan produknya lewat medium televisi. Video klip kemudian berkembang sebagai bisnis yang menggiurkan seiring dengan pertumbuhan televisi swasta. Akhirnya video klip tumbuh sebagai aliran dan industry tersendiri (Suwanto, 2020:20).

Video klip dalam perkembangan teknologi dan memunculkan media baru yaitu internet dengan menghadirkan media sosial seperti facebook, twitter, youtube dan lain-lain. Media sosial yang ditawarkan memberikan akses yang mudah bagi pengguna internet youtube.

Video klip merupakan produk komunikasi massa yang berperan dalam menyampaikan pesan kepada khalayak. Video klip juga merupakan sarana yang paling efektif dalam penyampaian pesan karena didukung dengan gambar dan suara atau musik yang dinyanyikan, ditambah tema yang disesuaikan dengan lirik lagu atau realitas sosial. Adapun, tema dan pesan yang disampaikan dalam video klip beragam, salah satu yang sering diangkat adalah masalah dan realitas sosial (Rini & Fauziah, 2019:319).

2.7 Definisi Cantik

Konsep cantik muncul ditahun 1960-1970, seorang model bernama Twinggy perempuan dengan tinggi badan 170 cm, berat badan 47,5 kg serta

memiliki rambut lurus, menjadi idola baru. Para perempuan pada masa itu mati-matian untuk tampil seperti Twinggy. Menurut Wijayanti (dalam Yusanto & Putri, 2018:3) standar kecantikan ala Twinggy ini menjadi sebuah konsep cantik bagi perempuan, hingga saat ini.

Sejauh ini definisi cantik dari seorang perempuan yang dipublikasi baik melalui iklan, model majalah memiliki kulit putih, hal ini berdampak pada cara pandang para perempuan bahwa memiliki jenis kulit putih, tinggi, langsing, rambut lurus, wajah tanpa jerawat itulah cantik. Dengan perkembangan teknologi yang semakin modern, definisi cantik merujuk ke hal tersebut dan perempuan yang tidak termasuk dalam kategori tersebut merasa *insecure* dan *minder*.

Cantik dimasa kini merupakan perpaduan harmonis dari berbagai macam aspek dan ragam individual. Definisi cantik yang kini sangat amat luas telah membuat pandangan yang tidak hanya dari tampilan luar tetapi lebih ke sisi dalam yang berarti kepribadian dan kejiwaan seseorang. Menurut Prianto (dalam Cristiana, et al.; 2021:14) paras dan tubuh cantik tidak menjamin seseorang dapat digolongkan sebagai makhluk yang cantik.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) cantik adalah elok, molek (tentang wajah, muka perempuan) indah dalam bentuk dan buaatannya, sangat rupawan antara bentuk, rupa dan lainnya tampak serasi. Menurut Wijayanti (dalam Yusanto & Putri, 2018:4) Kecantikan dari dalam memerlukan proses yang panjang yang dilakukan terus-menerus dan menjadi kebiasaan.

Salah satunya adalah percaya diri, dimana percaya diri adalah tindakan yang berani menganalisis isi sebuah komunikasi, dan yang terpenting adalah rasa berani dalam mengambil keputusan untuk dirinya sendiri.

Dari beberapa pengertian di atas definisi cantik seorang perempuan masih kuat dipengaruhi oleh iklan, dan produk kecantikan yang menawarkan produknya melalui media sosial sehingga persepsi masyarakat khususnya perempuan, definisi cantik adalah putih, tinggi, langsing, wajah mulus tanpa jerawat. Kecantikan dimaksud adalah kecantikan dari luar (*auter beauty*) yang dipandang oleh orang lain namun kecantikan juga berasal dari dalam (*inner beauty*) yang dilihat dari kepribadian dalam hidup dan kepercayaan diri dengan tampilan apa adanya yang membuat orang sekitar merasakan aura dari dalam dirinya.

2.8 Semiotika (Ferdinand De Saussure)

Semiotika pada dasarnya ilmu yang mempelajari mengenai tanda, yang dalam kehidupan manusia dibalik tanda memiliki suatu makna tertentu. Ada beberapa pendapat mengenai semiotika salah satunya adalah Ferdinand De Saussure. Saussure menggunakan istilah semiologi dalam kajian semiotikanya dengan pendekatan bahasa atau linguistik.

Semiologi menurut Saussure adalah kajian mengenai tanda dalam kehidupan sosial manusia. Tanda dan makna dibalik tanda terbentuk dalam kehidupan sosial dan terpengaruh oleh sistem yang mengaturnya. Saussure menjelaskan bahwa kajian linguistik masih terlalu umum untuk membahas

sistem tanda, karena itu perlu kajian yang lebih khusus yang ia namakan semiology. Ada empat konsep semiotika dari Ferdinand De Saussure yang salah satunya adalah *Signifier* merupakan hal yang tertangkap oleh pikiran manusia seperti citra bunyi, gambaran visual, bentuk dan gerak. Sedangkan *signified* merupakan makna atau kesan yang ada dalam pikiran manusia terhadap apa yang tertangkap (Ambar, 2019:1).

Dari konsep di atas penulis ingin meneliti dan mengetahui bagaimana persepsi remaja perempuan mengenai definisi cantik secara universal dan dalam video klip Tuter Batin dengan mengurai penanda seperti gambar visual, bentuk, gerak dan petanda seperti makna, gambaran mental, kesan, pikiran manusia dalam hal ini remaja perempuan terhadap apa yang dilihat dari video klip tersebut. Dalam tujuh tradisi terdapat tradisi semiotika dimana studi semiotika tentang tanda dari sebuah kehidupan yang memiliki makna tertentu.

2.9 Dramaturgi (Erving Goffman)

Perspektif dramaturgi Goffman menggunakan metafora produksi teater untuk menawarkan cara memahami interaksi dan perilaku manusia. Goffman berpendapat bahwa kehidupan sosial adalah pertunjukan yang dilakukan oleh tim ada dua yaitu panggung depan, panggung belakang. Perspektif dramaturgis juga menekan latar atau konteks dalam bentuk tampilan seseorang dalam interaksi sosial dan cara perilaku seseorang terhadap keseluruhan pertunjukan. Perilaku panggung depan adalah perilaku orang-orang yang menyadari bagaimana orang lain memandang mereka dan apa yang mereka harapkan. Dan

pengetahuan ini memberitahu bahwa mereka bagaimana berperilaku. Sedangkang panggung belakang orang bebas berekspresi dan norma yang mendikte perilaku panggung depan. Orang yang berada dipanggung belakang, mereka sering melatih perilaku atau interaksi tertentu dan sebaliknya mempersiapkan penampilan panggung depan yang akan datang (Lisa, 2019:1).

Dalam konsep yang dikemukakan oleh Erving Goffman ini penulis ingin membedahnya dengan mengetahui bagaimana pandangan atau tanggapan dari remaja perempuan, dimana dalam media massa seperti tiktok, facebook, twitter, youtube ini semua perempuan berlomba-lomba untuk menampilkan kecantikan diruang publik yang harus putih, langsing, berwajah mulus tanpa jerawat, tinggi, berambut lurus dan lain-lain. Bagaimana persepsi remaja juga dipengaruhi oleh maraknya media sosial dengan dramaturgi bahwa di panggung depan orang umumnya berlomba-lomba untuk putih, langsing, berwajah mulus tanpa jerawat, tinggi, berambut lurus, ini adalah definisi cantik di media sosial sehingga media sosial tersebut panggung drama atau dramaturgi sedangkan di panggung belakang menampilkan hal yang berbeda dengan panggung depan yang terkesan memalsukan diri. Dramaturgi dapat representasikan dalam model kehidupan sosial yang penuh drama. Orang yang tidak percaya diri lalu harus berdrama di panggung depan agar mendapatkan pengakuan tentang dirinya cantik dari publik. Remaja perempuan juga terpersuasi dengan hal ini akan tetapi dari video klip tutur batin karya Yura Yunita yang menggambarkan perempuan dengan kecantikan yang berbeda dan beragam seperti kurus, pendek, gendut,

rambut keriting, wajah berjerawat, warna kulit hitam dan lain-lain. Teori dramaturgi termasuk dalam tradisi fenomenologi dimana fenomenologi merupakan bentuk aktivitas sehari-hari dalam kehidupan ditandai dengan pengalaman keberadaan dan kaitannya dengan teori dramaturgi adalah sama-sama mengkaji tentang bentuk aktivitas sehari-hari dan pengalaman dalam kehidupan.

2.10 Batasan Penelitian

Untuk membantasi luasnya permasalahan maka dalam penelitian dibatasi pada hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk melihat remaja perempuan mencitrakan dirinya sesuai dengan kecantikan dalam persepsi sosial dimana remaja perempuan di Indonesia melihat cantik yang umumnya harus putih, tinggi, langsing, wajah mulus tanpa flek hitam dan lain-lain. Teori yang digunakan adalah dramaturgi dari Erving Goffman.
2. Untuk memperkuat argument terkait penanda dan petanda dalam definisi cantik pada remaja maka peneliti menggunakan teori semiotika dari Ferdinand De Saussure, sebagai tolak ukur dalam mengidentifikasi penanda dan petanda dari definisi cantik. Teori ini untuk memperjelas persepsi remaja perempuan dalam mendefinisikan kecantikan.