

## Korelasi Rambut Berwarna dengan Stigma Kecantikan Perempuan Urban : Studi Kasus Kota Semarang

Nisa Alif Ulfah

Study Program Of Anthropology, Faculty Of Cultural Studies, Gadjah Mada University

Email: <sup>1)</sup> [Jurnal@gmail.com](mailto:Jurnal@gmail.com)

### ARTICLE HISTORY

Received 29 Juli 2024]

Revised [08 Oktober 2024]

Accepted [11 Oktober 2024]

### KEYWORDS

Colored Hair, Social Stigma, Urban Women.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis korelasi antara rambut berwarna dan stigma kecantikan yang dihadapi oleh perempuan urban di Kota Semarang menggunakan teori stigma sosial dari Erving Goffman. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan dua narasumber perempuan yang sering mewarnai rambut mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan dengan rambut berwarna menghadapi berbagai bentuk stigma sosial, termasuk stigma fisik, karakter, dan kelompok. Rambut berwarna dianggap menyimpang dari norma kecantikan tradisional, yang mengidealkan rambut hitam panjang dan lurus, sehingga perempuan dengan rambut berwarna sering mengalami pelecehan verbal, tatapan sinis, dan diskriminasi dalam lingkungan kerja. Namun, mereka mengembangkan berbagai strategi untuk mengelola stigma ini, seperti menyembunyikan warna rambut dengan wig atau menyesuaikan warna rambut sesuai dengan konteks sosial yang dihadapi. Selain itu, penerimaan diri dan kepercayaan diri menjadi kunci utama dalam menghadapi stigma sosial. Penelitian ini menunjukkan adanya dinamika kompleks antara norma sosial dan ekspresi diri dalam konteks urban dan menggarisbawahi pentingnya edukasi serta peningkatan kesadaran sosial untuk mengurangi stigma negatif terkait rambut berwarna.

### ABSTRACT

This study aims to analyze the correlation between colored hair and beauty stigma faced by urban women in Semarang City using Erving Goffman's social stigma theory. The research employs a qualitative method with a phenomenological approach, collecting data through in-depth interviews with two female participants who frequently dye their hair. The findings reveal that women with colored hair encounter various forms of social stigma, including physical stigma, character stigma, and group stigma. Colored hair is perceived as deviating from traditional beauty norms that idealize long, straight black hair, leading to verbal harassment, disapproving looks, and discrimination in the workplace. However, these women develop strategies to manage this stigma, such as hiding their hair color with wigs or adjusting their hair color to fit social contexts. Additionally, self-acceptance and confidence are crucial in facing social stigma. This study highlights the complex dynamics between social norms and self-expression in an urban context and underscores the importance of education and increased social awareness to reduce negative stigma associated with colored hair.

### PENDAHULUAN

Rambut adalah bagian dari tubuh yang menjadi perhatian bagi Perempuan selain wajah untuk standar kecantikan maupun tren tertentu, selain untuk menunjang penampilan. Rambut menjadi bagian penting dari bagian tubuh yang terlihat. Pandangan tentang rambut adalah bagian dari Perempuan Indonesia. Pentingnya bagian tubuh ini menjadi sorotan, baik bagi mereka yang tinggal di perkotaan bahkan bagi perempuan yang menggunakan hijab. Rambut adalah mahkota bagi setiap orang. Oleh karena itu, penampilan seseorang dengan busana bagus, rias wajah benar, dan aksesoris yang serasi tidak akan terlihat sempurna, jika tidak ditunjang dengan rambut yang sehat, terpelihara, dan ditata dengan baik (Bairiqina dan Ideawati, 2001).

Bukan hanya dibahas, didiskusikan, dan menjadi tema karya sastra, rambut juga menjadi salah satu anggota tubuh yang paling banyak dieksplorasi untuk dijual oleh industri kecantikan dunia. (Intan, 2014 ). Selain penggunaan perawatan wajah dan kosmetik, rambut juga dirawat dengan berbagai produk perawatan rambut. Mulai dari yang sederhana seperti sampo hingga yang lebih detail seperti penggunaan serum pada rambut. Perempuan memberikan perhatian lebih pada rambut kepala dengan menambahkan aksesoris, seperti bunga, pita, bando, jepit, wig, kerudung, atau topi agar terlihat menarik. Gaya rambut juga sering berubah mengikuti tren.

Saat ini selain berbagai perawatan tersebut agar rambut lebih sehat terawat, juga terdapat tren mewarnai rambut sebagai penunjang penampilan. Arus globalisasi menjadi penyebab utama masuknya pengaruh rambut berwarna yang menggunakan model atau public figure untuk mempromosikannya lewat internet dan iklan. Tren mewarnai rambut sudah merambah dikalangan anak muda sekarang ini, mereka berlomba-lomba mengikuti tren, salah satunya memaksimalkan penampilandan dapat menjadi sumber

kepercayaan diri (Chakim, 2006). Permasalahan yang muncul dari Tren Rambut Berwarna bagi perempuan urban, yakni identity crisis dalam pergeseran makna, yakni Women face two options; freedom to express themselves in their own style, or drift into media and industry exploitations.

Literatur yang telah membahas tema terkait mewarnai rambut, yakni Dalam artikel jurnal yang berjudul "Rambut dan Identitas Perempuan: Membaca Rambut Perempuan di Media Massa" yang ditulis oleh Rina Widiastuti tahun 2008 mengkaji mengenai rambut perempuan sebagai bagian dari tren kecantikan (Rina Widiastuti, 2008). Rambut menjadi bagian dari objek media massa dan bagian tubuh Perempuan sebagai "nilai jual". Jauh dari itu pemaknaan rambut bukan hanya sekedar bagian tubuh yang perlu dirawat untuk menunjang penampilan, tetapi juga sudah menjadi bagian komersial suatu sistem ekonomi. Dengan banyaknya produk perawatan rambut yang menyototi terutama pada Perempuan. Rambut yang sehat dan indah dijadikan patokan dalam iklan media massa. Para selebriti sebagai public figure dijadikan sebagai tolak ukur standar kecantikan rambut. Rambut yang Panjang dan hitam menjadi dambaan setiap Perempuan.

Tetapi semakin terbukanya arus informasi, tren rambut hitam dan Panjang mulai berganti menjadi rambut diwarnai bak orang Eropa yang kebanyakan berwarna coklat hingga pirang. Mewarnai rambut menjadi bagian diterapkannya kosmetika pada rambut. Rambut berwarna pada Perempuan perkotaan dianggap lebih trendi dan mengikuti zaman dibanding rambut hitam alami khas orang Indonesia. Kini banyak di media massa konvensional maupun online para public figure yang memiliki rambut berwarna dijadikan Bintang iklan, sehingga pandangan Masyarakat perlahan berubah. Terlebih dengan kecanggihannya teknologi pewarnaan rambut, mewarnai rambut sudah tak perlu lagi ke salon. Perempuan kini sudah lebih mudah mewarnai rambut sendiri di rumah dengan berbagai macam produk seperti sampo yang bisa mewarnai rambut.

Terlebih dengan adanya gelombang kecantikan Korean beauty, dimana memiliki rambut berwarna coklat dianggap lebih modern dibanding hitam. Dalam beberapa artikel bahkan ada yang membahas mengenai rambut apa saja yang sedang tren dari tahun ke tahun. Teknik pewarnaan rambut juga tidak hanya full color rambut, tetapi ada juga sebutan peek-a-boo, ombre, balayage dan lain sebagainya. Dalam beberapa tren belakangan banyak juga Perempuan yang mewarnai rambutnya tidak dengan warna normal seperti coklat, melainkan juga warna-warna trendy seperti pink, hijau, biru, abu-abu, ataupun ungu. Perempuan ini merasa diri mereka lebih tampil modis dan percaya diri karena berhasil menunjukkan identitas serta kebebasan berekspresi ketimbang jika hanya membiarkan rambut mereka hitam alami. Perubahan penampilan juga dianggap sebagai pengusir rasa kebosanan dengan penampilan yang sama dari tahun ke tahun. Ada beberapa Perempuan yang mewarnai rambutnya sebagai simbol perubahan diri ke yang lebih baik. Misal setelah putus cinta ataupun mendapat pekerjaan yang lebih mumpuni.

Dalam masyarakat modern, konsep kecantikan sering kali diwarnai oleh berbagai norma dan standar yang berubah sesuai dengan perkembangan zaman dan budaya. Salah satu tren yang kini banyak ditemui di kalangan perempuan urban adalah pewarnaan rambut. Pewarnaan rambut telah menjadi salah satu bentuk ekspresi diri dan gaya hidup yang diadopsi oleh banyak perempuan, khususnya di kota-kota besar seperti Semarang.

Namun, di balik tren ini, terdapat berbagai stigma dan persepsi sosial yang mempengaruhi bagaimana perempuan dengan rambut berwarna dipandang oleh masyarakat. Kecantikan tidak hanya sekedar tampilan fisik, melainkan juga mencakup aspek-aspek psikologis dan sosial. Bagi banyak perempuan, kecantikan adalah cara untuk mengekspresikan identitas dan kepribadian mereka. Dalam konteks ini, rambut berwarna menjadi salah satu medium untuk menyampaikan pesan tertentu tentang diri mereka kepada dunia. Namun, tidak semua ekspresi ini diterima dengan cara yang sama oleh masyarakat. Stigma sosial terhadap perempuan dengan rambut berwarna dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari anggapan negatif hingga diskriminasi langsung.

Masyarakat sering kali mengaitkan rambut berwarna dengan perilaku yang tidak konvensional atau pemberontakan terhadap norma-norma sosial. Dalam banyak kasus, perempuan dengan rambut berwarna dianggap kurang serius atau tidak profesional, yang berdampak pada peluang mereka dalam bidang pekerjaan dan kehidupan sosial. Semarang sebagai kota metropolitan memiliki dinamika sosial yang unik. Sebagai pusat urban yang berkembang pesat, Semarang menjadi tempat bertemunya berbagai budaya dan pemikiran.

Dalam konteks ini, penelitian tentang korelasi antara rambut berwarna dan stigma kecantikan di kalangan perempuan urban di Semarang menjadi relevan untuk memahami bagaimana norma kecantikan dan persepsi sosial berkembang di lingkungan urban. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis korelasi antara rambut berwarna dan stigma kecantikan di kalangan perempuan urban di Kota Semarang. Fokus utama dari penelitian ini adalah menggali persepsi dan

pengalaman perempuan dengan rambut berwarna di Kota Semarang terkait stigma sosial yang mereka hadapi, menganalisis pengaruh stigma tersebut terhadap kehidupan sosial dan profesional perempuan dengan rambut berwarna, serta menilai bagaimana norma kecantikan dan standar sosial berkembang di lingkungan urban seperti Semarang dan bagaimana hal ini mempengaruhi ekspresi diri perempuan.

Masalah yang diangkat dalam tulisan ini menjadi menarik sebab belum banyak dibahas dan masih terus mengalami perkembangan seiring dengan kehidupan manusia yang dinamis. Studi terdahulu merupakan batu pijakan untuk penelitian ini dan penelitian – penelitian selanjutnya. Penelitian ini berfokus pada hubungan timbal – balik (korelasi) antara citra rambut perempuan perkotaan dan stigma negatif masyarakat yang mengandung pertentangan nilai – nilai antara perempuan perorangan sebagai individu dan nilai – nilai tradisi dalam masyarakat.

Fokus utama permasalahan dalam kajian ini adalah adanya stigma negative dari Masyarakat terkait Perempuan yang mewarnai rambutnya seringkali dianggap bukan Perempuan baik-baik. Selanjutnya, bagaimana Perempuan-perempuan urban menyikapi, dan menepis tuduhan dari masyarakat. Sedikitnya penelitian mengenai Perempuan yang mewarnai rambutnya juga menjadi daya Tarik tersendiri. Mewarnai rambut yang hanya sekedar tren kadang menjadi identitas pemilik rambut yang diteliti menggunakan teori stigma sosial Erving Goffman.

## LANDASAN TEORI

Teori stigma sosial yang dikembangkan oleh Erving Goffman berfokus pada bagaimana individu yang memiliki atribut yang dianggap "cacat" atau berbeda oleh masyarakat mengalami diskriminasi dan perlakuan yang merendahkan. Goffman mendefinisikan stigma sebagai tanda yang mendiskreditkan individu, mengurangi mereka dari status "normal" menjadi "tidak normal". Dalam teorinya, Goffman mengidentifikasi tiga jenis stigma: pertama, stigma fisik, seperti cacat tubuh atau penampilan yang tidak biasa; kedua, stigma karakter, seperti kelemahan moral atau kelainan kepribadian; dan ketiga, stigma kelompok, seperti ras, agama, atau kebangsaan. Stigma ini berfungsi sebagai mekanisme sosial yang mengontrol perilaku, membatasi kesempatan, dan memperkuat norma sosial. Individu yang distigmatisasi sering menghadapi eksklusi sosial, diskriminasi, dan perlakuan tidak adil yang mempengaruhi identitas dan kesejahteraan psikologis mereka. Goffman juga menjelaskan bahwa orang yang mengalami stigma sering kali mencoba untuk menyembunyikan atribut yang distigmatisasi atau mengembangkan strategi untuk mengatasi dan mengurangi dampak negatif dari stigma tersebut dalam interaksi sosial sehari-hari.

Teori stigma sosial yang dikembangkan oleh Erving Goffman mencakup beberapa konsep penting. Menurut Goffman, identitas individu terbentuk melalui proses interaksi dengan masyarakat. Berdasarkan Mahmudah (2011), Goffman membagi identitas individu menjadi dua jenis sesuai dengan konteks sosialnya, yaitu identitas sosial virtual dan identitas sosial aktual. Identitas sosial virtual adalah identitas yang terbentuk dari asumsi atau pandangan masyarakat terhadap individu, sedangkan identitas sosial aktual adalah identitas yang terbentuk berdasarkan karakteristik yang telah terbukti. Setiap individu memiliki perbedaan dalam kedua identitas ini. Ketika perbedaan tersebut diketahui oleh masyarakat, individu tersebut akan menerima stigma dan dikucilkan.

Teori stigma Goffman juga terkait erat dengan konsep interaksi dramaturgis antara penerima dan pemberi stigma. Goffman (dalam Novanto, 2017) mengidentifikasi dua bentuk stigma: stigma yang terungkap (discredit stigma) dan stigma yang tersembunyi (discreditable stigma). Stigma yang terungkap adalah perbedaan yang diketahui antara orang normal dan individu yang dianggap menyimpang. Sebaliknya, stigma yang tersembunyi adalah perbedaan yang tidak diketahui antara orang normal dan individu yang diberi stigma. Dalam kasus stigma tersembunyi, individu yang terkena stigma berusaha mengelola dirinya agar tetap terlihat normal, sementara dalam stigma yang terungkap, individu yang terstigma berusaha mengelola perilakunya agar tidak lebih buruk dari yang telah diketahui.

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan pengalaman individu secara mendalam dan terperinci. Penelitian fenomenologi fokus pada interpretasi dan penjelasan pengalaman-pengalaman yang dialami seseorang, termasuk interaksinya dengan orang lain dan

lingkungan sekitar. Dalam penelitian kualitatif, fenomena dipahami sebagai sesuatu yang muncul dalam kesadaran peneliti melalui cara-cara tertentu yang menjelaskan bagaimana sesuatu menjadi jelas dan nyata. Penelitian fenomenologi menitikberatkan pada pencarian, pembelajaran, dan penyampaian makna dari fenomena dan peristiwa yang terjadi serta hubungannya dengan orang-orang dalam situasi tertentu. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif murni karena tujuannya adalah untuk memahami dan menggambarkan karakteristik intrinsik dari fenomena-fenomena yang dialami oleh individu (Eko Sugianto, 2015).

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang sangat efektif dalam penelitian kualitatif fenomenologi. Melalui wawancara, peneliti dapat mengajukan pertanyaan langsung kepada partisipan, mendapatkan penjelasan mendalam dan terperinci mengenai pengalaman, persepsi, dan pandangan mereka terhadap fenomena tertentu.

Wawancara memberikan kesempatan bagi partisipan untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan mereka secara bebas, sehingga peneliti dapat menangkap nuansa dan kompleksitas dari pengalaman mereka. Selain itu, wawancara memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi topik secara lebih mendalam, menyesuaikan pertanyaan berdasarkan respons partisipan, dan mendapatkan wawasan yang lebih kaya tentang konteks sosial dan budaya yang mempengaruhi pengalaman mereka.

Dengan demikian, wawancara menjadi alat yang sangat berharga dalam mengumpulkan data kualitatif fenomenologi yang komprehensif dan mendalam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Tubuh Perempuan dalam konteks femininitas dan seksualitas selebritas Indonesia pada tahun 200-an direpresentasikan dengan warna kulit putih, bentuk tubuh yang sempurna, jenis rambut yang lurus, kelas menengah dan terdidik, sebagaimana yang dituntut oleh penguasa; pada tatanan personal penguasa adalah pria yang menempati posisi sebagai calon pacar, calon suami, pacar atau suami. Selebritas Perempuan berupaya mengikuti stereotype femininitas yang berlaku pada waktu itu di Indonesia, meski tak jarang bertentangan dengan hati nuraninya (Daratri, 2018).

Femininitas itu sendiri bisa diartikan bagaimana bentuk konstruksi stereotype oleh Masyarakat terhadap Perempuan dari segala aspek, baik perilaku hingga hal lainnya. Setiap bagian dari tubuh Perempuan (rambut, kaki, lengan, kulit, dan lain-lain) dan seksualitasnya (payudara dan vagina) berubah menjadi komoditas industri yang menciptakan mitos kecantikannya. Femininitas Perempuan Indonesia berkorelasi dengan kepentingan industri.

Media jadi agen sosialisasi yang menyampaikan citra ideal femininitas Perempuan (Christina, 2021). Begitu pula dengan Hollows (2010) yang menyatakan bahwa konstruksi femininitas yang dibentuk secara fisik, tanpa disadari mulai terpengaruh pada sosok Perempuan dalam budaya media. Tubuh Perempuan mencerminkan budaya yang merepresentasi dikotomi sistem gender dalam praktiknya (Daratri, 2018).

Terjadi pergeseran standar kecantikan Perempuan Indonesia dengan rambut hitam panjang. Berkaitan dengan warna rambut, Perempuan Indonesia seakan-akan sudah mulai bosan dengan rambut berwarna hitam. Fenomena ini bisa dilihat dari semakin banyaknya selebritas Indonesia yang mengecat rambutnya dengan warna-warna terang, seperti; keemasan (blonde), coklat, merah, kuning, hijau, biru, ungu dan warna-warna lainnya. Maia Estianty, Pingkan Mambo, Melly Goeslaw, Mulan Jameela, dan Inul Daratista adalah beberapa selebritas Indonesia yang sering berganti-ganti warna rambut. Produk-produk pewarna rambut, misalnya: Elips, L'Oréal Professional Hair, Elseve, Makarizo Concept dan Sun Silk Color Shine System, mulai meramaikan dunia periklanan tanah air. Perempuan-perempuan dengan rambut berwarna-warni pun hadir dalam berbagai iklan di media massa (Widiastuti, 2008).

Faktanya saat ini, persepsi Wanita yang mewarnai rambutnya disebut sebagai Perempuan nakal, karena sebagian dari mereka berprofesi sebagai biduan dari panggung ke panggung, yang kerap dijumpai saat pesta rakyat atau pesta pernikahan. Dalam konteks ini, biduan dianggap "nakal" baik laki-laki maupun Perempuan.

Tak hanya biduan saja, Wanita yang dijumpai jam 11 malam ke atas dapat dikatakan sebagai Wanita tidak baik "nakal" ditunjang juga dengan cara berpakaian. Hal inilah yang menjadikan persepsi tidak baik oleh Masyarakat. Padahal tujuan mewarnai rambut hanya untuk mengubah penampilan agar terlihat lebih menarik dan mengikuti tren yang sedang berlangsung saat ini (Suprida, 2020).



Berdasarkan pertimbangan hal ini, maka dilakukan pengambilan data dengan wawancara sebagai berikut:

### **Data Pertama**

Data diambil dari kutipan hasil wawancara dua orang Perempuan di kota Semarang. Mereka berusia antara 25 tahun hingga 30 tahun. Usia ini dipilih karena termasuk dalam usia muda produktif yang lebih peka terhadap tren yang sedang berkembang. Selain itu juga ada beberapa catatan narasumber tersebut belum menikah, sehingga tidak ada bias mereka mewarnai rambut atas keinginan suami, melainkan keinginan atas diri sendiri.

Narasumber pertama tidak ingin disebutkan namanya, maka akan disebutkan sebagai anonim, berusia 29 tahun, belum menikah, sudah bekerja secara freelance dalam bidang entertainment. Anonim mewarnai rambut dua hingga tiga kali dalam setahun. Tidak hanya warna mainstream seperti coklat, tetapi juga warna-warna fashion seperti hijau, biru, pink dan lain sebagainya. Berikut kutipan wawancara yang berhasil penulis rangkum:

"Aku mewarnai rambut sudah semenjak kuliah, menurutku mewarnai rambut sebagai symbol ekspresi. Warna coklat menjadi warna favoritku, karena aku merasa wajahku lebih terlihat cerah. Selain itu rambut berwarna hitam menurutku cenderung monoton, aku mewarnai rambut karena ingin tampil berbeda. Tetapi dalam beberapa kesempatan aku bisa mewarnai rambut seperti warna-warna fashion yang lebih berani karena tuntutan pekerjaan. Pekerjaanku kan freelance, kadang aku mendapat tawaran jadi model gitu. Warna terekstrim yang pernah aku coba adalah warna hijau neon, jadi glow in the dark gitu kalau dalam gelap. Rasanya unik juga, benar-benar tampil beda. Tapi karena warnaini aku harus pakai wig warna coklat gelap, karena dipekerjaanku yang lain tidak boleh warna rambut seekstrim itu".

"Kalau stigma negative sih ada ya, terutama dari Masyarakat luas. Aku pernah warna rambut keemasan, waktu itu jalan sendiri, kebetulan pulang malam habis kerja, ada beberapa bentuk pelecehan verbal yang aku terima waktu berjalan, padahal itu di sekitar trotar mall Ciputra di Tengah kota Semarang lho. Selain itu aku juga sering menerima tatapan sinis dari ibu-ibu, gak tau kenapa ya, padahal aku Cuma duduk makan. Waktu kuliah dulu juga ada seorang dosen yang memanggilku "pirang", daripada memanggil namaku. Sebagai freelance, selain bekerja dengan pihak swasta, aku juga pernah bekerja sama dengan pihak pemerintah, rata-rata mereka menuntut manpowernya berambut gelap cenderung hitam".

Sedangkan untuk narasumber kedua bernama Dina, berusia 26 tahun, belum menikah. Dina bekerja sebagai staff di suatu Perusahaan swasta. Dalam satu tahun Dina mewarnai rambutnya satu sampai dua kali untuk menunjang penampilan. Warna coklat dipilih Dina karena terkesan elegan dan cocok dengan dirinya. Berikut kutipan wawancara yang berhasil penulis rangkum:

"Menurutku rambut coklat lebih fashionable daripada rambut hitam. Rambut coklat memberikan aku kepercayaan diri lebih. Terlebih jenis rambut aku cenderung gampang berminyak lepek, jadi kalau warna hitam keliatan banget, harus keramas setiap hari, lebih repot apalagi rambut aku panjang sepinggang. Dengan warna rambut coklat aku lebih percaya diri. Dulu aku pernah punya mantan pacar punya salon, semenjak itu aku rutin mewarnai rambutku jadi coklat. Jadi semisal rambut baru sudah tumbuh warna hitam, bakal aku retouch lagi biar rapi coklat seluruhnya. Selain rajin retouch rambut, aku juga potong ujung rambut aku 1cm-3cm dibagian ujung rambut biar lebih sehat".

"Kalau stigma negatif jarang ya aku terima, mungkin karena rambut aku warnanya coklat jadi lebih netral. Kalau dipekerjaan pun masih oke, karena gak Cuma aku yang mewarnai rambut. Tapi pernah sih dapet pelecehan verbal waktu lagi jalan-jalan di kota lama atau naik motor, karena rambut aku kan diluar helm, tapi sekali dua kali aja, gak sering. Tapi semisal ada yang anggep negative lebih ke bodo amat sih, selama aku merasa oke dengan rambut coklat dan gak ngerugiin mereka kenapa enggak?!".

### **Restatement Data Pertama**

Menurut narasumber 1, mewarnai rambut sebagai simbol ekspresi. Dengan rambut berwarna coklat, wajah terlihat lebih cerah. Selain itu rambut berwarna hitam cenderung monoton, narasumber mewarnai rambut karena ingin tampil berbeda. Hal tersebut disebabkan tuntutan pekerjaan sebagai model terkadang harus mewarnai rambut dengan warna – warna terekstrim, yakni warna hijau neon, jadi glow in the dark (kaluar dalam gelap).

Jika berbicara tentang stigma negatif pasti selalu ada, terutama dari Masyarakat luas. Beberapa bentuk pelecehan verbal yang pernah narasumber 1 terima ketika berjalan sendiri dan juga sering menerima tatapan sinis dari ibu-ibu ketika makan. Waktu kuliah dulu juga ada seorang dosen yang memanggil narasumber 1 sebagai "pirang", bukan nama aslinya. Narasumber 1 pernah bekerja di pemerintahan dan menemukan bahwa pegawai pemerintahan cenderung berambut gelap ke hitam.

Menurut narasumber 2, rambut coklat lebih fashionable daripada rambut hitam. Rambut coklat memberikan narasumber 2 kepercayaan diri lebih. Narasumber 2 jarang menerima stigma negatif, mungkin karena rambut narasumber 2 warnanya coklat jadi lebih netral. Kalau dipekerjaan pun masih oke. Sesekali pernah dapat pelecehan verbal ketika jalan-jalan. Jika masyarakat luas menganggap negatif, narasumber 2 lebih merasa bodo amat.

### Deskripsi Poin

Dari kutipan wawancara di atas dapat beberapa poin penting:

1. Perempuan urban mewarnai rambut mereka untuk menunjang penampilan agar lebih percaya diri, tidak sekedar mengikuti tren semata. Mereka mewarnai atas keinginan sendiri, tidak ada paksaan dari pihak manapun. Dari kutipan wawancara di atas, dua narasumber berusia dewasa muda dan sudah memiliki penghasilan sendiri, sehingga yang mereka lakukan dengan mewarnai rambut sudah tau efek baik dan buruknya.
2. Satu dari dua narasumber terkadang mewarnai rambut karena tuntutan pekerjaan sebagai freelance, ia mengambil pekerjaan sebagai model untuk diwarnai rambutnya, tetapi ia mengambil pekerjaan tersebut atas keinginan sendiri. Selain itu ia juga suka dari hasil mewarnai rambut tersebut, walaupun dengan warna yang ekstrim, tetapi dia menganggap itu sebuah keunikan tersendiri.
3. Mewarnai rambut bagi Perempuan urban sudah menjadi kebutuhan yang rutin. Mereka bisa melakukannya beberapa kali dalam satu tahun agar tetap mempertahankan warna rambut yang diinginkan. Menurut mereka mewarnai rambut bukan lagi hal aneh, dan perlu dilakukan untuk menunjang penampilan. Tetapi disesuaikan juga dengan diri masing-masing orang, karena tidak semua orang pantas untuk mewarnai rambutnya.
4. Stigma negatif dari Masyarakat masih ada terhadap Perempuan dengan rambut berwarna, tetapi tidak semasih dulu. Sekarang tren lebih terbuka mengenai warna rambut. Tetapi pada warna-warna tertentu masih ada stigma negatif dari Masyarakat. Perempuan urban sekarang tidak ambil pusing dengan pendapat orang lain, selama yang mereka lakukan baik untuk mereka dan tidak merugikan orang lain.

### Pembahasan

Berdasarkan data – data yang telah dikumpulkan, citra rambut bagi perempuan adalah mengacu pada pendapat Hemingway bahwa seorang gadis bukanlah gadis tanpa rambutnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa rambut menjadi bagian yang tidak bisa dilepaskan dari sosok perempuan (Widiastuti, 2008). Akan dianggap menyimpang dari norma masyarakat yang berlaku jika ada perempuan yang berambut pendek dan laki-laki yang berambut panjang. Rambut panjang juga menjadi simbol kekayaan, karena merawat rambut panjang membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan membutuhkan waktu yang lebih lama.

Perempuan lebih menganggap rambut kepala sebagai atribut yang penting dari tubuhnya, dibandingkan dengan laki-laki. Rambut merupakan simbol identitas diri perempuan yang di satu sisi bersifat fisik dan privat, namun di sisi lain bersifat publik. Masyarakat menanamkan ide bahwa perempuan baik-baik adalah perempuan yang memiliki rambut lurus dan panjang. Rambut dengan karakteristik lurus, tebal, jatuhnya bagus, dan mudah diatur merupakan karakteristik rambut yang diinginkan kebanyakan perempuan, terlepas dari warna dan ukuran panjangnya. Kutipan tersebut menunjukkan bahwa (lagi-lagi) perempuan dikonstruksi oleh struktur dan kultur (Intan, 2014).

Pada iklan – iklan sampo di Indonesia, menunjukkan dan menawarkan rambut panjang, hitam, dan lurus sebagai gaya rambut wajib dimiliki oleh perempuan Indonesia. Bukti bahwa rambut adalah objek yang menarik bagi industri untuk mengakumulasi keuntungan. Rupaya konstruksi sosial tentang rambut di Indonesia mulai mengalami perubahan seiring dengan melimpah ruahnya informasi di media massa (Widiastuti, 2008 : 377). Saat ini rambut indah tidak identik lagi dengan rambut lurus, namun iklan – iklan sudah menampilkan perempuan – perempuan berambut ikal, keriting, dan rambut berwarna. Berkaitan dengan warna rambut, perempuan Indonesia seakan – akan sudah mulai bosan dengan rambut berwarna hitam.

Dari data petikan wawancara yang diperoleh sebelumnya, ringkasan hasil penelitian ini mencerminkan temuan bahwa Perempuan yang mewarnai rambutnya sudah tidak lagi dipandang negatif pada Masyarakat perkotaan, sebaliknya mewarnai rambut sebagai Upaya dalam menunjang penampilan dalam ranah profesional maupun keseharian.

Setiap orang dapat membentuk rambut dengan berbagai macam cara sesuai dengan kepribadiannya. Mereka bisa menghadirkan gaya rambut yang berbeda antara satu Perempuan dengan

Perempuan lain untuk menonjolkan identitasnya. Dalam hal ini, melimpah ruahnya produk perawatan dan penataan rambut di pasar-pasar merupakan bentuk demokratisasi industri yang memberikan peluang bagi kaum Perempuan untuk mengekspresikan dirinya.

Iklan di media massa menjadi sebuah katalog, yang senantiasa memberikan panduan gaya hidup terkini. Perempuan pun mempunyai kesempatan untuk memilih jenis, warna dan gaya rambut yang mereka inginkan tanpa memedulikan norma yang berlaku di Masyarakat (Widiastuti, 2008).

Dilihat dari data hasil wawancara pertama, peneliti mempunyai indikasi bahwa mewarnai rambut menambah rasa percaya diri. Warna rambut hitam dianggap monoton dan kurang menarik, sehingga mewarnai rambut dengan warna coklat menjadi pilihan. Sedangkan tipikal warna-warna rambut fashion menjadi pilihan karena tuntutan pekerjaan dalam wawancara pada narasumber pertama. Meskipun pada akhirnya ia menyukai hasil dari pewarnaan rambut tersebut. Hal ini tentu saja menampik bahwa narasumber hanya ikut-ikutan tren dari selebritas dan tidak ada makna didalamnya. Mewarnai rambut juga sebagai bukti ekspresif Perempuan urban sebagai identitas pribadi. Menjadi “beda” dan tidak monoton menjadi tren tersendiri sebagai ungkapan rasa puas diri.

Selanjutnya, dilihat dari data petikan wawancara kedua, narasumber lebih kepada kepercayaan diri dan masalah rambut yang mudah berminyak. Rambut berwarna hitam dianggap lebih terlihat berminyak ketimbang coklat. Mewarnai rambut menjadi coklat dianggap sebagai Solusi dari masalah rambut tersebut. Narasumber menjadi lebih percaya diri.

Pengaruh iklan kosmetik dan perawatan rambut pada media massa memberikan panduan gaya hidup yang menyebabkan perempuan mempunyai kesempatan memilih jenis, warna, dan gaya rambut yang mereka inginkan tanpa memedulikan norma yang berlaku di masyarakat. Perempuan bukan fakta yang ajeg, melainkan keadaan yang selalu dalam proses menjadi. Hal ini berarti bahwa tubuh bukanlah benda, tubuh adalah situasi.

Tubuh perempuan juga merupakan bentuk definisi dari beragam kepentingan. Tubuh tidak dapat dilepaskan dari konstelasi sosial, politik, ekonomi, dan budaya yang mengitarinya. Dengan demikian, tubuh tidak bersifat pribadi, karena secara sosial, tubuh menjadi public political issue (Intan, 2014 : 69), yang menjadi konstruksi sosial masyarakat mengenai idealisasi pencitraan tubuh. Rambut kepala perempuan merupakan simbol kecantikan. Urgensi atas kepemilikan rambut indah dan sehat tersebut didukung oleh industrialisasi perawatan rambut melalui tempat perawatan salon yang menyediakan produk seperti krim rambut, masker rambut, sampo, pewarna, dan sebagainya.

Konstruksi sosial memainkan peran penting dalam pembentukan stigma sosial terhadap perempuan dengan rambut berwarna. Norma-norma dan nilai-nilai yang dipegang oleh masyarakat menciptakan standar kecantikan yang ideal, seperti rambut hitam panjang dan lurus, yang dianggap sebagai simbol keanggunan dan kepatuhan terhadap tradisi. Ketika perempuan urban memilih untuk mewarnai rambut mereka dengan warna-warna mencolok, mereka dianggap menyimpang dari standar ini dan dihadapkan pada pandangan negatif.

Konstruksi sosial ini didukung oleh berbagai media dan industri kecantikan yang terus mempromosikan citra tertentu sebagai ideal. Iklan-iklan dan representasi di media massa sering kali menggambarkan perempuan dengan rambut hitam sebagai lebih anggun dan diterima secara sosial, sementara rambut berwarna dianggap tidak serius atau bahkan tidak bermoral. Akibatnya, perempuan dengan rambut berwarna sering kali harus menghadapi diskriminasi dan pelecehan, baik di ruang publik maupun di tempat kerja. Konstruksi sosial ini menunjukkan bagaimana norma-norma yang tampaknya sepele, seperti warna rambut, dapat digunakan sebagai alat kontrol sosial yang membatasi kebebasan individu dalam mengekspresikan identitas.

Stigma sosial merupakan label negatif yang dilekatkan oleh masyarakat kepada individu atau kelompok berdasarkan atribut tertentu yang dianggap menyimpang dari norma-norma sosial yang dominan. Dalam konteks perempuan urban dengan rambut berwarna di Kota Semarang, stigma sosial ini terlihat jelas melalui pandangan negatif dan diskriminasi yang mereka hadapi. Rambut berwarna, terutama warna-warna yang mencolok seperti hijau, biru, atau pink, sering dianggap menyimpang dari standar kecantikan tradisional yang mengidealkan rambut hitam panjang dan lurus. Akibatnya, perempuan dengan rambut berwarna sering mengalami pelecehan verbal, tatapan sinis, dan bahkan diskriminasi dalam lingkungan kerja.

Menurut teori stigma sosial dari Erving Goffman, stigma ini tidak hanya mempengaruhi bagaimana individu dipersepsikan oleh orang lain, tetapi juga dapat mempengaruhi identitas diri dan kesejahteraan psikologis mereka. Perempuan dengan rambut berwarna mungkin merasa harus menyembunyikan atau menyesuaikan penampilan mereka untuk menghindari penilaian negatif, yang pada akhirnya dapat membatasi ekspresi diri mereka. Stigma sosial ini menunjukkan bagaimana norma-norma masyarakat

dapat menjadi hambatan bagi individu untuk mengekspresikan identitas mereka dengan bebas dan tanpa rasa takut akan penolakan atau diskriminasi.

Erving Goffman mendefinisikan stigma sebagai atribut yang mendiskreditkan individu, membuat mereka dipandang kurang dari "normal" dalam konteks masyarakat. Dalam analisis terhadap perempuan urban di Kota Semarang dengan rambut berwarna, stigma sosial dapat dilihat dalam beberapa bentuk. Pertama, stigma fisik muncul karena rambut berwarna, terutama dengan warna mencolok seperti hijau, biru, atau pink, dianggap menyimpang dari norma kecantikan tradisional yang mengidealkan rambut hitam panjang dan lurus. Perempuan dengan rambut berwarna sering menghadapi tatapan sinis dan pelecehan verbal dari masyarakat, mencerminkan pandangan konservatif yang masih kuat. Kedua, stigma karakter terkait dengan persepsi bahwa perempuan dengan rambut berwarna mungkin memiliki karakter atau perilaku yang tidak sesuai dengan norma sosial.

Misalnya, seorang narasumber pernah dipanggil "pirang" oleh dosen, menunjukkan stereotip negatif terhadap rambut berwarna sebagai tanda kurang serius atau tidak profesional. Ketiga, stigma kelompok menempatkan perempuan dengan rambut berwarna dalam kategori yang berbeda atau menyimpang dari mayoritas, yang sering kali menyebabkan diskriminasi dan eksklusi sosial. Meskipun ada beberapa penerimaan dalam masyarakat urban, stigma kelompok tetap ada, terutama dari kelompok yang lebih tua atau konservatif.

Perempuan dengan rambut berwarna di Kota Semarang mengembangkan berbagai strategi untuk mengatasi stigma ini. Beberapa mencoba menyembunyikan warna rambut mereka dengan memakai wig atau menyesuaikan warna rambut sesuai dengan konteks sosial yang mereka hadapi, seperti di tempat kerja.

Narasumber pertama dalam penelitian ini harus memakai wig berwarna coklat gelap saat bekerja di pemerintahan, menunjukkan upaya untuk menyesuaikan diri dengan norma yang lebih diterima. Selain itu, banyak perempuan urban lebih fokus pada penerimaan diri dan kepercayaan diri daripada pandangan masyarakat. Mereka cenderung mengabaikan stigma sosial selama mereka merasa nyaman dan percaya diri dengan penampilan mereka.

Narasumber kedua menunjukkan sikap "bodo amat" terhadap stigma negatif, mencerminkan sikap pemberdayaan dan penerimaan diri yang kuat. Analisis ini menunjukkan bahwa perempuan dengan rambut berwarna di Kota Semarang menghadapi stigma sosial dalam berbagai bentuk, namun mereka mengembangkan strategi untuk mengelola dan mengatasi stigma tersebut, memperlihatkan dinamika kompleks antara norma sosial dan ekspresi diri dalam konteks urban.

Sehingga, penelitian ini memberikan berbagai sudut pandang mengenai Perempuan yang dianggap hanya mengikuti tren. Jauh daripada itu, mewarnai rambut merupakan simbol kebebasan berpenampilan bagi sebagian Perempuan, simbol berekspresi dan berani tampil berbeda. Sementara itu, perempuan Indonesia yang memertahankan rambut panjang juga semakin berkurang. Tuntutan aktivitas yang padat, menjadi salah satu alasan sebagian perempuan memangkas rambut menjadi lebih pendek dengan alasan perawatan yang lebih mudah dan biaya yang lebih murah.

Karena, pada kenyataannya di masyarakat beredar pula persepsi bahwa wanita yang mengikuti tren mewarnai rambut sebagai wanita tidak baik "Nakal", sedangkan bagi laki-laki persepsi ini tidak berlaku. Hanya saja lelaki yang mengikuti tren mewarna rambut termasuk kedalam golongan anak jalan. Persepsi bagi wanita yang mewarnai rambut sangat tidak masuk akal, antara mewarnai rambut dengan kelakuan tidak ada hubungannya (Suprida, 2020 : 118). Adanya stigma negatif pada Perempuan yang mewarnai rambutnya dianggap sudah tidak relevan lagi, karena warna rambut tidak mencerminkan baik atau buruknya perilaku seseorang. Mewarnai rambut dibutuhkan untuk menunjang penampilan dan kepercayaan diri.

Menanggapi stigma negatif, hal yang paling penting adalah perempuan seharusnya menyikapi kondisi tersebut dengan "kesadaran". Kesadaran akan membantu perempuan menerjemahkan dan mengarahkan agar tidak terjerumus dalam lingkaran eksploitasi industri. Kesadaran perempuan tentang siapa dirinya dan apa keinginannya, akan membantu perempuan terhindar dari dampak negatif kapitalisme, serta membuka peluang untuk memanfaatkan kapitalisme. Kesadaran perempuan terhadap potensi dirinya akan mendorong untuk mengambil keuntungan sosial dan ekonomi, serta memanfaatkan industri dan media. Kesadaran memengaruhi bagaimana perempuan melakukan penilaian dan pemaknaan terhadap tubuhnya.

Sementara Stigma negatif masyarakat tergambar sebagai Pihak di luar perempuan yang justru menentukan bagaimana ia seharusnya memaknai dan memperlakukan tubuhnya (seharusnya bukan menjadi faktor utama). Stigma negatif masyarakat menjadikan perempuan telah dikondisikan untuk menggantungkan diri pada penilaian orang lain ketika hendak mengukur atau menilai pengalamannya seputar persoalan tubuh khususnya dalam hal mewarnai rambut.



## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini menemukan perubahan tren dan standar kecantikan perempuan, khususnya terkait dengan rambut, serta problem yang dihadapi perempuan urban terkait rambut, dan pertentangan antara nilai-nilai individu dengan nilai-nilai tradisional. Dalam masyarakat urban, persepsi bahwa perempuan cantik harus memiliki rambut panjang dan hitam mulai bergeser, dengan sebagian masyarakat mulai menerima warna rambut yang berbeda. Perempuan urban semakin berani mendobrak norma sosial dan mengekspresikan diri dengan lebih bebas.

Stigma yang masih ada di sebagian masyarakat tidak lagi dianggap penting karena perempuan urban menyadari hak privat atas tubuh, termasuk rambut. Hak untuk menentukan model rambut yang pantas dan nyaman sudah menjadi hak masing-masing perempuan. Kesadaran juga tumbuh mengenai efisiensi memiliki rambut pendek dan mewarnai rambut sebagai tuntutan pekerjaan. Selain itu, analisis menggunakan teori stigma sosial Erving Goffman menunjukkan bahwa perempuan dengan rambut berwarna di Kota Semarang menghadapi berbagai bentuk stigma sosial, termasuk stigma fisik, karakter, dan kelompok.

Meskipun demikian, mereka mengembangkan strategi untuk mengelola dan mengatasi stigma ini, menunjukkan dinamika kompleks antara norma sosial dan ekspresi diri dalam konteks urban. Studi ini menggarisbawahi pentingnya pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana stigma sosial mempengaruhi individu dan bagaimana mereka merespons terhadap norma-norma yang mendiskreditkan.

## **Saran**

Untuk mengatasi stigma sosial terkait rambut berwarna pada perempuan urban di Kota Semarang, diperlukan upaya edukasi dan peningkatan kesadaran sosial di masyarakat. Program pendidikan yang menasar berbagai kelompok usia dapat membantu mengurangi stereotip dan stigma negatif, dengan menekankan pentingnya menghargai keberagaman dalam ekspresi diri. Selain itu, perusahaan dan institusi pemerintah sebaiknya menerapkan kebijakan yang mendukung kesetaraan dan inklusivitas di tempat kerja, termasuk dalam hal penampilan fisik karyawan.

Pelatihan mengenai inklusivitas dan penghargaan terhadap keberagaman dapat menciptakan lingkungan kerja yang lebih menerima. Di sisi lain, perempuan yang memilih untuk mewarnai rambutnya perlu didukung dalam memperkuat identitas diri mereka. Dukungan sosial melalui kelompok-kelompok komunitas dapat membantu mereka menghadapi stigma dan meningkatkan kepercayaan diri, sehingga merasa lebih dihargai dan diakui dalam masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bariqina, Endang & Ideawati, Zahida. (2001). Perawatan dan penataan rambut. Yogyakarta: Adicitra Karya Nusa
- Chakim, Thoiful. 2006. Hubungan antara Kandungan Hidrogen Peroksida dalam Pewarnaan Rambut [Artikel Penelitian]. Semarang(ID): Universitas Diponegoro
- Christina; Vallerie, Natasha Richie dan Marta, Rustono Farady. 2021. Mitos Kecantikan Perempuan Ekstra melalui Iklan "Ekstra Care for Extra Women". Jurnal Kajian Media Vol 5 No 1. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas dr. Soetomo.
- Daratri, Rizkita. 2018. Analisa Semiotika: Representasi Femininitas Pada Hasil Karya Foto Rubrik "Geulis". Universitas Pansundan. diambil dari <http://repository.unpas.ac.id/32833/>
- Intan, Tania. 2014. Rambut Perempuan dan Mitos Kecantikan dalam Metropop Hair-Quake Karya Mariskova. Jurnal Humanika Vol. 28 No. 2. Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Padjadjaran.
- Mahmudah, Siti. (2011). Psikologi Sosial: Teori Dan Model Penelitian. Malang: UIN Maliki Press.
- Novanto, Adrian Bayu. (2017). Stigmatisasi Masyarakat Pada Kelompok Tunawisma (Studi Pada Masyarakat Di Kelurahan Kasin-Kecamatan Klojen-Kota Malang). Universitas Brawijaya.
- Rizkita Daratri (2018) Analisa Semiotika : Representasi Femininitas Pada Hasil Karya Foto Rubrik " Geulis ". Rizkita Daratri : 136020028.

- Suprida, Eli. 2020. Bosan Dengan Rambut Hitam: Kajian Budaya Tentang Tren Mewarnai Rambut di Kecamatan Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Atropologi* Vol 4 No 1. Universitas Malikussaleh Lhoksumawe Aceh.
- Widiastuti, Rina. 2008. Rambut dan Identitas Perempuan: Membaca Rambut Perempuan di Media Massa. *Jurnal Komunikasi* Vol 2 No 2. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Indonesia