

# Persepsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya Pada Tayangan Puteri Indonesia 2020 Pasca Viral

<sup>1</sup>Ratih Kumala Puspa Wardhani, <sup>2</sup>Merry Fridha Tri Palupi, <sup>3</sup>Irmasanthi Danadharta

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [ratihkumala189@gmail.com](mailto:ratihkumala189@gmail.com)

## *Abstract*

*The Puteri Indonesia 2020 beauty contest went viral because one of the finalists for Puteri Indonesia from West Sumatra, Kalista Iskandar, could not pronounce the five Pancasila precepts fluently. This sparked the virality of the Puteri Indonesia 2020 beauty contest and became a hot topic of discussion among the public. Netizens gave lots of negative comments when they found out about the broadcast, but there are also some netizens who give their support to Kalista. From the virality of the video, it creates perceptions related to the image of the Puteri Indonesia beauty contestants. Researchers are interested in conducting research on Untag Surabaya Communication Studies students regarding their perceptions of the image of Puteri Indonesia after the viral video of Puteri Indonesia finalists who did not memorize Pancasila. Researchers used social judgment theory as a support in observing the perceptions given by informants. The results of the study show that there are three perceptual attitudes in shaping the image of the Putri Indonesia beauty contestants.*

**Keyword:** Putri Indonesia, Perception, Image, Viral

## *Abstrak*

Kontes kecantikan Puteri Indonesia 2020 viral dikarenakan salah satu finalis Puteri Indonesia dari Sumatera Barat, Kalista Iskandar tidak bisa menyebutkan kelima sila Pancasila dengan lancar ketika diberikan pertanyaan oleh Bapak Bambang Soesatyo. Hal ini memicu viralnya Kontes kecantikan Puteri Indonesia 2020 dan menjadi perbincangan hangat dikalangan masyarakat. Banyak sekali komentar-komentar negatif yang diberikan netizen ketika mengetahui tayangan tersebut, namun juga masih ada beberapa netizen yang memberikan dukungannya kepada Kalista. Dari viralnya video tersebut, menciptakan persepsi-persepsi terkait image dari Kontes kecantikan Puteri Indonesia. Dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya terkait persepsinya pada image Puteri Indonesia pasca viral video finalis Puteri Indonesia yang tidak hafal Pancasila. Peneliti menggunakan teori penilaian sosial (*social judgment theory*) sebagai pendukung dalam mengamati persepsi yang diberikan oleh informan. Hasil penelitian menunjukkan ada tiga sikap persepsi dalam membentuk image kontes kecantikan Puteri Indonesia.

**Kata Kunci:** Puteri Indonesia, Persepsi, Image, Viral

## Pendahuluan

Kontes kecantikan Puteri Indonesia, merupakan sebuah ajang pemilihan para puteri perwakilan dari berbagai provinsi di Indonesia untuk mendapatkan sebuah gelar sebagai “Puteri Indonesia” dan akan mewakili Indonesia ke ajang *Miss World*. Kontes kecantikan Puteri Indonesia digagas oleh pendiri PT Mustika Ratu, yaitu Mooryati Soedibyo dan sudah ada sejak tahun 1992. (Ayu 2021). Kontes kecantikan selalu menerapkan prinsip *brain, beauty, and behavior*. Para kontestan Puteri Indonesia harus melalui seleksi sesuai dengan prinsip yang sudah ditetapkan. Tidak hanya penampilan fisik tetapi wawasan dan juga etika juga menjadi hal utama dalam seleksi pemilihan.

Para kandidat Puteri Indonesia diambil dari perwakilan perempuan yang ada di Provinsi Indonesia dari sabang sampai merauke. Dalam pemilihan kandidat tentunya terdapat beberapa kriteria untuk lolos di beberapa tahapan seleksi hingga dapat berdiri pada malam puncak pemilihan Puteri Indonesia. *Self-promotion* (promosi diri), yang dilakukan dengan menampilkan diri sebagai pihak yang kompeten melalui unjuk prestasi, penghargaan, serta hal-hal positif yang sudah dilakukan. (Romadhan 2021)

Pada video dengan judul “Puteri Indonesia Part 4” menampilkan ke enam finalis yang berasal dari Bali, Sumatera Barat, Jawa Timur, NTT, Maluku, dan Jawa Tengah. Ke-enam finalis mendapatkan sebuah kesempatan untuk menjawab pertanyaan dari dewan juri secara acak dengan menekan layar tablet yang disediakan oleh MC. Dalam tayangan YouTube diatas, terlihat Kalista Iskandar finalis dari Sumatera Barat menjawab pertanyaan yang diajukan oleh Bambang Soesatyo selaku ketua MPR RI. Pertanyaan yang diajukan oleh Bambang Soesatyo ialah “Apakah Kalista hafal lima sila yang terkandung dalam Pancasila?”. Kalista menjawab pertanyaan tersebut dengan lantang sila ke-satu sampai tiga. Pada sila ke-empat Kalista melafalkan sila pancasila dengan salah. Tetapi hal tersebut tidak menjadikan Kalista merasa kalah, dan tepukan tangan meriah dari para penonton saat itu menjadikan *support* bagi Kalista. Kalista yang memiliki nama lengkap Louise Kalista Wilson Iskandar merupakan gadis keturunan Tionghoa-Amerika Serikat. Ia mewakili Provinsi Sumatera Barat dalam kontes kecantikan Puteri Indonesia 2020. Dilansir melalui (Biodata Kalista Iskandar Puteri Indonesia Sumatera Barat 2020) pada 12 April 2022.

Peneliti tertarik menggunakan persepsi, karena peneliti ingin mencari tahu pendapat orang lain mengenai image kontes kecantikan Puteri Indonesia pasca video viral finalis tidak hafal pancasila. Persepsi bersifat subjektif tergantung pada kemampuan dan keadaan diri individu yang bersangkutan. Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang mengamati hal-hal di lingkungan mereka dengan panca indra, untuk memahami hal-hal yang ada di lingkungan tersebut. Pada tayangan video Puteri Indonesia Part 4 2020, terdapat *scene* Kalista Iskandar sebagai finalis enam besar salah dalam melafalkan sila Pancasila. Hal ini apakah dapat membuat persepsi seseorang akan berbeda dari sebelum video viral finalis tidak hafal pancasila. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan interview atau wawancara pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh seorang psikolog yang bernama Muzafer Sherif dan rekannya. Setiap penilaian yang dilakukan seseorang tidak berdasarkan acuan apapun, namun dia akan membandingkannya dengan standar yang sudah ada. Proses “mempertimbangkan” suatu masalah atau objek sosial menurut Sherif berdasarkan kerangka acuan orang tersebut. Kerangka acuan ini, pada gilirannya, menjadi jangkar untuk menentukan bagaimana seseorang menempatkan pesan persuasif yang mereka terima. Sherif menunjukkan bahwa tindakan mencari dan mengkategorikan pesan dilakukan oleh pikiran bawah sadar kita setelah proses persepsi. Menurut Sherif ada 3 rujukan dalam merespons stimulus dan ketiganya saling terkait, yaitu:

1. *Lattitude of acceptance*, terdiri atas pendapat yang masih dapat diterima dan ditoleransi. Proses penilaian ini berlaku untuk pertimbangan fisik (misalnya, berat) dan ukuran sikap. Namun, ada perbedaan antara melihat situasi fisik dan sikap secara objektif. Dalam hal sikap, individu datang dengan klasifikasi mereka sendiri dengan mengevaluasi suatu objek dengan mempengaruhi penerimaan atau penolakan objek.
2. *Lattitude of rejection*, mencakup gagasan yang ditolak karena tidak rasional. Jika seorang individu melibatkan diri dalam situasi yang dinilainya sendiri, ia akan menjadikan dirinya patokan. Hanya hal-hal yang dekat dengan posisinya akan diterima. Semakin terlibat individu itu, batas penerimaannya tinggi dan semakin sedikit hal-hal yang diterimanya.
3. *Lattitude of no commitment*, terdiri dari pendapat atau pesan persuasif yang ditolak dan tidak diterima. Komunikasi, menurut Sherif & Hovland, bisa mendekatkan sikap individu dengan sikap orang lain, tetapi bisa juga semakin menjauhkannya. (Mukarom 2016)

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan sebuah pesan. Menurut (Teiford, 2008) dalam bidang kajian, persepsi sosial adalah studi terkait bagaimana orang membentuk kesan dan membuat kesimpulan tentang orang lain. (Meinarno and Sarwono 2018). Menurut (Gould, 2012:167) Persepsi dapat dipahami sebagai “proses pemberian respon yang diperoleh dari suatu objek yang menyebabkan diterimanya suatu stimulus oleh panca indera, tergantung bagaimana orang mempersepsikannya dari sudut pandang yang dimaksud dengan istilahnya sendiri.” (Putra 2021).

Didalam proses persepsi individu dituntut untuk memberikan penilaian terhadap suatu objek yang dapat bersifat positif atau negatif, senang atau tidak senang, dan sebagainya. Secara singkat, persepsi dapat didefinisikan sebagai cara orang menangkap suatu rangsangan dari lingkungan. Proses pembentukan persepsi dimulai dari penerimaan suatu rangsangan dari berbagai sumber kemudian diterima oleh panca indera yang dimiliki, lalu diberikan sebuah respon sesuai dengan penilaian dan pemberian arti terhadap rangsangan lain. Setelah diseleksi, rangsangan diproses pada tahapan yang lebih lanjut. Setelah data diterima dan diatur, proses selanjutnya individu menafsirkan data yang diterima dengan berbagai cara. Dikatakan telah terjadi suatu persepsi setelah rangsangan berhasil ditafsirkan.

Kontes kecantikan merupakan sebuah ajang untuk menunjukkan kepada masyarakat bahwa dalam diri perempuan terdapat suatu kelebihan yang dapat ditonjolkan, diantaranya *brain, beauty, behavior*. Kontes kecantikan merupakan sebuah ajang pemilihan ratu kecantikan. kriteria cantik menurut ajang ini justru menaruh perempuan kembali kepada feminine tradisional. Dimana perempuan ditempatkan sebagai sosok yang mendambakan fisik yang sempurna melalui kontes kecantikan. Menurut (Wolf,2012) Kecantikan telah didefinisikan sebagai kualifikasi yang memang perlu dan sah bagi kemunculan perempuan dalam kancah kekuasaan.

Yayasan Puteri Indonesia sebagai pemegang lisensi Miss Universe di Indonesia, memiliki wewenang untuk mengirimkan Puteri Indonesia ke kontes Miss Universe. Hal tersebut dapat dipahami sebagai suatu hal yang wajar untuk dapat mempromosikan Indonesia di dunia. Melalui upaya tersebut diharapkan wisatawan domestik dan wisatawan luar negeri tertarik menikmati keindahan pariwisata di Indonesia. Melalui kunjungan-kunjungan yang dilakukan para wisatawan internasional, negara mendapatkan keuntungan berupa penerimaan devisa dari wisatawan-wisatawan luar negeri dan Indonesia dapat dikenal luas di luar negeri sebagai salah satu destinasi pariwisata yang direkomendasikan untuk dikunjungi.

## **Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif menurut (Creswell,2004) adalah sebagai suatu pendekatan yang mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk memahami gejala tersebut, peneliti melakukan wawancara mendalam kepada partisipan dengan memberikan beberapa pertanyaan umum yang sudah dirancang. Informasi tersebut dikumpulkan dan dapat diolah seagai kata ataupun teks. Lalu data tersebut dianalisis menjadi sebuah deskripsi. Pendekatan kualitatif untuk penelitian berkaitan dengan penilaian subjektif dari sikap, pendapat dan perilaku. Penelitian dalam situasi seperti itu adalah fungsi dari wawasan dan kesan peneliti.

Subjek dari penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Dalam penelitian ini, Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya sebagai informan dalam pengumpulan sumber data. Penelitian ini membutuhkan sebuah persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk melihat bagaimana image Kontes Kecantikan Puteri Indonesia. alasan peneliti menggunakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya, dikarenakan mereka mampu memahami pesan yang disampaikan oleh media dalam penayangan video finalis Puteri Indonesia, Kalista Iskandar yang tidak hafal kelima sila Pancasila. Subjek dari penelitian ini berjumlah enam informan.

Yang dibedakan menjadi dua yaitu: Mahasiswa yang paham dan mengetahui kontes kecantikan Puteri Indonesia. Dan yang kedua, mahasiswa yang hanya sekedar menonton tayangan Puteri Indonesia tahun 2020. Objek dari penelitian ini adalah video tayangan Kontes Kecantikan Puteri Indonesia yang menayangkan finalis Puteri Indonesia, asal Sumatera Barat yaitu Kalista Iskandar yang menjawab pertanyaan dari Bapak Bambang Soesatyo terkait lima sila Pancasila.

Penelitian ini menggunakan jenis wawancara semi terstruktur, dimana pertanyaan disiapkan oleh peneliti, dan informan bebas menjawab sesuai dengan pendapatnya. Berikut daftar informan yang akan diwawancarai oleh peneliti:

Nama	Keterangan
Yulian Ibra	Mengikuti seputar kontes kecantikan
Risma Wahyu	Mengikuti seputar kontes kecantikan
Cahaya Ramadhani	Mengikuti seputar kontes kecantikan
Mila Sugmawati	Hanya menonton
Elizabeth Dinda	Hanya menonton
Annisa Hafsyah	Hanya menonton

**Tabel 1. 2**  
Data Informan

Langkah selanjutnya, peneliti melakukan observasi dan dokumentasi terhadap tayangan Puteri Indonesia tahun 2020.

### **Hasil dan Pembahasan**

Pembahasan dari penelitian ini yaitu menurut Muzafer Sherif, *lattice of acceptance* merupakan penerimaan atau setuju terhadap sebuah statement terhadap sesuatu kejadian atau peristiwa. Dalam hal ini, Elizabeth dan Cahaya setuju bahwa viralnya video tersebut dapat merubah image dari Kalista Iskandar sebagai Puteri Indonesia karena kelalaiannya dalam menyebutkan kelima sila Pancasila. Tentu saja Kalista Iskandar menjadi perbincangan masyarakat sebagai finalis Puteri Indonesia yang tidak hafal kelima sila Pancasila.

Selain itu, Ibra, Risma, dan Cahaya setuju bahwa pasca viralnya video tersebut, dapat merubah image dari kontes Puteri Indonesia. Karena tentu masyarakat juga akan memberikan pertanyaan mengapa seorang finalis enam besar tidak hafal kelima Pancasila. Bukankah seleksi peserta hingga berada dimalam puncak final begitu ketat dan selektif.

Dalam “*brain, beauty, and behaviour*” yang sudah menjadi slogan dari Puteri Indonesia sendiri, dan juga logan dari semua ajang *beauty pegeant* diseluruh dunia. Viralnya video Kalista Iskandar memberikan interpretasi bagi seseorang yang menonton bahwa, Kalista Iskandar tidak memenuhi kategori dalam “brain” ketika ia tidak bisa menyebutkan kelima sila Pancasila dengan benar.

Menurut Muzafer Sherif, *lattice of rejection* merupakan sebuah penolakan terhadap statement atau suatu peristiwa tertentu. Hal ini dapat dilihat dari persepsi Ibra dan juga Mila bahwa mereka menolak bahwa pasca viralnya video Kalista Iskandar tidak bisa menyebutkan kelima sila Pancasila, tidak merubah image dari Kalista Iskandar sebagai finalis Puteri Indonesia

asal Sumatera Barat. Hal ini dikarenakan, setiap finalis yang sudah terpilih sudah berusaha menampilkan yang terbaik yang ia miliki dihadapan dewan juri dan juga penonton. Selanjutnya, Elisaebeth dan Annisa memberikan penolakan terkait pasca viralnya video Kalista Iskandar, tidak merubah image dari kontes kecantikan Puteri Indonesia. Karena setiap malam puncak perebutan mahkota “Puteri Indonesia”, dewan juri selalu memberika pertanyaan-pertanyaan secara tidak terduga kepada setiap finalis, dan hal ini dianggap wajar untuk melihat bagaimana kemampuan menjawab dari seorang finalis tersebut

Terdapat perbedaan persepsi terkait informan yang memahami kontes kecantikan Puteri Indonesia dan hanya sekedar melihat tayangan Puteri Indonesia 2020. Mereka yang memahami kontes kecantikan Puteri Indonesia menerima bahwa pasca viralnya video tersebut dapat mempengaruhi image dari Puteri Indonesia. Ketiga informan yang paham akan Puteri Indonesia melihat bahwa selama beberapa tahun belakangan, belum pernah terjadi hal seperti ini, sehingga video yang viral bisa berdampak kepada penilaian masyarakat terhadap kontes kecantikan Puteri Indonesia.

Sedangkan kedua informan yang hanya sekedar menonton tayangan Puteri Indonesia 2020, menolak bahwa peristiwa tersebut tidak merubah image dari kontes kecantikan Puteri Indonesia. Mereka beranggapan video viralnya Kalista Iskandar, tidak merubah image dari Puteri Indonesia. hal ini dikarenakan setiap tahunnya, panitia maupun dewan juri sudah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan yang tidak terduga. Dan hal ini wajar dialami seseorang yang berada diatas panggung karena perasaan nervousnya dalam menjawab pertanyaan dari dewan juri. Dan satu infroman yang juga sekedar menonton, memberikan persepsi netralnya bahwa tidak berdampak apapun pada kontes kecantikan Puteri Indonesia setelah viralnya video Kalista Iskandar.

## **Penutup**

Dan peneliti menemukan ketiga sikap dari persepsi informan yang telah diwawancarai oleh peneliti. Yang pertama *lattitude of acceptance* yang disikapi oleh Ibra, Risma dan Cahaya sepakat bahwa video viral Kalista Iskandar yang beredar dimedia sosial dapat merubah image dari kontes kecantikan Puteri Indonesia, ketiga informan menyayangkan mengapa pertanyaan tersebut yang diberikan kepada Kalista Iskandar. Menurut Ibra, pertanyaan sebenarnya sudah disiapkan oleh pihak penyelenggara, tetapi Bapak Bambang Soesatyo tidak menggunakan pertanyaan tersebut.

Yang kedua *lattitude of rejection* yang disikapi Elisabeth dan Mila, sepakat bahwa video viral Kalista Iskandar tidak merubah image dari kontes kecantikan Puteri Indonesia. Hal ini dikarenakan Puteri Indonesia selalu memiliki pertanyaan yang menjebak kepada para finalisnya, dan dalam kontes kecantikan Puteri Indonesia juga selalu memberikan penampilan yang menarik dari setiap finalisnya.

Dan yang ketiga *lattitude of no commitment* yang disikapi oleh Annisa pada image dari Kalista Iskandar. Bahwa persepsi netralnya dari video Kalista Iskandar yang tidak hafal Pancasila tidak merubah image ataupun bisa merubah image seorang Kalista sebagai finalis

Puteri Indonesia. Karena Annisa berada pada kedua sudut pandang dari masyarakat yang melihat dan juga tidak melihat tayangan kontes kecantikan Puteri Indonesia 2020.

### **Daftar Pustaka**

- Ayu, KR. 2021. "Analisis Resepsi Objektifikasi Seksual Dalam Tayangan Puteri Indonesia 2020." : 1–9.
- "Biodata Kalista Iskandar Puteri Indonesia Sumatera Barat." 2020. <https://makassar.tribunnews.com/2020/03/07/biodata-kalista-iskandar-puteri-indonesia-sumatera-barat-yang-viral-gegara-tak-hafal-pancasila?page=all>.
- Meinarno, Eko A, and Sarlito W Sarwono. 2018. *Psikologi Sosial Edisi 2*. 2nd ed. Jakarta Selatan.
- Putra, Elang Syach. 2021. "Persepsi Warga Surabaya Timur Tentang Channel YouTube Atta Halilintar."
- Romadhan, Mohammad Insan. 2021. "Membangun Citra Destinasi Wisata the Sumenep Tourism , Culture , Youth and Sports Office Impression Management in Developing Tourism Destination." *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi dan Pembangunan)* 22(1): 103–18.
- Samsu. 2017. *METODE PENELITIAN: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. ed. M.Pd.I Dr. Rusmini, S.Ag. Jambi: Pusaka Jambi.
- Shandi, Ivanna Frestilya Ari. 2020. "Persepsi Masyarakat Tentang Pergaulan Bebas Dimasa Peminangan (Studi Kasus Di Desa Banarjoyo Kecamatan Batang Hari Kabupaten Lampung Timur)." *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*: 1–92.