

---

**ANALISIS ISI PESAN *COLORISM* PADA TAYANGAN *CHANNEL YOUTUBE*  
GITASAV BERJUDUL "KETIKA WARNA KULIT BIKIN HIDUP SULIT" |  
BEROPINI EPISODE 59**

**Dessi Isnaeni<sup>1</sup>, Rachmawati Windyaningrum<sup>2</sup>, Faisal Reza<sup>3</sup>**  
Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika Dan Bisnis Indonesia  
Email : dessi.isnaeni@gmail.com

**Abstrak**

*Colorism* merupakan perbedaan sikap yang didapatkan oleh seseorang berdasarkan warna kulit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa banyak pesan yang mengandung pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Teori yang digunakan adalah teori Analisis Isi Model Holsty dan Model Lasswell. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan desain analisis isi deskriptif. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan berapa banyak pesan *colorism* yang muncul pada tayangan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59 dengan keseluruhan frekuensi 227 kali (100%). Terdapat pesan *colorism* pada kategori pesan warna kulit lebih terang dengan jumlah frekuensi 73 kali (32,1%). Terdapat pesan *colorism* pada kategori pesan warna kulit lebih putih dengan jumlah frekuensi 40 kali (17,6%). Terdapat pesan *colorism* pada kategori pesan warna kulit lebih gelap dengan jumlah frekuensi 45 kali (20%). Terdapat pesan *colorism* pada kategori pesan warna kulit lebih coklat dengan jumlah frekuensi 22 kali (9,7%). Terdapat pesan *colorism* pada kategori pesan hak istimewa psikologis dan ekonomi bagi kulit terang dengan jumlah frekuensi 35 kali (15,4%). Terdapat pesan *colorism* pada kategori pesan rendahnya hierarki sosial dan ekonomi bagi kulit gelap dengan jumlah frekuensi 12 kali (5,2%). Dapat disimpulkan bahwa terdapat pesan *colorism* di setiap kategori pesan *colorism* pada konten *youtube* Gitasav.

**Kata Kunci:** *Colorism*, Analisis Isi Kuantitatif, *Channel Youtube* Gitasav, *Youtube*

**Abstract**

*Colorism is the different manner that a person gets based on skin color. This research aims to find out how many messages contain colorism messages on YouTube channel Gitasav entitled "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. This research uses content analysis of the Holsty model theory and Lasswell theory. This research uses quantitative methods through descriptive content analysis design. This research uses descriptive statistics that aim to describe how many colorism messages appear on these impressions. The results of this research indicate that there are messages of colorism on YouTube channel Gitasav entitled "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" Beropini| Episode 59 with a total frequency of 227 times(100%). There are colorism messages in the lighter skin color message category with a total frequency of 73 times (32.1%). There are colorism messages in the whiter skin color message category with a total frequency of 40 times (17.6%). There are messages of colorism in the darker skin color message category with a total frequency of 45 times (20%). There are messages of colorism in the browner skin color message category with a total frequency of 22 times (9.7%). There are messages of colorism in the category of psychological and economic privilege messages for light skin with a total frequency of 35 times (15.4%). There are messages of colorism in the low social and economic hierarchical message category for dark skin with a total frequency of 12 times (5.2%). It can be concluded that there are messages colorism in each message category colorism on YouTube content Gitasav.*

**Keywords:** *Colorism, Quantitative Content Analysis, Youtube Channel Gitasav, Youtube*

## 1. PENDAHULUAN

Kematian George Floyd seorang keturunan *African-American* pada bulan Mei 2020 kembali menjadi pusat perhatian dunia. Hal ini ditandai dengan naiknya tagar #BlackLivesMatter di berbagai *platform* media sosial. Berdasarkan kasus tersebut, hal ini menunjukkan bahwa isu mengenai diskriminasi berdasarkan orang kulit gelap masih terus terjadi sampai saat ini. Warna kulit menjadi salah satu indikator dari datangnya perilaku diskriminasi di berbagai negara yang penduduknya beragam. Isu ini dapat dinamakan sebagai isu *colorism*.

Di Indonesia, *colorism* pada masa sekarang diperkuat oleh peran media dan yang paling terlihat ialah terdapat pada industri produk-produk kecantikan. Sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki warna kulit asli sawo matang tetapi kebanyakan pada industri produk-produk kecantikan selalu mengiklankan bagaimana caranya agar bisa memiliki kulit putih seperti pada model yang ada pada iklan. Hal ini membuat masyarakat berfikir bahwa standar kecantikan wanita Indonesia adalah seseorang yang memiliki kulit terang. Akan tetapi hal ini justru mempersempit definisi kecantikan ala Indonesia itu sendiri.

Masalah *colorism* akan jauh lebih kompleks dibandingkan dengan standar kecantikan semata. *Colorism* sering menyebabkan orang-orang berkulit gelap mendapatkan perlakuan diskriminatif di lingkungan sosial. Jika seseorang mengalami diskriminatif berdasarkan warna kulit akan berakibat pada rendahnya rasa percaya diri dan berpotensi mengganggu kesehatan mental.

Maka dari itu, salah satu *content creator* Gitasav pada *channel youtube* nya mengangkat isu *colorism* untuk dijadikan konten edukasinya. Isu *colorism* akan sulit dihilangkan jika masalah ini didukung oleh beberapa lapisan masyarakat yang melanggengkan mengenai perbedaan warna kulit. Setiap negara memiliki karakteristik masing-masing terkait kasus *colorism*. Maka dari itu, peran media sangat dibutuhkan dalam memberikan informasi mengenai

*colorism* agar masyarakat dapat lebih mengerti mengenai isu *colorism*.

Peneliti akan melakukan penelitian mengenai fenomena *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59 menggunakan analisis isi kuantitatif. Teori analisis isi yang penulis gunakan adalah analisis isi model Holsty. Tujuan menggunakan analisis isi yaitu untuk menggambarkan karakteristik dari sebuah pesan.

Alasan peneliti menggunakan analisis isi, peneliti ingin mengetahui seberapa banyak pengulangan pesan *colorism* yang disampaikan oleh *content creator* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59 sehingga dapat membuat para penonton yang berkomentar menginginkan video unggahan Gitasav ini menjadi perhatian masyarakat mengenai isu *colorism* di Indonesia. Peneliti akan menghitung seberapa banyak kata-kata mengenai pesan *colorism* yang nantinya akan menjadi hasil akhir berupa angka.

Melihat adanya isu *colorism* ini sulit untuk dihapuskan jika tidak diedukasi ulang oleh orang-orang yang berwawasan luas dan berpengaruh di lingkungan masyarakat seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, selanjutnya peneliti tertarik untuk menuangkannya dalam judul: Analisis Isi Pesan *Colorism* pada tayangan *Channel Youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59 (Studi Kuantitatif Analisis Isi Pesan *Colorism* Pada Tayangan *Channel Youtube* Gitasav).

### 1.2 Rumusan Masalah dan Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, adapun rumusan masalah penelitian ini, yaitu seberapa banyak pesan yang mengandung pesan *colorism* pada Tayangan *Channel Youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59? Adapun yang menjadi identifikasi masalah, peneliti berfokus pada pengertian *colorism* menurut Jones dan

Burke yakni isi pesan yang mengandung pesan warna kulit lebih terang, isi pesan yang mengandung pesan warna kulit lebih putih, isi pesan yang mengandung pesan warna kulit lebih gelap, isi pesan yang mengandung pesan warna kulit lebih coklat, isi pesan yang mengandung pesan hak istimewa psikologis dan ekonomi bagi kulit terang, dan isi pesan yang mengandung pesan rendahnya hierarki sosial dan ekonomi bagi kulit gelap.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban dari pembahasan masalah penelitian tersebut. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui banyaknya pesan yang mengandung pesan *colorism* pada Tayangan *Channel Youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 New Media

*New media are digital media, they tend to be information and communication technologies (ICTs) and they are hybrid to their core. The relevance of their digital nature lies in differences between the characteristics of digital goods and services, and material goods.* Media baru adalah media digital. Media baru cenderung berupa teknologi informasi dan komunikasi yang merupakan hasil dari gabungan informasi dan komunikasi melalui digital. Perbedaan relevansi sifat digital media baru terletak pada karakteristik barang dan jasa secara digital, serta barang material. (Green, 2010: 5).

Adanya konvergensi pada bidang teknologi informasi dan komunikasi mempermudah kegiatan individu dalam pemenuhan informasi. Menurut Nasrullah, "sebagaimana diulas oleh Richard Hunter (2002) dengan *world without secrets* bahwa kehadiran *new media* menjadikan informasi sesuatu yang mudah dicari dan terbuka" (2017: 1). Individu memiliki kebebasan dalam mencari sebuah informasi maupun kebebasan dalam menyampaikan pesan pada sebuah proses komunikasi.

### 2.2 Media Sosial

Menurut Ardianto, media sosial merupakan sebuah media online di mana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, *social network* atau jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (2016: 165).

Sebagian masyarakat kini sudah beralih dari yang menggunakan media konvensional untuk pemenuhan informasi kini menjadi menggunakan media sosial karena beberapa alasan.

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, lain halnya dengan media sosial. Seorang pengguna media sosial bisa mengaksesnya dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan (Ardianto, 2016: 166).

### 2.3 Youtube

*Youtube* adalah media sosial yang kontennya berupa video yang memberikan perangkat atau fasilitas pembuatan kanal atau *channel*. Kanal ini dimiliki oleh khalayak yang telah memiliki akun. Di kanal ini pengguna bisa mengunggah video berdasarkan kategori maupun jenis yang diinginkan. Ibarat sebuah kanal stasiun televisi di perangkat TV, kanal yang dibentuk oleh pengguna ini merupakan gambaran atau sebagai model produksi dari TV secara mikro di media sosial (Nasrullah, 2017: 32).

Selain itu, menurut Budiargo, "*Youtube* merupakan video *online* dan yang utama dari kegunaan situs ini adalah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu *web*" (2015: 47).

### 2.4 Colorism

Menurut Burke, "*colorism* merupakan sebagai alokasi hak istimewa dan kerugian

sesuai dengan terang atau gelapnya kulit seseorang" (2008: 17). Sedangkan menurut Jones, *Colorism* merupakan semakin terang atau lebih putih seseorang, kemungkinan besar seseorang akan di kategorikan sebagai *Caucasian* atau putih. Pigmentasi yang lebih gelap atau lebih coklat, kemungkinan besar akan dikategorikan sebagai Negroid atau hitam (2000: 1494).

Kategori yang dikemukakan oleh Jones, memiliki hubungan dengan makna sosial. Di Amerika Serikat, menjadi kulit putih pada umumnya berarti seseorang memiliki akses ke hak istimewa seperti pada psikologis dan ekonomi. Sedangkan menjadi hitam secara umum berarti seseorang ditempatkan lebih rendah dalam hierarki sosial serta ekonomi (2000: 1494).

Keyakinan terhadap perilaku diskriminasi berdasarkan warna kulit akan terlihat sangat luas. Artinya keyakinan ini terdiri dari berbagai asumsi mengenai kecerdasan kelompok, daya tarik fisik, etos kerja, kelas, dan moralitas. Seperti contoh yang disampaikan oleh Jones, "bahwa dengan *colorism*, warna kulit tidak berfungsi sebagai indikator ras melainkan makna sosial yang diberikan oleh warna kulit itu sendiri sehingga menghasilkan perlakuan yang berbeda" (2000: 1497).

Makna sosial yang bisa digambarkan dalam kasus *colorism* antara lain seseorang akan dipandang berdasarkan lebih terang atau lebih gelapnya kulit seseorang. Daya tarik akan lebih menonjol untuk kulit terang dibandingkan kulit gelap. Hal tersebut mempengaruhi harga diri seseorang sehingga pemilik kulit gelap akan merasa terhakimi dan melakukan berbagai cara untuk mengikuti standar yang ada dilingkungan tersebut. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Thompson dan Keith "*colorism* mewujudkan preferensi dan keinginan untuk memiliki kulit cerah serta fitur lainnya yang hadir" (2001 : 338).

**3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian yang digunakan adalah analisis isi model Holsty. Menurut Holsty, "analisis isi

merupakan suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dilakukan secara objektif dan identifikasi dari karakteristik pesan" (Bungin, 2015: 73). Tujuan banyaknya analisis isi digunakan yaitu untuk menggambarkan karakteristik dari sebuah pesan. Dalam teori Holsty, analisis isi digunakan untuk menjawab pertanyaan "*what, to whom, how*" dari suatu proses komunikasi (Eriyanto, 2011: 10).

Sumber data yang dikumpulkan menggunakan jenis data primer dan sekunder. Data primer yakni dengan membuat angket survei untuk analisis isi pesan *colorism* dan Luna Septalisa Pratiwi, S.Ak., serta Vicky Taniany, S.Pd., sebagai *coder* yang memberikan pemahamannya mengenai teori *colorism*. Data sekunder yakni tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Selain video, data sekunder yang peneliti pilih yakni jurnal nasional dan jurnal internasional yang berisi teori mengenai *colorism*.

Pada penelitian ini terdapat enam unit analisis yakni: Kategori Pesan Warna Kulit Lebih Terang, Kategori Pesan Warna Kulit Lebih Putih, Kategori Pesan Warna Kulit Lebih Gelap, Kategori Pesan Warna Kulit Lebih Coklat, Kategori Pesan Hak Istimewa Psikologis Dan Ekonomi Bagi Kulit Terang, dan Pesan Rendahnya Hierarki Sosial Dan Ekonomi Bagi Kulit Gelap.

Hasil perhitungan *coder* yang berupa frekuensi pengulangan memerlukan alat ukur yakni indikator yang ditetapkan berupa operasionalisasi Variabel.

**Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Isi Pesan <i>Colorism</i>	Pesan Warna Kulit Lebih Terang/ <i>Caucasian</i> (Jones, 2000:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berkulit Putih</li> <li>• Bermata Biru</li> <li>• Berambut Pirang</li> </ul>

	1494).	
	Pesan Warna Kulit Lebih Putih (Burke, 2008: 17).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lebih Unggul</li> <li>• Lebih Cerdas</li> <li>• Lebih Berbakat</li> <li>• Anggun</li> <li>• Lebih Superior</li> <li>• Lebih Dihargai</li> <li>• Lebih Menarik</li> </ul>
	Pesan Warna Kulit Lebih Gelap / Negroid (Jones, 2000: 1494).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berkulit Hitam</li> <li>• Bermata Hitam</li> <li>• Berambut Keriting</li> </ul>
	Pesan Warna Kulit Lebih Coklat (Burke, 2008: 17).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak Menarik</li> <li>• Tidak Dihargai</li> <li>• Daya Tarik yang Kurang</li> </ul>
	Pesan Hak Istimewas Psikologis Dan Ekonomi Bagi Kulit Terang (Jones, 2000: 1494).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mendapatkan posisi domestik lebih baik</li> <li>• Mendapatkan <i>skill</i> lebih baik</li> <li>• Mendapatkan kesempatan pendidikan yang lebih tinggi,</li> <li>• Diperlakukan lebih baik</li> </ul>
	Pesan Rendahnya Hierarki Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekejaman</li> <li>• Ketidakpedulian</li> <li>• Kriminalitas</li> </ul>

	Dan Ekonomi Bagi Kulit Gelap (Jones, 2000: 1494).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maskulinitas</li> </ul>
--	---	--

**Sumber : Olah Data Peneliti, 2020**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis analisis univariat. Analisis univariat adalah analisis terhadap satu variabel. Jenis analisis ini dilakukan untuk riset deskriptif, dan menggunakan statistik deskriptif (Kriyantono, 2014: 168). Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2017: 147).

Cara melihat keabsahan indikator yang dijadikan alat ukur dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji deskriptif agar penelitian ini bisa dilanjutkan serta ditemukan hasil akhirnya.

**4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil perhitungan seluruh *coder* mengenai isi pesan *colorism* pada tayangan channel youtube Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59, ditemukan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Persentase Kategori Pesan *Colorism***

No	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Pesan warna kulit lebih terang	73	32,1%
2	Pesan warna kulit lebih putih	40	17,6%
3	Pesan warna kulit	45	20%

	lebih gelap		
4	Pesan warna kulit lebih coklat	22	9,7%
5	Pesan hak istimewa psikologis dan ekonomi bagi kulit terang	35	15,4%
6	Pesan rendahnya hierarki sosial dan ekonomi bagi kulit gelap	12	5,2%
Jumlah		227	100%

**Sumber: Olah Data Peneliti, 2021**

Berdasarkan hasil persentase, hal ini menunjukkan bahwa *content creator* lebih banyak menekankan dalam video pembahasannya mengenai pesan *colorism* yang erat kaitannya dengan warna kulit seseorang terutama pada pesan warna kulit lebih terang. Jika dihubungkan dengan kehidupan sehari-hari, masalah *colorism* akan menguntungkan bagi pemilik kulit lebih terang dan merugikan bagi pemilik kulit gelap. Bahkan pemilik kulit gelap harus bisa mengikuti standar sosial yang ada agar dapat diterima di lingkungan suatu masyarakat.

Analisis isi pesan pada penelitian ini adalah ingin melihat secara objektif dan dilakukan identifikasi dari pesan *colorism* yang ada pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Sejalan dengan yang dikemukakan oleh Eriyanto mengenai Teori Analisis Isi Holsty, tujuan dilakukannya analisis isi yakni digunakan untuk menjawab pertanyaan "*what, to whom, how*" dari suatu proses komunikasi (2011: 10).

Peneliti menemukan "*What*" mengenai apa isi dari suatu pesan yakni pesan *colorism*.

Pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59 menggambarkan bagaimana perbedaan perilaku yang didapatkan oleh seseorang yang didasarkan oleh warna kulit. Tanpa disadari ternyata warna kulit dapat mempengaruhi sikap yang akan diterimanya. Di Indonesia sendiri, penduduknya memiliki beragam warna kulit dari yang paling terang hingga yang paling gelap. Perilaku yang didapatkan oleh pemilik kulit gelap akan berbeda dengan pemilik kulit terang. Sehingga muncul *stereotype* yang menyebutkan bahwa perempuan berkulit putih adalah cantik. Hal ini tidak sedikit membuat perempuan Indonesia yang terjebak oleh standarisasi yang ada dan berusaha semaksimal mungkin untuk menjadi perempuan berkulit putih. Secara perlahan, edukasi mengenai perbedaan warna kulit di Indonesia kini sudah mulai dikomunikasikan lewat berbagai macam cara dan salah satunya dengan produk kecantikan lokal. Contoh produk kecantikan lokal yakni datang dari *Dear Me Beauty* yang menghadirkan 15 pilihan *shade foundation* guna mendukung keberagaman warna kulit. Nikita Wiradiputri selaku CEO *Dear Me Beauty* menjelaskan alasan membuat banyak varian *shade foundation* adalah agar varian *shade* yang ditawarkan dapat mendukung konsumen untuk lebih nyaman dengan warna kulit yang dimilikinya. 15 pilihan warna yang ditawarkan terbagi menjadi tiga kategori, yakni *shade* terang, medium, dan gelap<sup>1</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa di Indonesia, produk kecantikan kini sudah mulai ikut berpartisipasi dalam mengedukasi perbedaan warna kulit yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia.

Peneliti menemukan "*To whom*" mengenai bagaimana analisis isi dapat menguji hipotesis tentang adanya pesan

<sup>1</sup> Liputan 6, <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4471927/dukung-keberagaman-warna-kulit-dear-me-beauty-hadirkan-15-pilihan-shade-foundation> Diakses pada Senin, 15 Februari 2021 pukul 11.44 WIB.

*colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59 yang disampaikan *content creator* kepada khalayak. Hasil yang ditemukan mengenai hipotesis yakni  $H_a$  diterima karena terdapat frekuensi pesan *colorism* sebanyak 227 kali. Pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59 mengenai analisis isi pesan dapat menunjukkan adanya pesan *colorism* dari penjelasan yang dijelaskan oleh Gitasav. *Colorism* yang dijelaskan tidak hanya isu *colorism* yang terjadi di satu negara, melainkan dari berbagai negara yang penduduknya beragam ras, etnis, dan budayanya.

Peneliti menemukan "How" mengenai bagaimana penggunaan analisis isi untuk dapat menggambarkan bentuk dan teknik pesan *colorism* yang disampaikan oleh *content creator* dalam tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Penemuannya ialah terdapat teknik pesan persuasi yang dilakukan oleh Gitasav kepada penontonnya untuk bisa setidaknya ikut menghentikan isu *colorism* yang terjadi di Indonesia dari mulai hal kecil yang terjadi di lingkungan masyarakat. Gitasav memberi kesempatan kepada penontonnya untuk menyampaikan pengalaman mengenai diskriminasi yang dialami berdasarkan warna kulit. Hal ini menunjukkan bahwa Gitasav ingin pesan yang disampaikannya dapat dijadikan sebagai gerakan untuk meminimalisir adanya isu *colorism*.

## 5. KESIMPULAN

Kesimpulan penelitian tersebut, peneliti kemukakan berdasarkan hasil pengujian hipotesis utama, sedangkan pengujian setiap sub kategori pesan *colorism* adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pesan warna kulit lebih terang sebesar 32,1% yang berarti menandakan adanya frekuensi pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Hal ini ditandai dengan adanya frekuensi pada pesan berkulit putih, bermata biru dan berambut pirang.
2. Terdapat pesan warna kulit lebih putih sebesar 17,6% yang berarti menandakan adanya frekuensi pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Hal ini ditandai dengan adanya frekuensi pada pesan lebih unggul, lebih cerdas, lebih berbakat, lebih superior, lebih dihargai dan lebih menarik.
3. Terdapat pesan warna kulit lebih gelap sebesar 20% yang berarti menandakan adanya frekuensi pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Hal ini ditandai dengan adanya frekuensi pada pesan berkulit hitam, bermata hitam, dan berambut keriting.
4. Terdapat pesan warna kulit lebih coklat sebesar 9,7% yang berarti menandakan adanya frekuensi pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Hal ini ditandai dengan adanya frekuensi pada pesan tidak menarik, tidak dihargai, dan daya tarik yang kurang.
5. Terdapat pesan hak istimewa psikologis dan ekonomi bagi kulit terang sebesar 15,4% yang berarti menandakan adanya frekuensi pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Hal ini ditandai dengan adanya frekuensi pada pesan mendapatkan posisi domestik lebih baik, mendapatkan *skill* lebih baik, mendapatkan kesempatan pendidikan yang lebih tinggi, dan diperlakukan lebih baik.
6. Terdapat pesan rendahnya hierarki sosial dan ekonomi bagi kulit gelap sebesar 5,2% yang berarti menandakan adanya frekuensi pesan *colorism* pada tayangan *channel youtube* Gitasav berjudul "Ketika Warna Kulit Bikin Hidup Sulit" | Beropini Episode 59. Hal ini ditandai

dengan adanya frekuensi pada pesan kekejaman, kepedulian, dan maskulinitas.

## **6. REFERENSI**

Ardianto, Elvinaro. 2016. *Handbook of Public Relations (Pengantar Komprehensif)*. Simbiosis Rekatama Media. Bandung.

Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Bungin, Burhan. 2015. *Audit Komunikasi*. Kencana Prenadamedia Group. Jakarta.

Eriyanto. 2011. *Analisis Isi (Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya)*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Green, Lelia. 2010. *The Internet (An Introduction to New Media)*. Berg. USA

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran)*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.

Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi)*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta. Bandung.

## **Jurnal**

Burke, M. 2008. *Colorism*. In W. Darity Jr. (Ed.), *International encyclopedia of the social sciences* (vol. 2, pp. 17–18). Detroit, MI: Thomson Gale.

Jones, Trina. 2000. *Shades of Brown : The Law Of Skin Color*. Duke Law Journal, 49 (1487).

Thompson Maxine S, Keith Verna M. 2001. *The Blacker The Berry (Gender, Skin Tone, Self-Esteem, and Self-Efficacy)*. Sage. Social Science Collections.

## **Rujukan Elektronik**

Liputan 6, 2021. Dukung Keberagaman Warna Kulit, Dear Me Beauty Hadirkan 15 Pilihan Shade Foundation, 01 Februari 2021, hal 1 <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4471927/dukung-keberagaman-warna-kulit-dear-me-beauty-hadirkan-15-pilihan-shade-foundation> Diakses pada Senin, 15 Februari 2021 pukul 11.44 WIB