

Humanitaria: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ISSN : 2962-2948

E-ISSN : 2962-293X

DOI : -

Vol. 5 No. 01, Januari 2026

<https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/humanitaria>

Pemberdayaan dan Representasi Perempuan di Ruang Publik dalam Kontes Kecantikan Indonesia: Studi Terhadap Pemenang Puteri Indonesia 2019-2025

Raafi Herdiansyah Putra

Magister Sosiologi, UIN Sunan Kalijaga

Email: raafi.akademik@gmail.com

Abstrak

Kontes kecantikan sebagai bagian dari budaya populer memunculkan pro dan kontra di masyarakat. Di satu sisi, kontes kecantikan kerap dikritik karena dianggap mereproduksi standar kecantikan tertentu serta tidak sepenuhnya selaras dengan nilai sosio-kultural Indonesia. Di sisi lain, kontes kecantikan juga dipandang memiliki nilai positif karena membuka ruang partisipasi perempuan di ruang publik serta mendorong keterlibatan mereka dalam berbagai aktivitas sosial dan advokasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk pemberdayaan perempuan melalui advokasi yang dilakukan oleh para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025 di ruang publik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari kanal YouTube resmi Puteri Indonesia, pemberitaan media daring, serta akun media sosial pribadi para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025. Data dianalisis menggunakan metode analisis isi kualitatif (qualitative content analysis) melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tema advokasi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pemenang Puteri Indonesia mengusung berbagai isu strategis, seperti pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, pendidikan, kesehatan mental, dan hak asasi manusia sebagai bentuk kontribusi sosial di ruang publik. Temuan ini menunjukkan bahwa Puteri Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai ajang kompetisi kecantikan, tetapi juga menjadi ruang representasi dan pemberdayaan perempuan melalui aktivitas advokasi yang mendorong partisipasi aktif serta kontribusi sosial terhadap berbagai isu kemasyarakatan.

Kata Kunci: Pemberdayaan Perempuan, Puteri Indonesia, Representasi Ruang publik, Advokasi

Abstract

Beauty pageants, as a form of popular culture, continue to generate both support and criticism within society. On the one hand, they are often criticized for reproducing narrow beauty standards and for being insufficiently aligned with Indonesia's socio-cultural values. On the other hand, beauty pageants are increasingly recognized for providing opportunities for women to participate in the public sphere and engage in social advocacy initiatives. This study aims to examine the forms of women's empowerment reflected in the advocacy initiatives undertaken by the winners of Puteri Indonesia during the 2019–2025 period in the public sphere. This study employed a descriptive qualitative approach using secondary data collected from the official Puteri Indonesia YouTube channel, online news articles, and the personal social media accounts of the Puteri Indonesia winners from 2019 to 2025. The data were analyzed using qualitative content analysis through the processes of data reduction, advocacy theme categorization, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that the winners of Puteri Indonesia advocate for a wide range of strategic issues, including community empowerment, environmental sustainability, education, mental health, and human rights as forms of social contribution in the public sphere. These findings indicate that Puteri Indonesia functions not only as a beauty pageant but also as a platform for women's representation and empowerment by encouraging active participation and meaningful social engagement in addressing contemporary societal issues.

Keywords: Woman Empowerment, Puteri Indonesia, Representation in Public Space, Advocacy

PENDAHULUAN

Penolakan terhadap kontes kecantikan terjadi diberbagai belahan dunia. Hal ini disebabkan karena kontes ini sering dianggap merendahkan martabat perempuan karena mendorong objektifikasi terhadap tubuh perempuan, yang pada gilirannya memperluas kesenjangan dan diskriminasi gender yang telah ada (Abboud, 2023). Dalam konteks Indonesia, penolakan atas kontes kecantikan berlangsung sejak orde baru yang memunculkan gejolak di masyarakat (Rusiana, 2015). Pasalnya, pemenang kontes Puteri Indonesia saat itu dikirim ke ajang Miss Universe yang di sesi tertentu mewajibkan para finalis untuk mengenakan pakaian renang, yang merupakan bagian dari dukungan sponsor utama ajang

tersebut. Segmen ini menimbulkan polemik di Indonesia, terutama karena dianggap bertentangan dengan norma budaya dan nilai-nilai moral masyarakat (Rusiana, 2015).

Seiring berjalannya waktu, kontes kecantikan mulai mengalami transformasi makna, dari yang sebelumnya sering dipandang sebagai bentuk objektifikasi tubuh perempuan, menjadi ruang yang diarahkan untuk mendukung pemberdayaan perempuan (Martinez, 2023). Pemberdayaan perempuan pada dasarnya merupakan proses penyadaran dan pembentukan kapasitas terhadap partisipasi perempuan serta tindak lanjut transformasi yang mengarah pada perwujudan kesetaraan gender (Nadia, 2022). Puteri Indonesia bertransformasi membentuk citra kontes kecantikan yang inklusif dan positif yang membawa fokus pada pemberdayaan perempuan di Indonesia.

Puteri Indonesia menjadi salah satu ajang kontes kecantikan nasional populer yang menjadi platform bagi para perempuan Indonesia untuk tampil di panggung nasional dan internasional yang telah berdiri sejak tahun 1992 (Ayu & Sunarto, 2021). Setiap tahun, para finalis Puteri Indonesia berkompetisi dengan membawa nama daerah masing-masing sebagai bentuk representasi dari perempuan-perempuan Indonesia yang berasal dari berbagai provinsi dengan karakteristik sosial, budaya, dan latar belakang yang beragam. Keikutsertaan mereka tidak hanya mencerminkan identitas kultural daerah asal, tetapi juga memperlihatkan keberagaman pengalaman, nilai, dan peran yang dijalankan oleh perempuan di berbagai daerah.

Melalui ajang ini, mereka berupaya meraih gelar Puteri Indonesia, yang merepresentasikan citra perempuan Indonesia di tingkat nasional yakni sosok yang cerdas, berkepribadian, berbudaya, dan mampu

berkontribusi di lingkungan masyarakat. Dalam menentukan pemenang, Yayasan Puteri Indonesia memiliki kriteria 3B (*Brain, Beauty, dan Behavior*) yang diharapkan dapat memberikan contoh dan figur teladan untuk perempuan-perempuan Indonesia lainnya (Januar & Alrianingrum, 2022).

Penelitian oleh (Abrahams et al., 2024) mengungkapkan bahwa ajang Puteri Indonesia merupakan representasi perempuan Indonesia dalam mempromosikan identitas nasional di kancah Internasional. Dalam artikel ini disebutkan bahwa para pemenang Puteri Indonesia ikut serta dalam kontes Internasional sebagai perwakilan Indonesia. Saat berkompetisi di ajang Internasional sebagai representasi Indonesia, mereka membawa budaya Indonesia untuk ditunjukkan secara global dan bersaing dengan negara-negara lainnya di seluruh dunia.

Sebuah artikel yang dimuat dalam *Volunteering Woman* mengungkapkan bahwa kontes kecantikan memiliki dampak yang beragam. Di satu sisi, ajang ini bisa menjadi sarana bagi sebagian perempuan untuk meraih tujuan, mengembangkan keterampilan baru, dan menyuarakan isu-isu penting. Namun di sisi lain, kontes kecantikan juga berpotensi merugikan dengan memperkuat pandangan sempit tentang standar kecantikan dan makna kesuksesan. Kontes kecantikan perlu menghargai keunikan bakat dan impian tiap perempuan, serta menegaskan bahwa nilai perempuan tidak semata-mata terletak pada penampilan fisik mereka (Volunteering Nepal, 2025).

Narasi mengenai kontes kecantikan sebagai ruang pemberdayaan masih kerap diperdebatkan. Banyak pihak mempertanyakan sejauh mana perempuan dalam ajang ini benar-benar memiliki kontribusi nyata untuk masyarakat ataukah ajang ini hanya sekadar menjadi representasi dari budaya global. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian kritis

terhadap bentuk-bentuk advokasi yang diusung oleh para pemenang Puteri Indonesia, serta bagaimana advokasi tersebut dapat dimaknai sebagai strategi pemberdayaan dalam kerangka budaya dan sosial yang kompleks.

Berbagai Penelitian sebelumnya berkenaan dengan kontes Puteri Indonesia banyak membahas mengenai persepsi, tanggapan, wacana, representasi budaya, dan citra media sosial terkait kontes kecantikan. Misalnya artikel oleh (Januar & Alrianingrum, 2022) mengungkap Dalam rentang waktu 1996 hingga 2019, Yayasan Puteri Indonesia (YPI) secara konsisten mengutus perwakilan ke berbagai ajang kecantikan tingkat internasional dan berhasil menorehkan capaian yang membanggakan. Keberhasilan tersebut merupakan hasil dari upaya berkelanjutan YPI dalam membangun kemitraan strategis, melakukan persiapan yang komprehensif bagi para finalis, serta menjadikan kontes kecantikan sebagai sarana diplomasi budaya.

Penelitian oleh (Sahi et al., 2021) juga mengungkap keikutsertaan dalam ajang Puteri Indonesia, termasuk representasi yang ditunjukkan oleh Elvira Devinamira, memberikan pengaruh positif terhadap persepsi masyarakat mengenai citra perempuan Indonesia. Hal ini memperkuat anggapan bahwa peserta seleksi Puteri Indonesia umumnya merupakan sosok perempuan yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki sikap yang positif. Berbagai penelitian lain juga banyak memfokuskan kajian penelitiannya pada hal yang serupa.

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai Puteri Indonesia umumnya membahas kontes kecantikan dari perspektif representasi perempuan, konstruksi standar kecantikan, budaya populer, maupun persepsi masyarakat terhadap ajang tersebut. Beberapa penelitian juga menyoroti transformasi makna kontes kecantikan yang tidak lagi semata berorientasi

pada penampilan fisik, tetapi mulai mengakomodasi aspek intelektualitas, kepemimpinan, dan kepedulian sosial. Namun demikian, kajian yang secara khusus mengkaji aktivitas advokasi para pemenang Puteri Indonesia sebagai bentuk pemberdayaan perempuan di ruang publik masih relatif terbatas. Padahal, para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025 secara konsisten mengangkat berbagai isu strategis, seperti pemberdayaan masyarakat, lingkungan, pendidikan, kesehatan mental, dan hak asasi manusia melalui program advokasi yang mereka jalankan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk pemberdayaan perempuan melalui program advokasi yang dilakukan oleh para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025 di ruang publik. Penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan penelitian: bagaimana bentuk pemberdayaan perempuan yang diwujudkan melalui aktivitas advokasi para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025 di ruang publik?

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap aktivitas advokasi para pemenang Puteri Indonesia dengan mengintegrasikan perspektif pemberdayaan perempuan dan teori representasi. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas kontes kecantikan dari sisi representasi, konstruksi kecantikan, atau budaya populer, penelitian ini menempatkan program advokasi sebagai objek utama untuk memahami bagaimana para pemenang Puteri Indonesia memanfaatkan posisi simboliknya sebagai representasi perempuan sekaligus agen pemberdayaan dalam ruang publik.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan objek

secara ilmiah, objektif, dan mendalam (Jamaludin, 2021). Peneliti akan menyajikan fenomena secara akurat yang berkaitan dengan kondisi sosial berdasarkan data yang diperoleh (Sugiyono, 2013). Penggunaan metode deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu untuk menjelaskan advokasi yang dilakukan oleh para pemenang Puteri Indonesia sejak tahun 2019 hingga 2025 untuk kemudian di analisis menggunakan teori pemberdayaan dan representasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Suatu metode sistematis untuk mengidentifikasi, mengkode, dan menafsirkan pola atau tema dalam data tekstual, visual, atau audio (Haryoko et al., 2020). Metode ini digunakan untuk mengkaji bentuk pemberdayaan perempuan melalui aktivitas advokasi para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025 di ruang publik. Sumber data penelitian berupa dokumen digital yang terdiri atas video pada kanal YouTube resmi Puteri Indonesia, pemberitaan media daring, serta unggahan pada akun media sosial pribadi para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025.

Dokumen dipilih secara purposif berdasarkan tiga kriteria, yaitu: (1) memuat informasi mengenai aktivitas atau program advokasi yang dijalankan oleh pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025; (2) dipublikasikan melalui kanal resmi Puteri Indonesia, media massa daring yang kredibel, atau akun media sosial resmi para pemenang; dan (3) memiliki keterkaitan dengan isu-isu sosial yang menjadi fokus advokasi. Unit analisis dalam penelitian ini adalah narasi dan bentuk aktivitas advokasi yang ditampilkan oleh para pemenang Puteri Indonesia dalam berbagai dokumen tersebut. Data dikumpulkan pada periode November 2025 - Januari 2026 melalui penelusuran, seleksi, dan dokumentasi terhadap

sumber-sumber yang memenuhi kriteria penelitian. Penelitian ini menggunakan tujuh video profil dan pidato pemenang Puteri Indonesia dan tiga artikel pemberitaan mengenai advokasi pemenang Puteri Indonesia di media massa.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah membaca dan menelaah seluruh dokumen secara menyeluruh untuk memahami konteks aktivitas advokasi yang dilakukan oleh para pemenang Puteri Indonesia. Tahap kedua dilakukan dengan memberikan kode pada informasi yang berkaitan dengan bentuk advokasi, isu sosial yang diangkat, aktor yang terlibat, serta bentuk implementasi program. Selanjutnya, kode-kode yang memiliki kesamaan makna dikelompokkan ke dalam kategori tematik, seperti pemberdayaan masyarakat, pelestarian lingkungan, pendidikan, kesehatan mental, dan hak asasi manusia. Tahap berikutnya adalah menginterpretasikan hubungan antar tema menggunakan perspektif teori pemberdayaan dan teori representasi untuk menjelaskan bagaimana aktivitas advokasi para pemenang Puteri Indonesia merepresentasikan praktik pemberdayaan perempuan di ruang publik. Kredibilitas data dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari video resmi Puteri Indonesia, pemberitaan media daring, dan akun media sosial para pemenang sehingga konsistensi informasi mengenai aktivitas advokasi dapat diverifikasi.

KAJIAN TEORI

Artikel ini menggunakan teori pemberdayaan dan representasi untuk menganalisis hasil temuan penelitian. Pemberdayaan (*empowerment*) dalam kamus Merriam Webster dan Oxford English yang dikutip dari buku Mariani, dkk diartikan sebagai memberi kemampuan untuk melakukan sesuatu dan

memberikan kewenangan atau kekuasaan (Maryani & Nainggolan, 2019). Dalam konteks gender, pemberdayaan mengarah pada perempuan sebagai individu yang setara dengan laki-laki sebagai akibat dari tersingkirnya perempuan dari ruang publik (Barus, 2015). Upaya pemberdayaan ini sudah masuk ke berbagai sektor seperti politik, ekonomi, sosial, dan budaya (Nadia, 2022).

Pemberdayaan perempuan merupakan suatu proses yang bertujuan meningkatkan kemampuan perempuan agar memiliki akses, partisipasi, kontrol, serta memperoleh manfaat yang setara dalam berbagai aspek kehidupan (Dwijowijoto, 2008). Pemberdayaan tidak hanya dimaknai sebagai peningkatan kapasitas individu, tetapi juga sebagai upaya memperkuat posisi perempuan agar mampu berpartisipasi secara aktif dalam pengambilan keputusan dan kehidupan sosial (Barus, 2015). Dalam konteks ini, perempuan dipandang sebagai subjek yang memiliki potensi untuk mengembangkan kemampuan, kepemimpinan, dan kemandirian melalui berbagai aktivitas yang memberikan ruang bagi aktualisasi diri dan kontribusi terhadap masyarakat (Dwijowijoto, 2008). Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan tidak hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas personal, tetapi juga pada terbukanya kesempatan bagi perempuan untuk terlibat dalam ruang publik serta menyuarakan berbagai kepentingan sosial secara lebih luas.

Dalam penelitian ini, konsep pemberdayaan perempuan digunakan untuk memahami bagaimana aktivitas advokasi yang dilakukan oleh para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025. Sebagai salah satu platform untuk para perempuan Indonesia, Yayasan Puteri Indonesia memiliki komitmen untuk melakukan kontribusi nyata dan aktif terhadap pembangunan di Indonesia (Puteri Indonesia, 2025). Dalam konteks

pemberdayaan tidak hanya berfokus pada “*saya*” sebagai individu melainkan pada “*Kita*” sebagai komunitas yang mampu bersaing dan beradaptasi. Para pemenang Puteri Indonesia dalam artikel ini telah berupaya membangun citra positif sebagai perempuan yang berdaya.

Selain itu, artikel ini juga menggunakan teori representasi untuk menganalisis hasil temuan penelitian. Secara umum, teori representasi merupakan kerangka konseptual yang digunakan untuk memahami bagaimana makna dan interpretasi terhadap budaya dibentuk dan dipertahankan dalam kehidupan sosial. Proses ini berlangsung melalui berbagai bentuk simbolik seperti gambar, tanda, dan simbol lain yang merepresentasikan realitas. Dengan demikian, representasi memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, identitas, serta struktur relasi sosial dalam masyarakat (Radja & Sunjaya, 2024).

Representasi perempuan dalam ruang publik tidak hanya berkaitan dengan bagaimana perempuan ditampilkan secara visual, tetapi juga bagaimana perempuan diberi ruang untuk menyuarakan kepentingan dan berpartisipasi dalam berbagai isu sosial. Representasi dapat dijelaskan sebagai proses produksi makna melalui bahasa, simbol, dan praktik budaya yang membentuk cara masyarakat memahami suatu kelompok sosial (Hall, 1997). Dalam konteks kontes kecantikan, para pemenang Puteri Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai representasi simbolik yang merepresentasikan citra perempuan Indonesia melalui penampilan, kepribadian, dan identitas budaya, tetapi juga menjalankan representasi substantif melalui berbagai aktivitas advokasi yang mengangkat isu-isu sosial di ruang publik. Dengan demikian, representasi dalam penelitian ini dipahami sebagai perpaduan antara fungsi simbolik sebagai figur publik dan

fungsi substantif sebagai aktor yang berupaya menyuarakan kepentingan masyarakat melalui program-program advokasi.

Berbagai kajian feminis menunjukkan bahwa kontes kecantikan tetap berada dalam posisi yang ambivalen. Di satu sisi, kontes kecantikan dapat menjadi ruang bagi perempuan untuk mengembangkan kepemimpinan, memperluas partisipasi publik, dan membangun agenda pemberdayaan melalui berbagai kegiatan advokasi (Martinez, 2023). Di sisi lain, kontes kecantikan juga merupakan bagian dari industri budaya populer yang masih mereproduksi standar kecantikan tertentu dan menempatkan tubuh perempuan sebagai objek representasi yang memiliki nilai komersial (Abboud, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini memandang Puteri Indonesia sebagai ruang yang memperlihatkan ambivalensi antara praktik pemberdayaan perempuan melalui advokasi dan keberlanjutan logika budaya populer yang masih melekat pada kontes kecantikan.

PEMBAHASAN

Pada periode 2019 hingga 2025, gelar Puteri Indonesia diraih oleh perwakilan dari berbagai provinsi, antara lain Frederika Cull (DKI Jakarta), Rr. Ayu Maulida Puteri (Jawa Timur), Laksmi Suardana (Bali), Farhana Nariswari (Jawa Barat), Harashta Haifa Zahra (Jawa Barat), dan Firsta Yufi Amarta Putri (Jawa Timur). Para pemenang mengusung berbagai bentuk advokasi yang merepresentasikan keterlibatan dan kontribusi mereka dalam sektor publik, sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1. Bagian ini akan mengelaborasi secara komprehensif ragam advokasi yang dibawa oleh para finalis Puteri Indonesia dalam kurun waktu tersebut.

Tabel 1. Daftar Pemenang Puteri Indonesia 2019-2025 dan Advokasinya

Tahun	Nama Pemenang	Advokasi
2019	Frederika Alexis Cull	Voice for The Voiceless
2020/21	Rr. Ayu Maulida Putri	Senyum Desa
2022	Laksmi Suardana	Laksmi for Literacy
2023	Farhana Nariswari	Reproductive Health Education
2024	Harstha Haifa Zahra	Mother of Nature
2025	Firsta Yufi Amarta Putri	First step forward

Advokasi Voice for The Voiceless

Puteri Indonesia 2019, Frederika Cull mengusung advokasi bernama “*Voice of The Voiceless*” yang ia bawa ke ajang Miss Universe. Proyek ini bertujuan untuk membantu anak-anak Indonesia untuk mendapatkan akta kelahiran. Dalam pidatonya di panggung Miss Universe, Frederika mengatakan bahwa:

There are so many people in this world who are left voiceless to the fact that they don't have a birth certificate, a basic human right. My charity, Voice for the voiceless is working hard to ensure all Indonesian have that right. I inspired to be woman who not only stands for herself but stands for those who cannot stand on their own.

Pernyataan Frederika dalam pidatonya di panggung Miss Universe mengenai proyeknya, akta kelahiran disebut sebagai hak asasi manusia yang diperlukan oleh setiap orang (Miss Universe, 2019).

Fokus dan tujuan dari proyek ini adalah untuk mengangkat isu kesadaran terhadap hak anak untuk memperoleh akta kelahiran. Fakta bahwa akta kelahiran bagi anak-anak tidak hanya sekedar pengakuan

negara, namun untuk mendapatkan akses terhadap fasilitas seperti pendidikan, kesehatan, dan perlindungan kejahatan. Proyek ini didasari oleh kesadaran terhadap 75 juta anak-anak Indonesia tidak memiliki akta kelahiran yang menghambat peluang mereka untuk mendapatkan hak dan fasilitas yang memadai. Lebih lanjut, Frederika juga mengatakan bahwa dia tidak hanya ingin menjadi perempuan yang memperjuangkan hak dirinya sendiri, tetapi juga memperjuangkan hak-hak kelompok yang tidak mampu memperjuangkan haknya.

Advokasi Senyum Desa

Rr. Ayu Maulida Putri atau yang dikenal dengan nama Ayuma, Puteri Indonesia 2020/2021 tergabung dalam platform senyum desa yang sudah berdiri sejak 2017 yang didirikan oleh Abdul Rozak (Trisila & Yulianti, 2021). Ia membawa advokasi ini dalam kontes Puteri Indonesia sebagai bentuk pengabdianya kepada masyarakat. Dalam video profilnya di akun official Puteri Indonesia ditampilkan kegiatan yang dilakukan oleh Ayuma bersama komunitas Senyum Desa. Dalam Video Profilnya ia mengatakan bahwa di dunia ini tidak hanya berfokus untuk membahagiakan diri sendiri, namun juga dapat bermanfaat bagi orang lain. Melalui Senyum Desa, Ayuma mendedikasikan diri untuk dapat mengabdikan kepada negeri (Official Puteri Indonesia, 2020).

Komunitas senyum desa berawal dari keresahan Abdul Rozak selaku pendiri komunitas terhadap ketimpangan yang terjadi di wilayah pedesaan yang memunculkan berbagai permasalahan sosial seperti infrastruktur yang tidak memadai, kemiskinan, putus sekolah, hingga akses kesehatan yang sulit didapat (Unit Sistem Informasi FH Unair, 2020). Melalui program yang diusung oleh komunitas ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat yang tinggal di wilayah terpencil. Hingga saat ini, Komunitas

senyum desa masih aktif dalam melakukan kegiatan sosial ke pelosok-pelosok negeri.

Advokasi Laksmi For Literacy

Pada tahun 2022, Laksmi Suardana yang mewakili Provinsi Bali menjuarai ajang Puteri Indonesia dengan membawa advokasi bernama *Laksmi for Literacy*. Dalam video profilnya, Laksmi memiliki ketertarikan terhadap literasi sebagaimana ia katakan:

Saya memiliki hasrat yang kuat untuk membangun generasi masa depan penulis dan pembaca yang bergairah. Visi saya adalah mendukung terwujudnya gerakan literasi nasional agar kita bisa belajar dan tumbuh sebagai satu kesatuan bangsa untuk mendapatkan tempat yang layak di panggung dunia. Sehingga kita dapat membaca masa lalu kita dan bersama-sama menulis masa depan kita (Official Puteri Indonesia, 2022).

Laksmi mengungkapkan bahwa selama menjalani studi di bidang *fashion business* di Italia, ia menemukan bahwa perpustakaan dengan koleksi publikasi mode terlengkap di negara tersebut hanya memuat satu buku karya desainer Indonesia. Temuan tersebut mendorongnya untuk merealisasikan visinya dalam mengangkat isu literasi nasional. Lebih lanjut, Laksmi menyatakan bahwa kesadaran akan pentingnya literasi telah tumbuh dalam dirinya sejak usia dini sehingga ia berharap tingkat literasi nasional dapat terus meningkat.

Advokasi Reproductive Health Education

Sebagai Puteri Indonesia 2023, Farhana Nariswari membawa advokasi pada bidang kesehatan reproduksi. Dalam video profilnya ia mengatakan bahwa: "Melalui advokasi pendidikan reproduksi, saya ingin setiap gadis dan wanita di luar sana diberdayakan dan menciptakan masa depan untuk diri mereka sendiri." (Official Puteri Indonesia, 2023). Menurutny, Konsep kebahagiaan itu sangat pribadi. Bagi Farhana, menjadi bahagia berarti menjadi berdaya dan dapat menciptakan masa depan yang

baik untuk diri sendiri. Dalam akun pribadinya, Farhana aktif menyuarakan terkait *woman empowerment*, kesehatan reproduksi, serta berbagai isu perempuan.

Advokasi Mother of Nature

Harashta Haifa Zahra di tahun 2024 kembali membawa kemenangan bagi Provinsi Jawa Barat di ajang Puteri Indonesia. Dalam video profilnya, ia membawa advokasi berkaitan dengan isu lingkungan mengenai limbah makanan yang dapat menciptakan masalah serius seperti pelepasan gas metana dan pemanasan global (Official Puteri Indonesia, 2024). Advokasi ini ia bawa sebagai bentuk kepeduliannya terhadap lingkungan di Jawa Barat, terutama setelah TPA Sarimukti Bandung terbakar di tahun 2023 akibat dari ledakan gas metana.

Melalui advokasi *Mother of Nature*, Harashta sebagai seorang mahasiswa teknik lingkungan berkomitmen untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terutama generasi muda tentang pentingnya mengurangi limbah makanan dan memperjuangkan inisiatif 3R (reuse, reduce, recycle). Dengan adanya advokasi ini, Harashta berharap dapat memberdayakan perempuan-perempuan Indonesia dengan menginspirasi perubahan dan menciptakan masa depan yang cerah untuk bumi dan lingkungan.

Advokasi First Step Forward

Pada tahun 2025, Firsta Ayu Amarta Putri mewakili Provinsi Jawa Timur memenangkan gelar Puteri Indonesia 2025. Dalam Video Profil dan media sosialnya, Firsta membawa advokasi berkaitan dengan kesehatan mental dan pemberdayaan remaja perempuan dengan nama First Step Forward (Official Puteri Indonesia, 2025). Advokasi ini bertujuan untuk memberikan pendampingan bagi remaja perempuan untuk

mengembangkan potensi diri serta dorongan motivasi dan psikologis agar mereka tidak merasa sendirian (Zaenudin, 2025).

Advokasi ini dimulai tahun 2023 bermula dari pengalaman pribadi Firsta yang sesuai dengan latar pendidikannya di bidang Psikologi. Target dari program ini adalah remaja perempuan berusia 12-21 tahun yang telah kehilangan orang tuanya. Advokasi ini berjalan seiring dengan perannya sebagai Puteri Indonesia 2025 dan advokat perempuan.

Advokasi Pemenang Puteri Indonesia 2019-2025 sebagai bentuk Pemberdayaan

Pada bagian ini akan mengungkap bagian dari advokasi yang dilakukan oleh para pemenang Puteri Indonesia 2019-2025 sebagai perempuan yang berdaya serta menginspirasi banyak orang. Frederika (Puteri Indonesia 2019) dalam advokasinya *"Voice for the voiceless"* yang ia bawa ke panggung Miss universe mengungkap bahwa: *"I inspired to be woman who not only stands for herself but stands for those who cannot stand on their own"*

Dalam pernyataannya, Frederika tidak hanya ingin menyuarakan haknya sebagai perempuan, tetapi juga mewakili mereka yang tidak memiliki kesempatan untuk memperjuangkan haknya sendiri. Ia berupaya menjadi suara bagi mereka yang tidak memiliki akses atau kesempatan untuk menuntut hak-haknya sendiri. Frederika ingin menginspirasi banyak perempuan Indonesia untuk bisa berkontribusi menyuarakan hak dan kesempatan yang sama untuk semua orang.

Rr. Ayu Maulida (Puteri Indonesia 2020) dalam video profilnya mengatakan bahwa kebahagiaan seseorang bersifat subjektif. Namun baginya menjadi bermanfaat untuk orang lain adalah suatu bentuk kebahagiaan yang tak ternilai harganya. Bersama komunitas Senyum Desa ia

mencoba untuk bisa berkontribusi di masyarakat dengan berbagai kegiatan sosial seperti edukasi anak, bantuan sosial, dan berbagai kegiatan pengabdian masyarakat lainnya. Dengan begitu sebagai seorang perempuan Ayu dapat memberikan *impact* pada masyarakat Indonesia yang membutuhkan.

Laksmi Suwardana (Puteri Indonesia 2022) memiliki visi untuk meningkatkan literasi nasional yang diwujudkan dengan advokasinya yaitu *Laksmi for literacy*. *Backgroundnya* sebagai mahasiswa *fashion bussnies* di Italia membawanya pada kesadaran akan pentingnya literasi di masyarakat. Hingga saat ini di akun instagram pribadinya, ia masih gencar menyuarakan dan berdiskusi akan pentingnya literasi dan edukasi untuk generasi muda.

Farhana Nariswari (Puteri Indonesia 2023) dalam video profilnya mengatakan bahwa melalui advokasi edukasi reproduksi, ia ingin setiap perempuan diberdayakan, merasa berdaya, dan menciptakan masa depan untuk diri mereka sendiri. Dengan pemberdayaan terhadap perempuan *gender equality* dapat terwujud dan pembangunan dapat maksimal dengan keterlibatan perempuan. Dengan background dibidang kedokteran, dirinya berupaya untuk mengedukasi mengenai kesehatan reproduksi.

Harashta Haifa Zahra (Puteri Indonesia 2024) berkomitmen untuk memberikan kesadaran kepada masyarakat pentingnya mengurangi limbah makanan. Sebagai mahasiswa teknik lingkungan ia ingin berkontribusi dalam meningkatkan kualitas lingkungan yang sehat dan bersih melalui tindakan nyata. Generasi muda seperti ini harus bertindak secara sadar dalam membentuk ekosistem yang sehat dan bersih. Firsta Yufi Amarta Putri (Puteri Indonesia 2025) memberikan kontribusinya untuk membantu para remaja perempuan yang kehilangan orang tua untuk memberikan

pendampingan psikologis terkait pengembangan potensi diri, edukasi, konseling, hingga terapi.

Beragam bentuk advokasi yang diinisiasi oleh para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025 memiliki fokus dan orientasi yang serupa, yakni memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat. Meskipun pendekatan yang digunakan berbeda-beda, keseluruhan upaya tersebut tetap mengarah pada tujuan yang sama yaitu pemberdayaan perempuan Indonesia. Dalam konteks ini, pemberdayaan dimaknai sebagai proses memberikan kapasitas untuk bertindak serta otoritas atau kekuasaan untuk mengambil peran dalam berbagai bidang kehidupan.

Advokasi yang dilakukan oleh para pemenang Puteri Indonesia dapat diidentifikasi sebagai pemberdayaan perempuan yang berada pada tahap sosialisasi berupa contoh konkret yang mereka lakukan untuk peningkatan kesadaran kesetaraan gender, hak-hak perempuan, dan meningkatkan kualitas hidup perempuan. Segala bentuk advokasi yang ditampilkan oleh para pemenang Puteri Indonesia membantu para perempuan di Indonesia menyadari potensi diri yang mereka miliki untuk bisa dikembangkan.

Puteri Indonesia Sebagai *Platform* partisipasi Perempuan di Ruang Publik Dalam Perspektif Teori Representasi

Keberadaan kontes Puteri Indonesia tidak hanya merujuk pada “*show your self*” atau “*show your body in the stage*” melainkan penilaian pada kecantikan, kecerdasan, dan perilaku yang membentuk representasi simbolik tentang perempuan di masyarakat. Melalui program dan advokasi yang dibawa oleh para pemenang Puteri Indonesia memberikan ruang untuk perempuan menunjukkan kemampuan, kontribusi, dan peran nyata di ranah publik.

Pemberdayaan yang coba dilakukan oleh para pemenang Puteri Indonesia dapat dianggap sebagai representasi perempuan di ruang publik. Hal ini mencoba untuk mendobrak stigma mengenai perempuan hanya dapat terkurung di ruang privat. Di sisi lain, Puteri Indonesia sebagai kontes kecantikan menjadi arena produksi kekuasaan. Hanya pemenang kontes yang layak mewakili Indonesia menuju ajang Internasional sebagai wajah nasional perempuan Indonesia. Dalam hal ini kontes kecantikan menjadi alat representasi budaya dan nasionalisme yang dipolitisasi.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk pemberdayaan perempuan melalui advokasi para pemenang Puteri Indonesia periode 2019–2025 diwujudkan melalui pengangkatan berbagai isu strategis di ruang publik, meliputi hak asasi manusia, pemberdayaan masyarakat, literasi, kesehatan reproduksi, pelestarian lingkungan, dan kesehatan mental. Keberagaman isu tersebut menunjukkan bahwa para pemenang Puteri Indonesia memanfaatkan posisinya tidak hanya sebagai representasi simbolik dalam kontes kecantikan, tetapi juga sebagai aktor yang mengartikulasikan berbagai persoalan sosial melalui aktivitas advokasi.

Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa Puteri Indonesia tidak lagi diposisikan semata-mata sebagai ajang yang menonjolkan aspek fisik perempuan, melainkan juga sebagai ruang representasi perempuan yang memungkinkan praktik pemberdayaan melalui berbagai program advokasi. Namun, temuan ini terbatas pada analisis terhadap narasi dan aktivitas advokasi yang ditampilkan dalam berbagai dokumen digital, sehingga belum dapat digunakan untuk menyimpulkan efektivitas maupun dampak program advokasi terhadap masyarakat secara langsung. Penelitian selanjutnya

disarankan untuk mengkaji implementasi, keberlanjutan, dan dampak jangka panjang dari program advokasi yang dijalankan oleh para pemenang Puteri Indonesia, termasuk bagaimana program tersebut diterima oleh masyarakat serta sejauh mana mampu menghasilkan perubahan sosial yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Abboud, M. (2023). Beauty Pageants: Degrading or Empowering? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4311201>
- Abrahams, F. G., Puspita, V., Arief, A. A., Marco, A. C., & Mani, L. (2024). Globalisasi dan Representasi Budaya: Mengkaji Kontes Kecantikan Puteri Indonesia dari Mata Publik. *Innovative: Journal Of Social Science Reseach*, 4(2), 7616–7632.
- Ayu, K. R., & Sunarto. (2021). Analisis Resepsi Objektifikasi Seksual Dalam Tayangan Puteri Indonesia 2020 Reception Analysis of Sexual Objectification in Puteri Indonesia 2020. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 04(02), 291–307.
- Barus, R. K. I. (2015). Pemberdayaan Perempuan melalui Media Sosial. *Jurnal Simbolika*, 1(2), 113–124. <https://www.ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika/article/view/204>
- Dwijowijoto, R. N. (2008). *Gender dan strategi pengarus-utamaannya di Indonesia*. Pustaka Pelajar.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publication.
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*.
- Jamaludin, A. N. (2021). *Metode Penelitian Sosial*. Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN Bandung.
- Januar, R. S., & Alrianingrum, S. (2022). Peran Yayasan Puteri Indonesia (YPI) Dalam Meraih Prestasi Indonesia Di Kontes Kecantikan Dunia Tahun. *Avatara, e-Jurnal Pendidikan Sejarah*, 12(4). http://www.geocities.ws/konferensinasionalsejarah/mutia_aminima_kalah_
- Martinez, C. L. (2023). Empowered Women: Exploring the Political Dimensions of Beauty Pageants. In *Haloooo, Universe!: THE EMERGING POWER OF ASIANS IN INTERNATIONAL BEAUTY PAGEANTS* (pp. 50–

- 54). College of Social Science and Philosophy University of the Philippines.
- Maryani, D., & Nainggolan, R. R. E. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat*. Deepublish Publisher.
- Miss Universe. (2019, December 8). *2019 Miss Universe - Full Show*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=9xy1sF_D_U0&t=3477s
- Nadia, Si. (2022). *Pemberdayaan Perempuan untuk Kesetaraan*. DJKN Kemenkeu. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/15732/Pemberdayaan-Perempuan-untuk-Kesetaraan.html#:~:text=Pemberdayaan perempuan adalah proses penyadaran,antara perempuan dan laki-laki>.
- Official Puteri Indonesia. (2020). *Video Profil Rr Ayu Maulida Putri - Puteri Indonesia Jawa Timur 2020*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=RarT3TwNwrc>
- Official Puteri Indonesia. (2022). *Video Profil Puteri Indonesia Bali 1 2022 - Laksmi De Neeffe Suardana*. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=58Zo_WHVYCQ
- Official Puteri Indonesia. (2023). *Video Profile Farhana Nariswari Wisandana - Puteri Indonesia Jawa Barat 1 2023*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=q-RhcGsEHHA>
- Official Puteri Indonesia. (2024). *Video Profile Puteri Indonesia Jawa Barat 2024 - Harashta Haifa Zahra*. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=-2RxaH6FM1w>
- Official Puteri Indonesia. (2025). *Video Profile Puteri Indonesia Jawa Timur 2025 - Firsta Yufi Amarta*. Youtube. <https://youtu.be/OTILqxId4bE?si=TgDYYybDfn74Qyvr>
- Puteri Indonesia. (2025). *Mustika Ratu Gelar Women Empowerment Conference 2025: Panggung Perempuan Indonesia untuk Berdaya, Berkarya, dan Menginspirasi*. Website Puteri Indonesia. <https://www.puteri-indonesia.com/component/content/article/223-mustika-ratu-gelar-women-empowerment-conference-2025-panggung-perempuan-indonesia-untuk-berdaya-berkarya-dan-menginspirasi?catid=92&Itemid=543>
- Radja, I. G. S., & Sunjaya, L. R. (2024). Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. *WISSEN : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 13–20. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.160>
- Rusiana, S. T. L. (2015). *Alasan Pengiriman Puteri Indonesia Ke Ajang Miss Universe Tahun 2004-2015*. Universitas Wahid Hasyim.
- Sahi, A. A., Winarti, A. C., & Leksono, Y. S. (2021). PENGARUH EVENT

- PUTERI INDONESIA DAN ELVIRA DEVINAMIRA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT ATAS WANITA INDONESIA. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 101–107.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Trisila, L. T., & Yulianti, U. (2021). *Rancang Bangun Sistem Informasi Kegiatan Dan Keuangan Pada Yayasan Sosial Senyum Desa*. Politeknik Negeri Malang.
- Unit Sistem Informasi FH Unair. (2020). *Mengenal Senyum Desa, Komunitas Sosial Yang Membawa Ayu Maulida Jadi Juara 1 Puteri Indonesia*. Universitas Airlangga. <https://fh.unair.ac.id/en/mengenal-senyum-desa-komunitas-sosial-yang-membawa-ayu-maulida-jadi-juara-1-puteri-indonesia/>
- Volunteering Nepal. (2025). *Beauty Pageants: How They Affect Women's Empowerment*. <https://www.volunteeringnepal.org/article/beauty-pageants-and-womens-empowerment/>
- Zaenudin, L. M. (2025). *Puteri Indonesia 2025 Firsta Yufi Amarta Putri, Sang "Digital Queen": Dari Tiktok hingga Youtube, Menenun Jaringan Kampanye Sosial*. Lombok Post. <https://lombokpost.jawapos.com/nasional/1505959813/puteri-indonesia-2025-firsta-yufi-amarta-putri-sang-digital-queen-dari-tiktok-hingga-youtube-menenun-jaringan-kampanye-sosial>