

# Konstruksi Image Winnie Harlow sebagai Model Vitiligo di Youtube

Agatha Giovanny Puteri Radja, Fanny Lesmana, Chory Angela Wijayanti

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

m51416003@john.petra.ac.id

## Abstrak

Winnie Harlow merupakan seorang model yang memiliki penyakit vitiligo dan sering dirundung oleh sekitarnya ketika dia kecil. Penelitian star studies terhadap Winnie Harlow dengan pendekatan kualitatif deskriptif dilakukan untuk melihat bagaimana konstruksi image yang dibentuk oleh Winnie di media Youtube. Analisis ini menggunakan metode star studies milik Richard Dyer dan Erving Goffman. Penelitian ini melihat sang bintang melalui verbal, nonverbal dan visual. Peneliti menemukan bahwa image pada wilayah depan ini menunjukkan Winnie memiliki percaya diri yang kuat sehingga dia bisa menjadi seorang public speaker dan super model yang professional. Winnie juga menunjukkan bahwa dia seorang yang anti rasis

**Kata Kunci:** Konstruksi image, Winnie harlow, Anti rasis, Youtube

## Pendahuluan

Winnie Harlow, di umur 20 tahun menjadi model di salah satu acara TV bergengsi di Amerika, *America's Next Top Model Season 21*. Winnie menjadi model asal Jamaika pertama di acara tersebut. Tidak hanya menjadi model asal Jamaika pertama, Winnie juga menjadi model yang mengidap vitiligo yang pertama kali terlihat di acara TV bergengsi (Priherdityo, 2015, par. 1-2).

Perempuan keturunan Jamaika ini lahir pada 27 Juli 1994, di Kanada. Ketika lahir, Winnie terlihat normal. Tetapi, saat dia menginjak usia empat tahun, sebuah kelainan pigmen bernama vitiligo menyerangnya. Penyakit vitiligo adalah kondisi kelainan dimana sebagian kulit kehilangan pigmen atau ketidak mampuan pigmen dalam membuat warna kulit. Penyakit vitiligo ini tidak disebabkan karena kosmetik tetapi karena penyakit sistemik yang mempengaruhi organ tubuh terbesar dan sistem vital lainnya. Penyakit ini akan bertahan untuk seumur hidup dan sangat kecil kemungkinannya untuk bebas darinya (Sunderland, 2014, p.14).

Penyakit vitiligo sering disebut masyarakat sebagai sebuah kelainan kulit (Pranita, 2019, p.1). Karena itu, Winnie sering mendapatkan perlakuan diskriminatif dan ejekan yang berasal dari sekelilingnya. Panggilan 'sapi', 'zebra', dan semacamnya selalu Winnie dapatkan. Tetapi hal tersebut tidak menghentikannya dari cita-cita yang ingin menjadi model. Padahal dia tahu, bahwa biasanya model itu identik dengan perempuan langsing, putih, dan cantik.

Winnie dibesarkan oleh orang tua tunggal. Hidup Winnie yang sering diejek dan dihina membuatnya sering berganti sekolah yang pada akhirnya berhenti pada umur 16 tahun. Di umur 16 tersebut, dia akhirnya rela menerima perbedaan kulitnya yang tidak sama dengan sekitarnya.

Banyak orang menyebut bahwa Winnie adalah seorang yang pemberani. Bahkan Winnie disebut sebagai *role model* untuk orang yang mengidap vitiligo. Tetapi, Winnie mengatakan bahwa dia tidak percaya dengan *role model*. Menurut dia, semua orang sebaiknya menjadi diri sendiri (Lafuente, 2020, par. 17-18).

Melalui hal ini, peneliti ingin mengetahui *image* seperti apa yang dikonstruksi Winnie Harlow di media sebagai seorang *star* atau bintang. Peneliti akan melakukan penelitian menggunakan metode *star studies*. *Star Studies* bertujuan bertujuan untuk menggali *image* tertentu dari seorang bintang (Stokes, 2007, p. 103-104). Dengan metode tersebut, peneliti dapat menemukan bagaimana Winnie Harlow mengkonstruksikan *image* di media.

Alasan mengapa peneliti memilih Winnie Harlow dalam penelitian ini berawal dari fenomena dimana Winnie Harlow menjadi perempuan pertama yang memasuki dunia permodelan dengan kulit yang berbeda. Pada umumnya, model diminta untuk memiliki kulit mulus, warna kulit yang indah, berbadan tinggi dan ramping (Singh, 2019, par. 11). Sementara itu Winnie Harlow tidak memiliki warna kulit yang indah seperti yang diharapkan masyarakat. Dimana indah yang dimaksud ini adalah kulit kecokelatan (*tanned skin*) dan kulit putih (*white skin*). Kulit Winnie Harlow ini sering dibilang mirip dengan kulit sapi. Meskipun begitu, Winnie Harlow bisa dibilang sangat terkenal hingga masuk ke dalam daftar *super model* dengan bayaran mahal. Instagram Winnie Harlow, @winnieharlow telah memiliki 8,3 juta *follower* (akses terakhir tanggal 1 Oktober 2020).

Peneliti memilih Winnie sebagai *star* yang ingin diteliti karena dia yang membuka jalan agar banyak masyarakat pengidap vitiligo mulai berani memasuki dunia permodelan. Peneliti juga ingin melihat *image* yang dikonstruksikan oleh Winnie sebagai model vitiligo. Peneliti ingin mengetahui apakah vitiligo mempengaruhi pembuatan *image* Winnie. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan metode *star studies* untuk meneliti *image* dari bintang tersebut. Terdapat juga penelitian terdahulu yang sama dengan penelitian ini yaitu membahas dampak vitiligo terhadap seseorang. Sedangkan untuk perbedaannya adalah belum ada penelitian yang membahas *image* mengenai perempuan yang terjun ke dunia *modelling* dengan penyakit vitiligo ini.

Dengan demikian, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana konstruksi *image* Winnie Harlow sebagai model vitiligo di Youtube ?

## Tinjauan Pustaka

### Media Sosial

Peneliti menarik kesimpulan bahwa media sosial memiliki jenis yang berbeda baik melalui fungsi dan cara pengunaan. Meskipun berbeda, tujuan dari media sosial

masih sama yaitu untuk bertukar informasi antar individu dan mudah untuk diakses. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan Youtube sebagai sumber penelitian. YouTube termasuk dalam media sosial jenis *content communities*.

### **Star Image**

Bintang dimediasi identitas dan konstruksi tekstual agar publik tidak mengetahui seperti apa sosok asli seorang bintang melainkan *image* yang ditunjukkan saja (McDonald, Dyer, 2000, p.6). Apa yang terlihat dari seorang bintang bukanlah dirinya yang sebenarnya, namun merupakan hasil konstruksi dari berbagai hal (seperti iklan, majalah, serta film dan musik).

Seorang bintang tidak hanya memukau untuk menerima pujian dan penghargaan, tetapi juga menjadi simbol dalam suatu era. Tanda-tanda budaya menurut identitas kelas, ras, gender, seksualitas adalah tanda yang membentuk citra mereka sebagai tokoh yang mewakili nilai budaya tertentu. Pada dasarnya, bintang perlu melihat dengan cara tertentu dan menampilkan pencitraan atau *image* yang dipilih.

### **Star Studies**

*Star studies* merupakan bentuk analisis wacana yang mengeksplor bagaimana bintang dikembangkan dalam berbagai sumber (Stokes, 2003, p.93). Stokes menjelaskan bahwa bintang tidak hanya berupa pemain yang ditampilkan dalam sebuah film, tetapi terdapat pernak-pernik literatur dan publisitas yang didedikasikan untuk membangun sebuah citra atau *image* seorang bintang (2003, p.93).

Untuk menciptakan dan mengontrol sebuah *image* seorang bintang, ada tiga atribut yang dapat digunakan, yaitu melalui visual, cara berkomunikasi, dan karakteristik tingkah laku (Hartley, 2002, p.107). Sama dengan yang ditulis oleh Dyer bahwa citra seorang bintang merupakan konstruksi identitas yang dapat dianalisis dari tanda-tanda berikut ini (McDonald, 2000, p.6).

### **Konstruksi Media**

Pada zaman *modern* ini, teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas milik Berger dan Luckman tidak mampu menjawab di perubahan zaman ini. Masyarakat transisi *modern* telah berubah menjadi masyarakat *pascamodern*, di mana hubungan sosial antara individu dan kelompoknya menjadi sekunder-rasional. Teori dan pendekatan konstruksi sosial atas realitas dari Berger dan Luckman menjadi tidak bermakna lagi.

### **Model**

*Fashion model* adalah mereka yang bekerja membawakan rancangan busana, aksesoris, sepatu, dan produk- produk *fashion* lainnya. Mereka ini sering disebut *runway/catwalk model* atau peragawati/peragawan (Nihayati, 2013, p. 2). Model merupakan seseorang yang bekerja dengan tujuan menampilkan dan

mempromosikan pakaian atau produk lainnya. Untuk menjadi seorang model tidak hanya bermodalkan wajah cantik saja. Seorang model ketika ikut kegiatan peragaan busana yang diselenggarakan, ia harus bisa menjawab pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan oleh banyak media ataupun tamu yang datang (Cole, 2019, p. 15).

### ***Fashion* dan Identitas**

*Fashion* menjadi usur penting dari konstruksi identitas baru. Fenomena ini juga melibatkan perubahan *fashion* dalam keseharian. Pada tahun 1960, "anti *fashion*" dalam baju dan berpakaian menjadi modis dan subversi atau menggulingkan kode budaya menjadi suatu norma. Subversi *fashion* disebut terus dalam mode selama dekade ini dan industri *fashion* memungkinkan fleksibilitas baru dan memasarkan sebuah aturan yang tak pernah berubah dalam *style* dan penampilan baru.

### **Anti Rasis**

Anti rasisme diperlukan untuk melawan ideologi atau keyakinan bahwa manusia bisa dibedakan berdasarkan derajat, ras, agama, dan sebagainya. Banyak sekali manusia yang menganggap orang lain rendah karena perbedaan yang dimiliki dan menganggap rasnya lebih baik daripada yang lain (etnosentrisme). Anti rasisme sendiri dianggap sebagai simbol perjuangan dan perlawanan untuk melawan rasisme dan memberikan pemahaman kepada masyarakat luas bahwa rasisme melukai harkat dan martabat manusia (Mukti, 2019, p. 8).

## **Metode**

### **Konseptualisasi Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan adalah *star studies*. Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis *image* Winnie Harlow dengan menggunakan metode *star studies*. Peneliti melihat *image* yang ditampilkan oleh Winnie Harlow sebagai seorang bintang yang terkenal secara internasional dengan standar penampilan yang berbeda dari model internasional lainnya. Penelitian ini melihat sang bintang melalui verbal, non verbal dan visual.

### ***Subjek Penelitian***

Objek dalam penelitian ini adalah media Youtube. Untuk subjek penelitiannya adalah *image* Winnie Harlow. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik tersebut menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sampel dari penelitian ini adalah video Youtube yang memuat Winnie Harlow di dalamnya. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 5 video Youtube. Peneliti mengambil unit sampel dari wawancara Winnie Harlow di akun Youtube *thosegirlsarewild* (8 Juli 2011), *music video* Winnie Harlow dalam akun Youtube Shan Boody (2 April 2013), kisah Winnie

Harlow di akun Youtube *TedxTalks* (3 November 2014), pertemuan Winnie Harlow dengan fans di akun Youtube *The Real Daytime* (17 September 2015), *interview* Winnie Harlow di acara *Access* (13 November 2018). Jumlah video yang diteliti adalah 5 video.

### *Analisis Data*

Dari seluruh data yang telah peneliti kumpulkan akan dianalisis melalui tahapan. Peneliti akan mendefinisikan objek analisis dimana objek analisis dalam penelitian ini adalah *image* yang dikonstruksi oleh Winnie Harlow. Dilanjutkan dengan mengumpulkan teks – teks dari video Youtube. Setelah itu, peneliti akan menjelaskan teks-teks media yang telah dikumpulkan tersebut dan mengidentifikasi *image* seperti apa yang ditampilkan oleh Winnie Harlow. Tidak hanya itu saja, peneliti akan menafsirkan teks tersebut, menjelaskan kode-kode kultural, membuat generalisasi (konseptualisasi), dan yang terakhir adalah membuat kesimpulan. Peneliti membuat kesimpulan dari hasil penelitian ini mengenai *image* apa yang ditampilkan oleh Winnie Harlow dari berbagai teks media.

## Temuan Data

Dari penelitian yang sudah dilakukan, peneliti menemukan beberapa temuan. Setelah temuan, peneliti menganalisis temuan data yang sudah dipilih.

### Winnie masuk dalam cover majalah *Ebony*



Gambar 1. Cover majalah *Ebony* dengan tulisan “*Black Model Moment*”  
Sumber : [www.youtube.com/therealdaytime](http://www.youtube.com/therealdaytime) (2015)

Rasisme terjadi juga di dunia *modelling* Amerika Serikat. Model yang berkulit hitam dan memiliki rambut natural (berwarna hitam) sering sekali direndahkan (Ashley, 2016, par. 3).

*Black Model Movement* digunakan oleh para model berkulit hitam agar masyarakat yang berkulit hitam juga bisa memasuki dunia pekerjaan kelas atas. Para model juga menunjukkannya dengan menggunakan tas yang terdapat kalimat, “*Black Models Matter*”.

Menjadi model untuk cover majalah *Bonny* membuat Winnie ikut masuk ke dalam gerakan “*Black Models Movement*”. Dengan terlibatnya Winnie di majalah itu, Winnie menunjukkan bahwa dirinya benar-benar sangat mendukung pergerakan ini.

Pada bagian visual Winnie Harlow ini, dia juga menunjukkan bahwa dia memiliki *social anxiety*. Hal ini diperkuat ketika Winnie Harlow melakukan wawancara untuk majalah Elle.



Gambar 2. Winnie Harlow di majalah Elle  
Sumber : <https://www.dailymail.co.uk> (2019)

Winnie mengatakan bahwa dia takut ketika orang datang dan meminta untuk foto bersamanya disaat dia tidak berdandan cantik. Maka dari itu, Winnie selalu memakai aksesoris untuk memperindah gaya berpakaianya. Dia akan memakai kacamata hitam, bandana, anting-anting, dan topi. Sesungguhnya, hal yang ingin Winnie lakukan adalah pergi keluar rumah tanpa mengenakan bra atau make up dan hanya berpakaian biasa saja. Namun, dia takut kalau dia bisa terlihat jelek ketika ada *paparazzi* atau penggemar yang memotret dia (Craft, 2019, par 1-3).

### Gerakan Tangan Winnie Harlow



Gambar 3. Kedua tangan Winnie menengadahkan ke depan.  
Sumber : [www.Youtube.com](http://www.Youtube.com) (2014)

Pada acara TEDxTalk, kedua tangan Winnie terlihat sering menengadahkan ke depan. Selain Winnie, terdapat Steve Jobs, mantan penemu Apple Inc. yang suka menengadahkan tangannya ke depan. Menurut Smith (2017, par. 8), Steve Jobs sering menengadahkan tangan ketika berada di panggung. Dengan tujuan agar dia bisa lebih fokus dengan apa yang ingin dia sampaikan kepada para penontonnya. Menengadahkan tangan ke depan juga membuat apa yang dikatakan Steve Jobs menarik dan tidak membosankan. Orang yang mendengarkan dia bisa ikut termotivasi olehnya.

Dari data mengenai gestur tubuh Winnie, peneliti menemukan bahwa Winnie sudah sangat paham bagaimana menjadi seorang *public speaker* yang baik dan bisa mempengaruhi berbagai orang. Gestur yang selalu dilakukan oleh Winnie dapat meningkatkan pembicaraannya agar apa yang dia bahas menjadi semakin menarik. Seseorang yang berbicara dengan tubuh terbuka, menggerakkan tangan, dan postur

tubuh yang baik merupakan seseorang *public speaker* yang baik (Vogel, 2018, p. 545).

### **Gambaran Verbal Winnie Harlow**

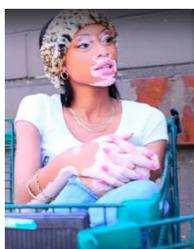
Pada *channel* Youtube ShanBoody, Winnie Harlow bersama Shannon Boodram membuat video musik berjudul “*Natural Me*” dengan harapan bahwa orang bisa mengubah cara berpikir mereka. Winnie Harlow juga menunjukkan bahwa dirinya seseorang yang percaya diri dengan apa yang dia miliki. Hal ini ditunjukkan pada video musik berjudul *Natural Me*, yaitu : a. *It’s okay to call myself natural. Because this is all of my hair* (Tidak apa-apa memanggil diriku alami. Karena ini semua adalah rambut saya). b. *Or because I don’t accept the version of me, you think I should?* ( Atau karena saya tidak menerima versi saya, menurut Anda saya harus?). c. *But it’s your world, your groove* (Tapi itu duniamu, alurmu). d. *It’s who I am, not what others think I should be* (Itu siapa saya, bukan apa yang orang lain pikirkan tentang saya).

Berkulit hitam, memiliki rambut natural atau berwarna hitam, dan mengidap vitiligo tidak membuat Winnie Harlow malu dengan perbedaan itu. Winnie tetap tampil percaya diri untuk mengajak orang-orang yang menonton video musik itu agar mereka memiliki rasa percaya diri yang sama dengan dia. Bagi Winnie, seseorang sebaiknya menerima versi diri mereka sendiri dan bukan memikirkan apa yang dipikirkan orang lain tentang mereka.

Winnie Harlow yang percaya diri ketika mengatakan sesuatu bisa membuat seseorang yakin dan terpengaruh. Kepercayaan diri memberikan kesempatan bagi orang untuk menilai lingkungan sosial mereka dengan benar. Kepercayaan diri juga dapat mengarahkan seseorang untuk terlibat dalam perilaku sosial agar dapat menarik teman mereka dengan tujuan untuk membuat keputusan agar dapat diterima secara sosial. Seseorang yang memiliki percaya diri memungkinkan akan disalin oleh orang lain dengan kepercayaan diri yang rendah (Greenacre, 2014, p. 5).

### **Winnie Harlow memakai *basic fashion***

Pada video wawancara Winnie di *channel* Youtube *Thosegirlsarewild*, Winnie memakai *basic fashion* berupa kaus putih dan celana denim.



Gambar 4. Winnie memakai kaus putih dan celana denim  
Sumber : [www.youtube.com/thosegirlsarewild](http://www.youtube.com/thosegirlsarewild)(2011)

Memakai jeans dan kaus putih di budaya barat sering disebut sebagai gaya pakaian *cowboy*. Kobo ini selalu dikaitkan dengan sifat yang berani, percaya diri, individualis, loyalitas, kebebasan dan kemerdekaan (Regan, 2015, p. 201) .

Pada video wawancara Winnie di *channel* Youtube *Thosegirlsarewild*, Winnie memakai *basic fashion* berupa kaus putih dan celana denim. Kedua pakaian ini jika disatukan akan membentuk *style* yang simpel dan tidak ribet. Winnie memakai kombinasi tersebut dan ingin menunjukkan bahwa hari itu dia ingin santai. Dia tidak mau memakai pakaian yang terlalu ribet.

Jika digabungkan dengan budaya barat, Winnie yang memakai kaus putih dan celana jeans ini masuk ke dalam tipe pakaian koboi. Pada videonya, Winnie menunjukkan dia memiliki sifat yang berani dan percaya diri. Winnie tidak malu menceritakan mengenai masa lalunya.

### Winnie Harlow memakai *Fancy Lingerie*



Gambar 5. Winnie memakai *Fancy Lingerie*  
Sumber : [www.youtube.com/access\(2018\)](http://www.youtube.com/access(2018))

*Lingerie* yang dipakai oleh Winnie terdapat perpaduan antara warna merah muda dan putih. Menurut Lind (1997, p. 63), warna merah muda menunjukkan bahwa seseorang itu intuitif dan berwawasan, menunjukkan kelembutan dan kebaikan dengan empati dan kepekaannya.

Ketika perempuan memakai *lingerie*, ia sedang menunjukkan penampilan feminin yang glamor dan hiper seksual yang dapat dihasilkan oleh 'berdandan' dalam balutan pakaian dalam (Wood, 2016, p.15). Hal itu mereka lakukan untuk mendapatkan cinta dan perhatian. Memakai *lingerie* bisa membuat mereka menjadi percaya diri untuk melakukan sesuatu yang 'baik' untuk diri mereka sendiri.

## Interpretasi Data

Munculnya bintang dalam suatu kegiatan akan mendapat sorotan publik, terutama dengan adanya internet akan membuat nama seorang bintang menjadi viral di media sosial. Media sosial memiliki peran untuk membuat nama seorang bintang menjadi terkenal dan menjadi sorotan publik. Youtube adalah sebuah situs web *video sharing* yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Salah satu layanan dari Google ini, memberikan fasilitas para penggunanya untuk mengunggah video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis.

Citra percaya diri yang membuat Winnie menjadi seorang *public speaker* yang baik dan seorang model profesional ini menjadi "wilayah depan" yang ditunjukkan oleh

Winnie. Citra sebagai seorang yang anti rasisme ini juga masuk menjadi wilayah depan yang ditunjukkan oleh Winnie. Sementara itu, peneliti menemukan bahwa wilayah belakang Winnie adalah Winnie yang memiliki *social anxiety* karena masa lalunya yang sempat dirundung.

Peneliti menemukan bahwa *social anxiety* yang membuat Winnie bisa memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Hal ini ditunjukkan oleh Winnie yang tetap memotivasi orang lain meskipun dia memiliki kekurangan. Disaat Winnie memotivasi orang lain baik melalui video musik, wawancara ataupun menjadi motivator, maka dirinya sekaligus bisa termotivasi untuk berubah. Hal ini membuat Winnie semakin tampil percaya diri seiring berjalannya waktu. Winnie menutup *social anxiety*nya ini dengan dirinya yang selalu tampil percaya diri sehingga banyak orang tidak mengetahui *anxiety*nya.

Peneliti juga menemukan bahwa tujuan Winnie Harlow mengkonstruksi *imaginya* sebagai seorang yang anti rasis dan memiliki rasa percaya diri tinggi adalah untuk mendapatkan popularitas dan lebih banyak tawaran pekerjaan. Hal ini terlihat dari keterlibatannya menjadi model untuk *cover* majalah yang selalu membahas mengenai perbedaan. Ketika membahas mengenai perbedaan, majalah akan selalu menggunakan Winnie Harlow sebagai model karena Winnie adalah model yang berani membawa perbedaan di dunia *fashion*. Tidak hanya majalah, beberapa *channel* Youtube juga mengundang Winnie Harlow untuk membagikan kisahnya mengenai vitiligo dan bercerita tentang anti rasis yang sering terjadi di dunia *fashion*.

## Simpulan

Winnie Harlow merupakan seorang *super model* yang memiliki vitiligo. Penyakit vitiligo sering disebut sebagai sebuah kelainan kulit. Memiliki vitiligo ini membuat Winnie sering diejek dan dihina oleh sekitarnya. Meskipun begitu, Winnie tidak menyerah. Dia terlihat berkembang menjadi seorang pribadi yang memiliki rasa percaya diri.

Peneliti menemukan berbagai *image* yang dibentuk Winnie Harlow bukan dari *channel* Youtubenya sendiri melainkan *channel* Youtube orang lain. Meskipun melalui *channel* milik orang lain, Winnie masih bisa mengkonstruksikan *image* sesuai yang dia inginkan. Peneliti melakukan analisis menggunakan metode *star studies* milik Richard Dyer dan Erving Goffman. Penelitian ini melihat sang bintang melalui verbal, nonverbal dan visual.

Peneliti menemukan bahwa Winnie Harlow juga membagi kehidupannya menjadi “wilayah depan” dan “wilayah belakang” sesuai dengan teori Goffman (2001). Wilayah depan lebih kepada peristiwa sosial yang memungkinkan seseorang menampilkan peran formalnya. Untuk bagian wilayah belakang nya bisa jadi hal ini tidak diketahui oleh publik. Citra percaya diri yang membuat Winnie menjadi seorang *public speaker* yang baik dan seorang model profesional ini menjadi “wilayah depan” yang ditunjukkan oleh Winnie. Citra sebagai seorang

yang anti rasis ini juga masuk menjadi wilayah depan yang ditunjukkan oleh Winnie.

## Daftar Referensi

- Greenacre, L., Tung, N.M. & Chapman T. (2014) '*Self Confidence and the Ability to Influence*', *Academy of Marketing Studies Journal*, 18(2), 169-180
- Grimes, P.E.; Miller, M.M. (2018). *Vitiligo: Patient stories, self-esteem, and the psychological burden of disease. International Journal of Women's Dermatology*
- Regan, C. (2015). *Role of denim and jeans in the fashion industry. Denim*, 191–217.
- Wood, R. (2014). "You do act differently when you're in it": *lingerie and femininity. Journal of Gender Studies*, 25(1), 10–23.
- Lind, C. (1993). *Psychology of Color: Similarities Between Abstract and Clothing Color Preferences. Clothing and Textiles Research Journal*, 12(1), 57–65.