



DILEMA IDENTITAS DAN KOLONIALISASI TUBUH: ANALISIS SOSIOLOGI STANDAR KECANTIKAN GLOBAL PADA PEREMPUAN GENERASI Z DI INDONESIA

Alifiya Zahwa Nabila¹, Syamsul Bakhri²

^{1,2}Tasawuf dan Psikoterapi, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Pekalongan, Indonesia

Email: ¹alifiyazahwanbl5@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan media sosial dalam era digital telah membentuk cara baru dalam memaknai kecantikan, khususnya di kalangan perempuan Generasi Z di Indonesia. Standar kecantikan modern yang menekankan kulit putih, tubuh langsing, dan penampilan ideal tersebar luas melalui media sosial, budaya populer, serta industri kecantikan, sehingga membentuk tekanan sosial yang memengaruhi cara perempuan memandang diri dan tubuhnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana standar kecantikan global dikonstruksi dan direproduksi melalui media sosial, serta bagaimana tekanan sosial tersebut dialami oleh perempuan Generasi Z dalam kehidupan sosial sehari-hari. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui penelaahan buku dan artikel ilmiah terbitan tahun 2022–2025 yang relevan dengan isu standar kecantikan, media sosial, dan perempuan Generasi Z. Hasil kajian menunjukkan bahwa standar kecantikan modern merupakan konstruksi sosial yang berfungsi sebagai alat kontrol sosial terhadap tubuh perempuan. Tekanan sosial muncul melalui proses perbandingan sosial, praktik body shaming, beauty privilege, serta komodifikasi tubuh perempuan dalam ruang digital. Kondisi tersebut berdampak pada pembentukan citra diri yang negatif, menurunnya kepercayaan diri, meningkatnya kerentanan psikososial, serta mendorong perilaku konsumtif di kalangan perempuan Generasi Z. Selain itu, standar kecantikan juga berperan dalam memperkuat ketimpangan gender dan kekerasan simbolik yang bekerja secara halus melalui norma sosial yang dianggap wajar. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa standar kecantikan tidak sekadar persoalan estetika, melainkan bagian dari mekanisme sosial yang memengaruhi identitas, relasi sosial, dan kesejahteraan psikososial perempuan Generasi Z di Indonesia.

Kata Kunci: Standar Kecantikan, Tekanan Sosial, Perempuan Generasi Z, Media Sosial.

ABSTRACT

The development of social media in the digital era has reshaped the ways beauty is understood, particularly among Generation Z women in Indonesia. Modern beauty standards that emphasize fair skin, slim bodies, and idealized appearances are widely disseminated through social media, popular culture, and the beauty industry, creating social pressure that influences how women perceive themselves and their bodies. This study aims to analyze how global beauty standards are constructed and reproduced through social media, as well as how such social pressure is experienced by Generation Z women in their everyday social lives. This research employs a library research method with a qualitative descriptive approach by reviewing books and scholarly articles published between 2022 and 2025 that are relevant to beauty standards, social media,

and Generation Z women. The findings indicate that modern beauty standards are social constructs that function as mechanisms of social control over women's bodies. Social pressure emerges through processes of social comparison, body shaming practices, beauty privilege, and the commodification of women's bodies in digital spaces. These conditions affect the formation of negative self-image, reduced self-confidence, increased psychosocial vulnerability, and the encouragement of consumptive behavior among Generation Z women. In addition, beauty standards reinforce gender inequality and symbolic violence that operate subtly through social norms perceived as natural and unquestioned. Overall, this study demonstrates that beauty standards are not merely aesthetic concerns but are embedded within social mechanisms that shape identity, social relations, and the psychosocial well-being of Generation Z women in Indonesia.

Keywords: *Beauty Standards, Social Pressure, Generation Z Women, Social Media*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan budaya di era modern yang serba digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat memaknai kecantikan, khususnya bagi perempuan Generasi Z. Generasi ini tumbuh dan berkembang seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi digital dan media sosial, sehingga interaksi sosial mereka sangat dipengaruhi oleh contoh ilustrasi yang terus-menerus hadir dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekspresi diri, tetapi juga sebagai arena pembentukan norma dan nilai sosial, termasuk standar kecantikan yang dianggap ideal. Dalam konteks ini, perempuan Generasi Z berada pada posisi yang rentan terhadap tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan gambaran kecantikan yang dominan dan sering kali tidak realistis.

Bagi perempuan Generasi Z, standar kecantikan modern sering kali menimbulkan tekanan sosial. Perempuan merasa perlu menyesuaikan penampilan agar sesuai dengan standar yang berlaku demi mendapatkan penerimaan sosial dan pengakuan dari lingkungan sekitar. Tekanan ini tidak selalu muncul dalam bentuk paksaan langsung, melainkan melalui perbandingan sosial yang terjadi saat melihat unggahan teman, figur publik, atau influencer di media sosial. Kondisi tersebut dapat memengaruhi cara perempuan menilai diri sendiri, baik secara fisik maupun psikologis. [1]

Standar kecantikan yang kita lihat di media sosial, iklan, atau film bukan sekadar tren yang muncul sesaat. Standar itu bekerja seperti rezim yaitu aturan tak tertulis yang membentuk cara kita menilai tubuh sendiri dan orang lain. Fenomena kecantikan sebagai rezim kekuasaan bisa kita lihat dari bagaimana media sosial seperti TikTok ikut membentuk standar kecantikan yang seragam di masyarakat. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa konten kecantikan di TikTok sering menampilkan perempuan dengan kulit cerah dan penampilan yang dianggap 'ideal', lalu banyak pengguna merasa bahwa itu adalah ukuran kecantikan yang harus dicapai. Ketika perempuan terus-menerus melihat video-video seperti itu, mereka bukan hanya mengikuti tren, tetapi merasa tekan secara sosial untuk menyesuaikan tubuh dan wajahnya agar sesuai dengan gambaran yang ditampilkan. Ini menunjukkan bahwa standar kecantikan bukan sekadar tren cepat berlalu, tetapi telah menjadi bentuk kekuasaan yang mendisiplinkan tubuh, karena banyak orang merasa harus mengubah dirinya demi diterima oleh sosial media dan lingkungan sekitar. [2]

Tekanan sosial akibat standar kecantikan modern tidak hanya berdampak pada kepercayaan diri, tetapi juga pada hubungan sosial dan kesejahteraan mental perempuan Generasi Z. Selain itu, standar kecantikan yang terus dipromosikan juga

mendorong perilaku konsumtif, seperti penggunaan produk kecantikan dan perawatan tubuh secara berlebihan. Oleh karena itu, kajian mengenai tekanan sosial terhadap perempuan Generasi Z dalam budaya standar kecantikan modern penting untuk dilakukan guna memahami fenomena ini secara lebih mendalam. [3]

Berbeda dengan kajian-kajian terdahulu yang umumnya membahas pergeseran standar kecantikan dalam konteks budaya atau representasi media secara umum, penelitian ini secara khusus menyoroti Generasi Z sebagai generasi digital native yang lahir dan tumbuh dalam era media sosial, sehingga pandangan mereka terhadap kecantikan diproduksi dan dikonsumsi secara intens melalui algoritma visual platform digital. Studi ini mengeksplorasi bagaimana generasi ini tidak hanya menghadapi pergeseran dari standar kecantikan lokal (seperti kuning langsung) menuju standar global yang dipengaruhi oleh estetika K-Pop, tetapi juga menginternalisasi dan bernegosiasi dengan standar tersebut sebagai bagian dari identitas digital mereka suatu fokus yang jarang dijumpai dalam kajian sebelumnya yang lebih umum atau tidak secara khusus mengaitkan fenomena ini dengan karakteristik digital native Generasi Z dan penggunaan media sosial sebagai arena utama pereproduksi beauty standards.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada permasalahan mengenai bagaimana standar kecantikan modern terbentuk dan disebarkan melalui media sosial, khususnya yang memengaruhi perempuan Generasi Z. Penelitian ini juga menelaah bagaimana tekanan sosial akibat standar kecantikan tersebut dirasakan dan dialami oleh perempuan Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini berupaya memahami dampak tekanan sosial tersebut terhadap cara perempuan Gen Z memandang diri mereka sendiri, berinteraksi secara sosial, serta menyesuaikan diri dengan tuntutan lingkungan sosial yang ada.

Untuk memperkaya analisis teoritis dalam penelitian ini, kerangka teori Dramaturgi dari Erving Goffman digunakan untuk membedah bagaimana perempuan Generasi Z mengelola "panggung depan" (front stage) di platform seperti Instagram dan TikTok, di mana mereka secara sadar mempublikasikan penampilan ideal demi memperoleh validasi sosial melalui like, komentar, dan pengikut. Selain itu, konsep Modal Simbolik dari Pierre Bourdieu mempertajam pemahaman tentang keistimewaan kecantikan, di mana kecantikan tidak hanya sebagai simbol status sosial tetapi juga konversi menjadi modal ekonomi seperti peluang pekerjaan bergaji tinggi atau endorsement, serta modal sosial berupa hubungan romantis dan jaringan pertemanan yang lebih luas. Sementara itu, teori Panopticon Michel Foucault menjelaskan mekanisme pengawasan konstan di media sosial yang membuat perempuan Generasi Z merasa selalu terpantau, sehingga secara sukarela melakukan pendisiplinan diri seperti diet ketat dan perawatan kecantikan ekstrim untuk menghindari penilaian negatif dari audiens virtual.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian sosiologi, khususnya mengenai hubungan antara media sosial, standar kecantikan, dan tekanan sosial yang dialami perempuan Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat agar lebih kritis terhadap standar kecantikan yang berkembang di media sosial dan tidak menjadikannya sebagai ukuran mutlak dalam menilai perempuan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat sosial dengan mendorong perempuan Generasi Z untuk lebih menghargai diri sendiri, menerima keberagaman

bentuk tubuh dan penampilan, serta mengurangi tekanan sosial yang dapat berdampak negatif terhadap kesejahteraan mereka.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan tujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena tekanan sosial terhadap perempuan Generasi Z dalam budaya standar kecantikan modern. Data penelitian diperoleh dari buku dan artikel ilmiah yang membahas standar kecantikan, peran media sosial, serta dampaknya terhadap perempuan, khususnya Generasi Z. Sumber-sumber tersebut dipilih karena memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang dikaji dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Penyeleksian sumber dilakukan secara bertahap dan sistematis, dimulai dari penelusuran sumber ilmiah yang kredibel, kemudian disaring berdasarkan kesesuaian judul, tahun terbit fokus pada 2022-2025 dan isi pembahasan. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan cara membaca dan memahami isi sumber pustaka, mengelompokkan gagasan utama, serta membandingkan pandangan dari berbagai penulis. Proses ini dilakukan agar data yang digunakan akurat. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai bagaimana standar kecantikan modern membentuk tekanan sosial dan memengaruhi cara perempuan Generasi Z menilai diri mereka sendiri, baik dari segi fisik maupun psikologis.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Standar Kecantikan Modern sebagai Produk Sosial

Standar kecantikan modern yang berkembang dalam masyarakat tidak dapat dipahami sebagai sesuatu yang alamiah, melainkan sebagai hasil dari proses sosial yang dibangun secara bersama. Dalam hal kecantikan, masyarakat Indonesia saat ini banyak menjadikan influencer media sosial dan anggota girl group Korea sebagai acuan. Standar kecantikan tersebut biasanya ditandai dengan kulit yang tampak putih, bersih, dan cerah, baik pada wajah maupun tubuh. Standar kecantikan tersebut juga terus disebarkan oleh industri kecantikan melalui berbagai iklan yang kita lihat setiap hari di media massa. Akibatnya, gambaran tentang kecantikan lebih sering menampilkan perempuan dengan kulit putih dan tubuh yang langsing. Kondisi ini membuat banyak perempuan merasa kurang percaya diri terhadap warna kulit alami yang mereka miliki sejak lahir. [4]

Padahal masa lalu, kecantikan perempuan Indonesia merujuk pada karakteristik alami yang mencerminkan identitas local, seperti rambut hitam bergelombang dan kulit kuning langsung. Karakter ini dianggap sebagai symbol kecantikan yang nyata sebelum adanya pengaruh dari budaya luar. Namun, seiring berjalannya waktu standar kecantikan mulai mengalami pergeseran karena maraknya iklan-iklan produk kecantikan yang menampilkan model berkulit putih sebagai representasi kecantikan ideal. [5] Standar kecantikan orang Indonesia dulunya lebih condong ke Amerika Latin, khususnya Brazil. Namun, saat ini tren drakor dan k-pop sangat populer. Akibatnya, standar kecantikan yang banyak dianut Masyarakat juga ikut meniru dan mengarah ke budaya tersebut. [6]

Peran Media Sosial dalam Membentuk Standar Kecantikan

Media sosial juga memfasilitasi penyebaran budaya dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Tren dan fenomena budaya yang muncul dapat menyebar secara viral dalam hitungan jam atau bahkan menit, menjangkau berbagai audiens yang luas. Hal ini juga akan mempermudah budaya luar masuk dan mempengaruhi budaya lokal. Sehingga identitas budaya terus-menerus dibentuk oleh arus informasi yang tak terputus. [7] Selain itu, adanya kehadiran teknologi AI juga menjadi alat pendukung terbentuknya standar kecantikan. Filter AI bisa membentuk wajah lebih putih, lebih muda atau lebih ideal yang sudah mempengaruhi standar kecantikan di media sosial. Banyak remaja, khususnya perempuan generasi Z, merasa harus tampil sempurna di sosial media, sehingga memicu masalah tekanan sosial. [8]

Hadirnya *influencer* dalam media sosial secara langsung maupun secara tidak langsung mempengaruhi selera kecantikan dan pandangan Perempuan terhadap konsep cantik saat ini. Seorang *influencer* yang mengharuskan membuat konten yang menarik, melakukan review produk, membagikan tutorial makeup dan mempromosikan suatu produk. Tanggung jawab seorang *influencer* adalah memberikan informasi yang asli dan tidak menyebarkan informasi palsu. Namun, ada beberapa orang memberikan informasi atau hasil review produk dipalsukan sehingga banyak orang yang percaya terhadap hasil review tersebut. Akibatnya, banyak orang mengikuti yang disarankan oleh *influencer* favorit mereka. Padahal produk tersebut belum tentu cocok ketika dipakai, sehingga dapat memunculkan rasa kecewa ketika produk tersebut tidak cocok. Hal seperti ini yang memicu adanya tekanan dalam kehidupan sosial. [9]

Dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman, perempuan Generasi Z menggunakan Instagram dan TikTok sebagai ruang untuk menampilkan citra diri yang ingin dilihat oleh orang lain. Foto dan video yang diunggah umumnya dipilih dan diatur sedemikian rupa agar terlihat menarik dan sesuai dengan standar kecantikan yang sedang populer. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi seperti panggung depan, tempat seseorang berusaha menampilkan versi terbaik dari dirinya. Penampilan tersebut tidak selalu mencerminkan kondisi sehari-hari, tetapi lebih pada upaya memperoleh pengakuan sosial seperti like, komentar, dan jumlah pengikut. Penelitian menunjukkan bahwa respons audiens di media sosial menjadi tolok ukur penerimaan sosial bagi perempuan Generasi Z, sehingga mereka terdorong untuk menyesuaikan penampilan dengan tren yang sedang berlaku. [*Ibid*]

Perempuan Generasi Z sebagai Kelompok Rentan

Generasi Z adalah pengguna aktif media sosial sejak dini sehingga generasi Z dianggap sebagai generasi yang paling aktif menggunakan media sosial. Generasi Z percaya bahwa semakin mereka memnuhi standar kecantikan yang tercipta karena opini masyarakat maka semakin sempurna. Generasi Z saat ini tumbuh di Tengah dunia digital yang penuh informasi dan beragam perbedaan. Karena itu, mereka lebih menyukai dan lebih mudah menerima gambaran kecantikan yang apa adanya, mencerminkan keberagaman dan terlihat nyata dalam kehidupan sehari-hari. [10]

Generasi Z memiliki tantangan seperti tekanan sosial yang tinggi dan ketergantungan pada teknologi, yang dapat mempengaruhi perkembangan karakter mereka. Generasi Z cenderung lebih peduli terhadap isu-isu global seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, dan keadilan sosial. Hal ini dapat

dilihat bahwa Generasi Z memiliki potensi besar terhadap perubahan dalam masyarakat. Platform media sosial seperti Instagram dan TikTok yang banyak diakses generasi Z dapat menyebabkan rendahnya harga diri dan krisis identitas karena platform ini seringkali menciptakan standar kecantikan, kesuksesan dan gaya hidup yang tidak realistis. [11]

Proses Perbandingan Sosial

Perbandingan sosial adalah proses alami yang cenderung membandingkan diri dengan orang lain dalam berbagai aspek termasuk penampilan fisik. Media seringkali menampilkan pandangan yang sering kali sangat idealis tentang kecantikan yang dapat memperbesar proses perbandingan sosial. Hal ini terjadi ketika melihat foto individu yang dianggap sangat cantik atau menarik di media sosial, sering kali merasa tertekan untuk mengimbangi standar tersebut. Pada dasarnya setiap orang ingin merasa nyaman dengan dirinya sendiri dan diterima oleh lingkungan sekitar. Namun, ketika penampilan yang dipakai terasa tidak sesuai dengan gambaran yang sering ditampilkan di media, rasa tidak puas dan kurang percaya diri pun bisa muncul. Perbandingan sosial seperti ini sering terjadi pada perempuan. [12]

Seorang perempuan menganggap citra tubuh menjadi salah satu aspek penting yang dibutuhkan untuk mewakili dirinya kepada lingkungan sekitar dan publik. Perempuan juga cenderung menghabiskan waktunya untuk menilai penampilannya dan cenderung merasa khawatir dengan kesan yang ditampilkan pada orang lain. Rasa khawatir ini yang dapat mendorong seorang individu untuk mulai memperhatikan penampilannya. Perempuan juga memiliki keinginan bentuk tubuh yang ideal. Perempuan sering kali merasa banyak kekurangan sehingga memiliki keinginan untuk merubah dan memperbaiki sampai memiliki tubuh yang ideal. [*ibid*]

Bentuk Tekanan Sosial yang Dialami

Standar kecantikan di Indonesia saat ini berkulit putih dan wajah yang mulus tanpa jerawat. Seiring berjalannya waktu standar tersebut semakin berkembang dan menjadi sebuah keinginan teratas tanpa peduli suku dan budaya yang ada. Dengan adanya standar kecantikan ini munculah rasa insecure, merasa tidak aman terhadap dirinya sendiri, rasa tidak aman ini membuat mereka mempunyai rasa tidak berharga. Tekanan sosial untuk mencapai standar kecantikan sangatlah tinggi yang dapat mengarah ke rasa tidakpuasan terhadap dirinya sendiri. [13]

Seorang laki-laki juga menjadi pengaruh terhadap standar kecantikan Perempuan. Tubuh Perempuan menjadi objek seksual demi konsumsi laki-laki. Perempuan direpresentasikan senang dan rela di salahgunakan, sehingga menciptakan kesan bahwa Perempuan menikmati ketundukan seksual. Hal seperti ini dapat menciptakan tekanan sosial bagi banyak perempuan untuk menyesuaikan diri dengan ekspektasi seksual laki-laki, yang berdampak pada rendahnya harga diri seorang perempuan. [14]

Dampak terhadap Citra Diri

Standar kecantikan dapat menyebabkan ketidakpuasan terhadap tubuh sendiri, adanya gangguan makan dan rendahnya percaya diri. Media sosial sering kali memperlihatkan iklan yang berisi perempuan dengan tubuh langsing, kulit cerah, wajah simetris, dan tanpa cacat sebagai bentuk ideal seorang

perempuan. Citra seperti ini tidak mencerminkan adanya bentuk tubuh yang beragam di dunia nyata. Akibatnya banyak perempuan membandingkan diri mereka dengan standar yang ditampilkan oleh media sosial. Ketidakpuasan seperti ini akan mengganggu Kesehatan mental. [15]

Perlakuan body shaming terkadang muncul karena adanya standar kecantikan yang tidak sesuai. Body shaming biasanya dianggap sebagai candaan bagi seseorang yang justru bisa membentuk kekerasan verbal yang dapat membentuk kondisi psikis korban berupa trauma, kecemasan dan khawatir yang berlebihan. Akibatnya seseorang yang mengalami body shaming akan merasa malu dan tidak percaya diri sehingga membuat seseorang tersebut akan membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain. Body shaming yang seperti ini akan menciptakan citra diri yang negatif, ditandai dengan sikap percaya diri yang rendah, rendah diri, pemalu, peragu dan muncul pergaulan yang terhambat. [16]

Pada dasarnya citra diri seorang perempuan dapat dimanipulasi oleh industri budaya populer di media sosial yang menciptakan standar kecantikan yang terus berubah. Dengan adanya standar kecantikan berkulit putih, tubuh langsing, hidung mancung dan lain sebagainya. Maka muncul masyarakat yang merekomendasikan untuk membeli produk tertentu yang bisa membantu agar mudah merubah tampilan badan yang sesuai dengan standar kecantikan. Bentuk rekomendasi tersebut terkadang belum tentu menggunakan bahasa yang baik tapi justru terkadang akan merujuk pada perlakuan body shaming. Banyak orang berasumsi bahwa tubuh adalah cerminan diri serta bentuk karakter atau kepribadian seseorang memiliki cerminan melalui penampilannya. Dengan demikian, kesulitan menerima perbedaan ciri fisik dalam masyarakat menyebabkan munculnya standarisasi ciri fisik yang disebut cantik ideal yang dapat menimbulkan body shaming. [17]

Hal ini juga akan muncul kekerasan simbolik, kekerasan simbolik merupakan bentuk kekerasan sosial yang tidak terlihat secara langsung dan sering kali dianggap sebagai hal biasa dalam kehidupan sehari-hari. Bentuk kekerasan ini bekerja melalui nilai dan kebiasaan yang sudah diterima bersama oleh masyarakat, sehingga jarang dipertanyakan. Dalam konteks ini, body shaming dapat dipahami sebagai bagian dari kekerasan simbolik karena penilaian terhadap tubuh seseorang didasarkan pada standar fisik tertentu yang dianggap ideal, seperti tubuh langsing, kulit cerah, atau penampilan yang sesuai dengan gambaran media. Standar tersebut terus disebarkan melalui media sosial, iklan, film, dan percakapan sehari-hari, sehingga masyarakat tanpa sadar menerima ukuran fisik tertentu sebagai sesuatu yang normal dan pantas. Akibatnya, perbedaan bentuk tubuh tidak lagi dipandang sebagai keragaman, melainkan sebagai kekurangan yang perlu diperbaiki.[18]

Kecantikan sebagai Modal Sosial

Hal ini juga mengacu pada konsep modal simbolik Pierre Bourdieu, kecantikan dalam masyarakat modern tidak hanya dipahami sebagai soal penampilan, tetapi juga memiliki nilai sosial. Perempuan yang memenuhi standar kecantikan lebih mudah memperoleh pengakuan sosial. Seseorang yang memenuhi standar kecantikan dapat disebut dengan istilah beauty privilege. Banyak keuntungan yang bisa didapat berupa pujian serta dianggap punya personality yang lebih bagus. Sehingga seorang yang mempunyai beauty privilege akan mudah mendapatkan pasangan, banyak peluang pekerjaan dan

juga bisa mendapatkan gaji yang lebih tinggi. Padahal mereka yang mempunyai beauty privilege belum tentu pintar dalam bentuk studi. Beauty privilege juga dapat membantu mereka dianggap lebih percaya diri dan terlihat lebih menarik. Beauty privilege dapat mempengaruhi pandangan sosial dan konstruksi pemikiran masyarakat bagaimana mereka memperlakukan seseorang berdasarkan penampilan, faktor yang menyebabkan perbedaan ini adalah bentuk ketertarikan. Elemen ketertarikan yaitu penampilan, kedekatan fisik, kesamaan pandangan dan keuntungan yang mempengaruhi efek pada perhatian yang didapatkan. [19]

Tidak hanya di lingkungan pekerjaan, tetapi berpengaruh pada lingkungan pendidikan bahkan juga lingkungan keluarga. Dalam lingkungan pendidikan biasanya seseorang yang memiliki beauty privilege akan mendapatkan fasilitas khusus, pemberian peringkat secara suka hati dan keringanan tugas terhadap siswa atau mahasiswa yang dianggap cantik. Begitupun dalam lingkungan keluarga, seseorang yang memiliki beauty privilege akan mendapatkan perbedaan perilaku dengan orang yang tidak memiliki beauty privilege. Hal seperti ini akan berdampak pada seseorang yang menjadi korban akan terasa menyakitkan yang berlangsung dalam jangka waktu yang lama. Perlakuan seperti ini terhadap seseorang yang dianggap cantik secara simbolik menjadi kekerasan secara tidak langsung yang membuat individu yang dianggap tidak memenuhi standar kecantikan memiliki perasaan diasingkan. [20]

Standar Kecantikan sebagai Alat Kontrol Sosial

Standar kecantikan dalam masyarakat modern digambarkan sebagai alat kontrol sosial yang bekerja secara halus namun kuat terhadap perempuan. Melalui media, iklan, dan budaya populer, standar kecantikan tertentu terus diproduksi dan disebarluaskan sehingga dianggap sebagai sesuatu yang normal dan ideal. Proses ini membuat perempuan secara tidak sadar menyesuaikan tubuh, penampilan, dan perilaku mereka agar sesuai dengan harapan sosial yang berlaku. Dalam konteks ini, standar kecantikan tidak lagi sekadar soal estetika, melainkan menjadi mekanisme yang mengatur bagaimana perempuan seharusnya tampil dan menilai dirinya sendiri. [21]

Konsep panopticon Michel Foucault membantu menjelaskan bagaimana media sosial menciptakan rasa diawasi secara terus-menerus, meskipun tidak ada pengawasan langsung. Perempuan Generasi Z merasa tubuh dan penampilannya selalu menjadi objek penilaian publik melalui unggahan, komentar, dan perbandingan visual di media sosial. Kondisi ini mendorong perempuan untuk melakukan pendisiplinan diri secara sukarela, seperti diet ketat, perawatan ekstrem, atau penggunaan produk kecantikan berlebihan agar sesuai dengan standar yang dianggap ideal. Standar kecantikan berfungsi sebagai bentuk pengendalian sosial karena mendorong perempuan untuk mengontrol tubuhnya secara terus-menerus. Perempuan yang tidak sesuai dengan standar kecantikan dominan berpotensi menerima penilaian negatif, baik secara langsung maupun simbolik. Kondisi ini menciptakan tekanan sosial yang membuat perempuan berusaha menyesuaikan diri demi mendapatkan penerimaan dan pengakuan sosial. Dengan demikian, standar kecantikan berperan dalam mempertahankan norma dan kekuasaan sosial tertentu, sekaligus memperkuat ketimpangan gender melalui pengawasan terhadap tubuh dan penampilan perempuan. [*ibid*]

Dampak Psikososial Jangka Panjang

Standar kecantikan yang sempit dan diwariskan secara turun-temurun, terutama yang menekankan kulit putih, tubuh langsing, dan fitur tertentu, berdampak jangka panjang pada kondisi psikologis individu. Banyak perempuan tumbuh dengan perasaan tidak puas terhadap tubuhnya sendiri karena merasa tidak sesuai dengan standar yang dianggap ideal. Hal ini dapat menurunkan kepercayaan diri, memicu rasa minder, serta menumbuhkan pandangan negatif terhadap identitas fisik dan budaya lokal yang sebenarnya alami dan beragam. [22]

Dari sisi sosial, standar kecantikan tersebut berkontribusi pada munculnya diskriminasi dan bias tidak sadar dalam kehidupan sehari-hari. Individu yang tidak memenuhi standar dominan sering kali mengalami perlakuan berbeda dalam lingkungan sosial, pendidikan, maupun dunia kerja. Fenomena ini menciptakan tekanan sosial untuk menyesuaikan diri, baik melalui penggunaan produk kecantikan tertentu maupun perubahan penampilan, yang pada akhirnya memperkuat ketimpangan sosial berbasis penampilan fisik. [*Ibid*]

Dalam jangka panjang, tekanan psikososial akibat standar kecantikan dapat memengaruhi kesehatan mental, seperti meningkatnya kecemasan, stres, hingga gangguan citra tubuh. Selain itu, ketergantungan pada validasi sosial berbasis penampilan membuat individu sulit menerima diri apa adanya. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolektif untuk membangun pemahaman bahwa kecantikan bersifat beragam dan tidak terbatas pada satu standar tertentu, sehingga kesejahteraan psikologis dan sosial masyarakat dapat terjaga dengan lebih baik. [*Ibid*]

Komodifikasi Tubuh Perempuan

Komodifikasi tubuh perempuan adalah proses ketika tubuh perempuan tidak lagi dipandang sebagai bagian dari identitas pribadi semata, melainkan diubah menjadi objek yang memiliki nilai jual. Dalam jurnal tersebut dijelaskan bahwa media sosial berperan besar dalam proses ini dengan menampilkan tubuh perempuan sebagai representasi kecantikan ideal yang harus dicapai. Melalui foto, video, filter, dan konten visual lainnya, tubuh perempuan dipoles dan disesuaikan dengan standar tertentu, seperti kulit putih, tubuh langsing, dan wajah tanpa cela. Representasi ini membuat tubuh perempuan menjadi sarana promosi yang menarik perhatian publik dan dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi. [23]

Komodifikasi tubuh perempuan berkaitan erat dengan industri kecantikan dan budaya konsumsi. Media sosial dan influencer mempromosikan berbagai produk kecantikan dengan menampilkan tubuh perempuan sebagai bukti keberhasilan produk tersebut. Tubuh perempuan dijadikan alat pemasaran untuk menciptakan keinginan dan kebutuhan baru pada konsumen. Akibatnya, perempuan terdorong untuk terus membeli produk perawatan dan kecantikan demi mendekati gambaran ideal yang ditampilkan, meskipun standar tersebut sering kali tidak realistis. Dalam kondisi ini, tubuh perempuan diposisikan sebagai media iklan yang secara terus-menerus dikaitkan dengan nilai ekonomi dan citra komersial. [*Ibid*]

Komodifikasi tubuh perempuan dapat berdampak pada cara perempuan memandang diri mereka sendiri. Ketika tubuh dijadikan komoditas, nilai diri perempuan sering kali diukur dari penampilan fisik dan kemampuan memenuhi standar kecantikan yang berlaku. Hal ini dapat menimbulkan tekanan sosial, rasa

tidak puas terhadap tubuh, serta ketergantungan pada produk kecantikan dan pengakuan sosial di media sosial. Dengan demikian, komodifikasi tubuh perempuan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga menjadi bentuk kontrol sosial yang memengaruhi identitas, perilaku konsumtif, dan kesejahteraan psikologis perempuan. [*Ibid*]

Industri kecantikan menjadikan tubuh perempuan sebagai bagian dari kegiatan bisnis dengan cara menampilkan fisik perempuan sebagai sesuatu yang bisa dinilai dan dijual. Kulit, wajah, dan bentuk tubuh sering ditunjukkan sebagai ukuran utama kecantikan melalui iklan dan media sosial. Perempuan kemudian diarahkan untuk percaya bahwa mereka akan terlihat menarik dan diterima secara sosial jika memiliki kulit cerah, tubuh langsing, dan penampilan yang sesuai dengan tren yang sedang populer. Penelitian menunjukkan bahwa cara pandang ini membuat tubuh perempuan tidak lagi dipahami sebagai bagian alami dari diri dan budaya, melainkan sebagai sesuatu yang harus terus dirawat dan diubah melalui penggunaan produk kecantikan [24]. Di media sosial seperti TikTok, penampilan fisik perempuan banyak digunakan untuk menarik perhatian dan mendukung penjualan produk, sehingga kecantikan menjadi bagian dari sistem pasar digital [25]. Kondisi ini mendorong perempuan Indonesia untuk mengikuti gambaran kecantikan global yang seragam dan sulit dicapai, sementara ciri fisik yang berasal dari latar suku dan etnis lokal semakin jarang dianggap menarik [2]. Akibatnya, banyak perempuan merasa kurang puas dengan tubuhnya sendiri dan terdorong untuk terus membeli produk kecantikan agar merasa lebih percaya diri dan diterima oleh lingkungan sosial.

D. KESIMPULAN

Standar kecantikan modern yang berkembang melalui media sosial merupakan konstruksi sosial yang membentuk tekanan sosial terhadap perempuan Generasi Z. Standar kecantikan yang menekankan kulit putih, tubuh langsing, dan penampilan ideal mendorong perempuan Gen Z melakukan perbandingan sosial secara terus-menerus, sehingga memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri. Tekanan ini muncul secara tidak langsung melalui representasi media, influencer, serta budaya populer yang menjadikan kecantikan sebagai ukuran penerimaan dan pengakuan sosial.

Tekanan sosial akibat standar kecantikan modern berdampak pada citra diri, kesehatan mental, dan hubungan sosial perempuan Generasi Z, serta mendorong perilaku konsumtif dan praktik pengawasan terhadap tubuh perempuan. Standar kecantikan tidak hanya berfungsi sebagai norma estetika, tetapi juga sebagai alat kontrol sosial yang memperkuat ketimpangan gender dan objektifikasi tubuh perempuan. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran kritis untuk membangun pemahaman kecantikan yang lebih inklusif, beragam, dan realistis guna mengurangi tekanan sosial dan mendukung kesejahteraan psikososial perempuan Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rahmawati, Niken. (2023). *Media Sosial, Tubuh, dan Identitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- [2] Mufidah, Anis, Dkk. (2025). *Representasi Standar Kecantikan Perempuan Indonesia dalam Konten Endorsement Produk Kecantikan TikTok*. Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi, Vol. 14, No.1.

- [3] Anggraini, Sinta. (2023). *Psikologi Tubuh dan Media Sosial: Dampak Sosial Media pada Citra Diri*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- [4] Suhada, Djilzaran Nurul. (2023). *Dilema Self-Recism pada Tubuh Perempuan*. Yogyakarta: Jejak Pustaka
- [5] Basundoro, Purnawan, dkk. (2025). *Perubahan Budaya Di Indonesia Perspektif Sejarah, Linguistik, dan Sastra*. Surabaya: Airlangga University Press
- [6] Liem, Selvia. (2022). *Artikulasi Rasa Mencintai Kecantikan Diri Sepenuhnya*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [7] Nursilah, Dkk. (2024). *Seni dan Identitas Budaya Di Indonesia*. Padang: Takaza Innovatix Labs.
- [8] Mashuri, Kahar, Dkk. (2025). *Pengantar Ilmu Sosial*. Langkat: Al-Maksum Press.
- [9] Basir, Nur Sabrina Dewi, Dkk. (2022). *Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram*. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS) Vol. 1.
- [10] Wiana, Alifah Rose, Dkk. (2025). *Tiktok dan Kontruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital*. Jurnal Al-Qolamuna : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol.2. No.1.
- [11] Lumbu, Albert, Dkk. (2025). *Pendidikan Karakter (Teori dan Implementasi Pendidikan Karakter Bagi Gen-Z)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- [12] Dermawan, Natasha Oktaviana Defanska & Agustina. (2022). *Peran Perbandingan Sosial Terhadap Ketidakpuasan Tubuh Pada Perempuan Pengguna Instagram*. Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni, Vol. 6, No.2.
- [13] W, Syahallah Chinta, Dkk. (2023). *Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia*. Posiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya, Vol.2.
- [14] Sastroatmodjo, Sunarno, Dkk. (2025). *Sosiologi Indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- [15] Mastinah. (2025). *Perempuan dan Kesehatan: Menjaga Kesejahteraan Mental dan Fisik di Tengah Tekanan Sosial dan Budaya*. Lombok Tengah: Pusat Pengembangan Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- [16] Ramahardila, Destia & Supriyono. (2022). *Dampak Body Shaming Pada Citra Diri Remaja Akhir Perempuan*. Jurnal Ideas: Pendidikan, Sosial, dan Budaya, Vol.8, No.3.
- [17] Musyarrafani, Nafi Ibdiana. (2022). *Pengaruh Citra Tubuh Terhadap Budaya Konsumsi Pada Perempuan*. Sasdaya: Gajah Mada Journal Of Humanities, Vol.6, No.1.
- [18] Fatimah, Ainaya Al, Dkk. (2025). *Makna Citra Diri dalam Pengalaman Body Shaming Online*. Klinik: Jurnal Ilmiah Kedokteran dan Kesehatan, Vol.4, No.3.
- [19] Anartia, Niki, Dkk. (2024). *Analisis Perspektif Influence Pada Beauty Privilege Dalam Media Sosial Instagram*. Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora, Vol.2, No.1.
- [20] Aprilianty, Shinta, Dkk. (2023). *Konsep Beauty Privilege Membentuk Kekerasan Simbolik*. Jurnal Ideas: Pendidikan, Sosial, dan Budaya, Vol.9, No.1.

- [21] Hasrin, Awaluddin & Sangputri Sidik. (2023). *Tren Kecantikan Dan Identitas Sosial: Analisis Konsumsi Kosmetik Dan Objektifikasi Diri Di Kalangan Perempuan Kota Palopo*. Jurnal Analisa Sosiologi 12(4).
- [22] Krisnawati, Maria, Dkk. (2025). *Literatur Review: Dampak Kolonialisme Terhadap Wajah Kecantikan Indonesia Dari Masa Ke Masa*. Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial, Vol.11. No.9.
- [23] Rasyid, Suardin Abd, Dkk. (2024). *Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)*. Innovative: Journal Of Social Science Research, Vol.4, No.4.
- [24] Hinayah, Anggita Hikmatul. (2025). *Tubuh Perempuan Komoditas: Objektifitas Dalam Iklan Bodycare Dari Perspektif Feminis (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough)*. Jdariscomb: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, Vol.5, No.2.
- [25] Lestari, Ni Made Putri, Dkk. (2025). *Praktik Komodifikasi Tubuh Perempuan Sebagai Konten Pemasaran dalam Ruang Media Sosial Tiktok*. Indonesian Journal Of Public Administrattion Review, Vol.2, No.4.