

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

KONSEP DIRI PEREMPUAN CANTIK DI
INSTAGRAM

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Riau*



CHIKA ANANDA PUTRI IRZA

NPM : 179110110
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : MEDIA MASSA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021

PERSEMBAHAN



Dengan Rahmat Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang Dan Atas Izin
Allah SWT

Ku persembahkan hadiah kecil ini teruntuk kedua orang tuaku

“AYAHANDA ZAHERUDIN & IBUNDA IRA PUSPITA SARI

Terimakasih atas doa, dukungan, kasih sayang serta semangat yang tiada hentinya
Ayah dan Mama berikan. Semoga karya kecil ini dapat membanggakan hati Ayah
dan Mama. Hanya doa terbaik yang bisa ku berikan kepada Ayah dan Mama.
Semoga Ayah dan Mama diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah
SWT.

MOTTO

“Berusaha, Berusaha, dan Terus Berusaha.”

(Chika Ananda)

“Bukan Malang Yang Jadi Musuh dari Perjalanan, Tapi Malas dan Menunda Berjuang.”

(Nkcthi)

“Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Itu Ada Kemudahan.”

(QS.Al-Insyirah : 6)

“Don't compare yourself to others because you and yourself will struggle with it, instead you should set your own standards or goals and strive toward it.”

(Huang Renjun)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Shalawat beserta salam buat baginda Rasulullah SAW penulis ucapkan, karena jasa beliau kita dapat keluar dari zaman kegelapan ke zaman terang dipenuhi ilmu pengetahuan seperti saat ini. Adapun judul Skripsi ini **“Konsep Diri Perempuan Cantik di Instagram”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S-1) Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau. Dalam menyelesaikan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT dan kekurangan ada pada penulis sebagai manusia. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak agar Skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkannya.

Pada kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis selama perkuliahan hingga pembuatan Skripsi ini, dengan segala kerendahan hati penulis ucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Cutra Aslinda., M.I.Kom, selaku Pejabat Sementara Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah membantu peneliti dalam pemberian izin melanjutkan penyusunan Skripsi ini, dan segala proses yang memperlancar penyusunan Skripsi ini.
2. Eka Fitri Qurniawati, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah menandatangani pengajuan judul untuk melanjutkan tahap penyusunan Skripsi.
3. Dr. Fatmawati, S.IP., MM, selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam proses bimbingan di tengah pandemi Covid-19 ini secara langsung maupun secara tatap muka, serta memberi masukan dan arahan sehingga menambah wawasan peneliti saat menyusun Skripsi.
4. Terima kasih kepada seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu nama dan jabatannya yang telah mengajarkan dan memberikan banyak ilmunya kepada peneliti.
5. Seluruh staf dan karyawan Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, yang telah bersedia membantu dan melayani kelengkapan administrasi selama perkuliahan sampai penyelesaian Skripsi ini.
6. Terima kasih kepada kedua orang tua peneliti, Ayahanda Zaherudin dan Ibunda Ira Puspita Sari yang terus mengingatkan mendukung serta mendoakan yang terbaik untuk peneliti agar semangat dalam menyelesaikan Skripsi ini.

7. Terima kasih untuk kedua adik tersayang Zhizhi Ainiyah Putri Irza, dan Fhira Arisya Putri Irza yang selalu memberi semangat, motivasi dan kebahagiaan disela kepenatan dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
8. Kepada sahabat-sahabat peneliti, Dewi Esti Almawati, Maisanty, Joares Langgeng Tegara, Alvia Dilla, Muhammad Pandu yang selalu menyemangati, membantu dan memotivasi dikala letih dalam penyelesaian Skripsi ini dan juga seluruh teman-teman Angkatan 2017 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih kalian semua luar biasa.

Kepada semua pihak yang telah bersedia membantu selama proses penyelesaian Skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih atas bantuan, dukungan serta motivasinya. Semoga apa yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan Skripsi ini.

Pekanbaru, 19 Juni 2021

Chika Ananda Putri Irza

DAFTAR ISI

Judul (<i>Cover</i>)	
Persetujuan Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Berita Acara Ujian Skripsi	
Lembar Pengesahan	
Surat Pernyataan	
Persembahan	ii
Motto	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel.....	x
Abstrak.....	xi
Abstract.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Fokus Masalah	13
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Literatur	15
1. Komunikasi	15
2. Konsep Diri.....	17
3. Perempuan Cantik.....	23
4. Fenomenologi	24
B. Definisi Operasional.....	25
1. Konsep Diri	25
2. Perempuan Cantik	25
C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	28
B. Subjek dan Objek Penelitian	29
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
D. Sumber Data.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	35
G. Teknik Analisis Data	37

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Akses dan Profil Informan 39
B. Hasil Penelitian 50
C. Pembahasan Penelitian..... 61
 1. Pengetahuan..... 62
 2. Harapan..... 63
 3. Penilaian..... 65

BAB 5 PENUTUP

A. Kesimpulan 70
B. Saran..... 71

**Daftar Pustaka
Lampiran**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perempuan Cantik di <i>Instagram</i>	3
Gambar 1.2 <i>Beauty Vlogger</i> yang memiliki <i>followers</i> mencapai 966k.....	9
Gambar 3.1 Linear Snowball Sampling	30
Gambar 4.1 <i>Instagram</i> Informan Dinda.....	40
Gambar 4.2 Fitur <i>Highlight Instagram</i> Dinda.....	41
Gambar 4.3 <i>Beauty Vlogger</i> yang diikuti Dinda.....	42
Gambar 4.4 <i>Caption Instagram</i> Dinda.....	43
Gambar 4.5 <i>Instagram</i> Informan Dewi.....	44
Gambar 4.6 Fitur <i>Highlight Instagram</i> Dewi.....	45
Gambar 4.7 <i>Beauty Vlogger</i> yang diikuti Dewi.....	45
Gambar 4.8 <i>Instagram</i> Informan Metta	46
Gambar 4.9 Fitur <i>Highlight Instagram</i> Metta.....	47
Gambar 4.10 <i>Beauty Vlogger</i> yang diikuti Metta	48
Gambar 4.11 <i>Instagram</i> Informan Shania.....	49
Gambar 4.12 Fitur <i>Highlight Instagram</i> Shania.....	49
Gambar 4.13 <i>Beauty Vlogger</i> yang diikuti Shania.....	50
Gambar 4.14 <i>Feed Instagram</i> Informan Dewi & Metta	53
Gambar 4.15 Informan Dinda Berkompetisi di Duta GenRe 2020.....	56
Gambar 4.16 Informan Shania Menjadi Pembahas Webinar.....	57
Gambar 4.17 Postingan Metta di <i>Highlight</i> dan <i>Feed Instagram</i>	60
Gambar 4.18 Postingan Shania di <i>Feed</i> dan <i>Highlight</i>	61

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Unsur-Unsur Komunikasi	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	32



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

Abstrak

Konsep Diri Perempuan Cantik di *Instagram*

Chika Ananda Putri Irza

179110110

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya fenomena standar kecantikan di *Instagram*. Perempuan yang ada di *Instagram* terlihat dari fotonya memiliki wajah yang putih, pipi tirus dan tidak berjerawat tentu mempunyai keuntungan tersendiri, salah satunya mendapatkan *likes*, *viewers*, dan *followers* yang banyak di media sosial *Instagram*. Perlu diperhatikan bahwa tidak semua perempuan mempunyai *privilege* wajah seperti itu. Dampak dari standar kecantikan ini membuat perempuan tidak percaya diri, suka membandingkan diri dan kehilangan motivasi akan dirinya padahal perempuan yang cantik bukan hanya persoalan fisik tetapi sikap, kepribadian dan pandangan mengenai dirinya sendiri. Oleh karena itu penelitian ini membahas tentang bagaimana konsep diri perempuan cantik di *Instagram*. Penelitian ini menggunakan aspek-aspek dari konsep diri yaitu Pengetahuan, Harapan, dan Penilaian sebagai acuan dalam proses wawancara. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Untuk teknik sample menggunakan *Linear Snowball Sampling* dengan beberapa kriteria mahasiswi yang berasal dari kampus yang berbeda di Kota Pekanbaru. Berikut hasil penelitian yang telah ditemukan berdasarkan dari 3 aspek konsep diri. Berkaitan dengan aspek pengetahuan bahwa standar kecantikan sekarang terlalu berpatok kepada tren. Jika tidak mengikuti tren yang ada tentu akan mendapatkan *feedback* yang berbeda. Para informan memiliki banyak sekali harapan-harapan untuk bisa menjadi seorang individu yang lebih baik sehingga pada akhirnya terbentuklah konsep diri yang positif (penilaian). Para informan merasa jauh lebih senang, nyaman, termotivasi, dan lebih percaya diri dengan dirinya yang sekarang. Penting sekali untuk mengetahui kelebihan yang ada di dalam diri. Karena cantik bukan hanya di luar (*outside*) tetapi juga di dalam (*inside*).

Kata Kunci : Konsep Diri, Perempuan Cantik, *Instagram*

Abstract

Self-Concept Beautiful Women on Instagram

Chika Ananda Putri Irza

179110110

This research is motivated by the phenomenon of beauty standards on Instagram. Women on Instagram, as seen from their photos, have white faces, thin cheeks, and no acne. Of course, they have their own advantages, one of which is getting lots of likes, viewers, and followers on Instagram social media. It should be noted that not all women have such facial privileges. The impact of this beauty standard makes women feel insecure, like comparing themselves and losing their motivation. Even though a beautiful woman is not only a physical but also an attitude, personality, and view of herself. This study discusses how the self-concept of beautiful women on Instagram. This study uses aspects of self-concept, namely Knowledge, Expectations, and Assessment as a reference in the interview process. This research method uses a qualitative descriptive method with a phenomenological approach. For the sampling technique using Linear Snowball Sampling with several criteria for students who come from different Universities in Pekanbaru City. The following are the results of research that have been found based on 3 aspects of self-concept. Regarding the aspect of knowledge that the current standard of beauty is too based on the trend. If the informants don't follow the trend, they'll certainly get different feedback. The informants have a lot of hopes to become a better person so that in the end a positive self-concept (assessment) is formed. The informants feel much happier, comfortable, motivated, and more confident with themselves now. It is very important to know the strengths that are within. Because beautiful is not only outside (outside) but also inside (inside).

Key Word : *Self-concepts, Beautiful Women, Instagram*

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bagi perempuan, kecantikan memiliki peran serta arti yang begitu penting. Terutama pada bagian tubuh dan juga fisik dari perempuan tersebut. Tidak heran jika sekarang banyak sekali perempuan yang berlomba-lomba untuk merubah penampilan mereka dan juga melakukan perawatan diri tetapi malah mengabaikan kualitas yang ada di dalam dirinya, seperti kepribadian, kecerdasan, dan lain sebagainya. Sifat dasar seorang perempuan adalah ingin sekali diperhatikan dan dianggap oleh orang lain. Maka dapat dilihat bahwa sebenarnya terdapat perbedaan konsep gender antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki dianggap lebih kuat dan berfikir secara rasional, sedangkan perempuan dianggap lemah lembut, memiliki sifat keibuan dan secara berfikir perempuan lebih mengutamakan emosional daripada laki-laki. Menurut Nikmah (2016:167) mengatakan bahwa semenjak dini perempuan diajarkan untuk selalu menganggap bahwa penampilan fisiknya itu adalah salah satu faktor penting supaya bisa menumbuhkan rasa bangga dan kepercayaan diri.

Membahas mengenai kecantikan seorang perempuan sebagian dari masyarakat menganggap bahwa cantik itu sebagai suatu bentuk yang relatif, artinya pandangan setiap orang terhadap konsep cantik itu berbeda-beda. Namun untuk sebagian dari masyarakat lainnya menganggap bahwa kecantikan juga merupakan hal yang universal. Hal tersebut bisa terjadi dikarenakan

adanya ukuran dari standar, kriteria, serta nilai untuk mendapatkan label “cantik” tersebut. Kasiyan dalam Worotitjan (2014:3) menyampaikan bahwa dalam masyarakat umum, perempuan dikatakan cantik itu tidak hanya berdasarkan nilai atau bentuk dari wajahnya saja, tetapi juga identik dengan kulit yang putih, mulus, dan kencang, serta bentuk tubuh yang menonjolkan lekukan dan kemontokan dari bagian tubuh tertentu.

Pandangan masyarakat tentang konsep kecantikan atau stereotip ini pun tidak terlepas dari ekspos media. Media menggambarkan standar kecantikan dengan cara pandang yang provokatif dengan secara konstan mendeskripsikan konsep kecantikan yang ideal. Artian ideal ini merujuk pada salah satu pernyataan dari Muzayin Nazaruddin dalam Marlianti (2012:69) bahwa di Media Jurnalisme dan budaya populer mengungkapkan konsep cantik menurut media *“cantik adalah kurus, langsing, putih, berambut lurus hitam panjang, modis, dan selalu menjaga penampilan, serta rutin melakukan perawatan tubuh agar awet muda.”*

Padahal jika diperhatikan kebanyakan orang Indonesia memiliki warna kulit kuning laksat dan sebenarnya warna inilah yang menggambarkan ciri khas orang Indonesia. Pada dasarnya, orang Indonesia yang memiliki warna kulit yang cerah cenderung terdapat warna kekuningan yang terkesan lebih *warm* atau hangat. Perlu diketahui bahwa pada jaman dahulu, orang-orang Jawa menganggap bahwa perempuan yang memiliki kulit kuning langsung sebagai perempuan yang cantik.

Gambar 1.1
Perempuan cantik di Instagram



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021

Menurut Nazarudin dalam Putranto (2017:2) di belahan bumi Eropa identik dengan gemuk seperti yang tampak dalam lukisan karya Da Vinci yaitu Monalisa. Lalu orang-orang Afrika memiliki standar cantik kulitnya sendiri tentunya bukan yang berkulit putih. Sementara dalam budaya Islam cenderung lebih mengutamakan kecantikan rohani atau spiritual, seperti dalam Hadits Rasulullah :

“Sesungguhnya Allah tidak melihat kepada bentuk rupa dan harta kalian, tapi ia melihat hati dan amal kalian.” (HR. Muslim, Ahmad dan Ibnu Majah).

Hal ini memperlihatkan bahwa kecantikan perempuan antar negara, suku, dan agama berbeda satu dengan yang lainnya. Hanya saja konsep kecantikan saat ini seolah-olah mengharuskan para perempuan untuk mengikuti standar kecantikan yang sudah jelas terlihat seperti apa gambaran di dalam media. Tidak heran jika banyak perempuan yang memaksakan dirinya untuk

mengikuti standar kecantikan yang ada saat ini untuk bisa dianggap oleh sekitar tanpa memikirkan kenyamanan untuk diri mereka sendiri.

Dalam masyarakat modern, teknologi informasi dan komunikasi sangat diperlukan. Kemunculan *smartphone* saat ini menjadi pemicu utama dalam berkembangnya dunia teknologi dan komunikasi. Dengan adanya *smartphone* tentu akan sangat memudahkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan utamanya yaitu berkomunikasi. Perkembangan teknologi juga bisa dilihat dengan munculnya berbagai macam media sosial. Menurut riset platform Manajemen Media Sosial *HootSuite* dan sebuah agensi marketing sosial yaitu *We Are Social* yang bertajuk “*Global Digital Reports 2020*” menyatakan bahwa hampir 64% para penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet (Hanika, 2020:154). Sebagian besar penduduknya pun pengguna aktif media sosial. Media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan sosial serta gaya hidup masyarakat saat ini. Jika dilihat beberapa tahun kebelakang ini banyak sekali pengguna *smartphone* yang beralih ke dunia digital dan lebih banyak menghabiskan waktunya di media sosial. Hal ini terjadi dikarenakan perkembangan kuantitas dan kualitas yang semakin meningkat. Pengguna media sosial di Indonesia pun sangat beragam, ada yang berasal dari kalangan muda-mudi, para orang tua, kelas sosial bawah menengah maupun kelas sosial atas.

Fokus penelitian ini adalah media sosial *Instagram*. *Instagram* merupakan media sosial dan aplikasi yang dapat diakses diberbagai *smartphone*. Masyarakat khususnya perempuan juga memiliki minat yang besar terhadap

media sosial ini. *Instagram* pertama kali diluncurkan pada tahun 2010. Kelebihan dari media sosial yang tengah naik daun ini menyediakan berbagai fitur untuk merubah tampilan foto dan video, serta dapat langsung dibagikan ke media sosial lainnya seperti *Facebook*, *Whatsapp*, dan *Twitter*. Pada survey yang dilakukan *Wearesocial.com* pada kisaran bulan Januari 2018 (Ernawati, 2020:331) menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* menempati posisi ke 4 dari 12 dengan catatan sebagai media sosial yang paling banyak digunakan dengan presentasi yang menunjukkan angka 38%. Sedangkan untuk urutan negara, Indonesia meraih posisi ke 3 dengan pengguna yang mencapai 53 juta. Hal ini bisa terjadi dikarenakan *Developer Instagram* terus memunculkan inovasi-inovasi pada fitur-fitur terbaru yang sekiranya dapat menarik perhatian baik itu pengguna lama maupun pengguna baru. Salah satu fitur yang cukup terkenal dikalangan masyarakat adalah fitur *Instagram Stories* atau singkatnya *Instastory/Snapgram*. Fitur ini bertujuan untuk mengunggah video atau foto yang hanya punya waktu 24 jam sampai akhirnya akan terhapus secara otomatis. Fitur ini cukup sama dengan fitur yang dimiliki oleh media sosial dan aplikasi *Snapchat*. Lalu ada juga fitur *Highlight* yang memungkinkan penggunanya untuk memilah beberapa postingan dari *Instastories* untuk dijadikan satu folder *moment* yang dapat dilihat kapan saja dan siapa saja.

Seiring dengan berkembangnya media sosial serta teknologi membuat standar kecantikan semakin memojokan posisi perempuan. Bahkan ditambah dengan fakta bahwa mayoritas pengguna *Instagram* didominasi oleh kaum perempuan. *Instagram* membebaskan para penggunanya untuk bereksplorasi

serta dengan bebas memposting apa saja berdasarkan apa yang ingin penggunanya perlihatkan kepada pengikut akun *Instagram* lainnya. Dengan hal ini *Instagram* menjadi wadah untuk aktualisasikan diri individu karena melalui media sosial penampilan seorang individu akan mendapatkan penilaian yang bisa berupa pujian, sindiran atau hujatan (Mahanani, 2020:450)

Terdapat banyak sekali dampak dari penggunaan *Instagram* dan salah satunya yaitu krisis percaya diri. Sifat percaya diri ini bukan sifat bawaan atau turunan tetapi sifat percaya diri dari seorang individu diperoleh melalui pengalaman hidupnya yang ia tanamkan melalui pendidikan atau kegiatan yang ia ikuti dalam upaya guna membentuk kepercayaan dirinya. Gutara, Rangka & Prasetyaningtyas (2017) dalam Aziz (2018:185) mengatakan bahwa ciri-ciri orang yang mempunyai percaya diri baik, yaitu mandiri, toleransi, optimis, yakin dengan pendapatnya sendiri, tidak egois dan tidak berlebihan. Individu harus mengetahui kualitas dan potensi yang dimilikinya sehingga ia mampu mengembangkan potensi itu dan mencapai keinginan yang telah direncanakannya.

Melalui wawancara peneliti pada tanggal 8 Maret 2021 dengan salah satu informan bernama Dinda yang tengah berkuliah di salah satu Perguruan Tinggi Negeri di Pekanbaru mengatakan :

“Awalnya aku merasa tidak masalah dengan bentuk fisik atau penampilanku dulu. Padahal pas jaman sekolah smp atau sma kan gak pake makeup tapi aku ngerasa kayak cantik aja. Sekarang udah gak bisa gitu lagi, lingkungannya udah beda, temen-teman udah pakai makeup atau setidaknya pas upload foto pakai filter lah. Pada tahun 2017 aku pernah mencoba untuk mengikuti suatu organisasi karena aku ngebet banget pengen nampilin diri aku tapi ternyata

ditolak. Terus aku mikir “aku kenapa ya?” dan ternyata setelah aku pikir-pikir lagi mungkin karena penampilan aku gak menarik. Ditambah lagi kalau misalnya views Instastory menurun atau likes foto menurun pasti suka kepikiran.”

Dari data diatas, peneliti mengambil kesimpulan bahwasanya informan tidak menaruh rasa percaya pada dirinya akibat dari penampilannya yang tidak sesuai ekspektasi orang lain padahal belum tentu orang lain beranggapan seperti itu tentang dirinya. Dinda juga menyampaikan bahwa dia kerap sekali memantau *views* dari *Instastory* dan juga *likes* di foto *Instagram*nya. Akibatnya pun ketika *views* dan *likes*nya menurun Dinda akan merasa heran dan sedih sambil berfikir kenapa hal ini bisa terjadi.

Peneliti juga merasakan hal yang sama seperti Dinda. Ketika SMP saya mulai tertarik dengan dunia kecantikan, yaitu *makeup*. Terkadang hasil *makeup* tersebut akan saya posting di media sosial. Awalnya saya merasa percaya diri karena teman-teman mengagumi *skill* saya tetapi pada saat SMA kelas 1, muka saya mulai jerawat dan teman-teman pun mengatakan bahwa hal itu terjadi karena saya terlalu sering *bermakeup*. Tidak hanya sekali atau dua kali saya mendapatkan komentar tersebut. Saya pun mulai memposting foto di *Instagram* menggunakan efek untuk mempercantik wajah saya tetapi saya kembali mendapatkan komentar bahwa muka saya tidak terlihat natural.

Saya mulai membandingkan diri saya dengan salah satu teman sekolah yang saya ikuti di *Instagram*. Pengikutnya pada saat itu banyak sekali dan *like* tiap fotonya pun bisa mencapai 500an, sedangkan saya hanya mencapai 30 *like* saja. Pengikut saya pun tidak begitu banyak. Saya merasa *stress* dan menganggap

bahwa diri saya tidak cantik. Setelah masuk perguruan tinggi pun saya masih kesulitan untuk mengembalikan rasa percaya diri saya, bahkan saya jarang memposting muka saya di *Instagram*.

Perlu diketahui bahwa terdapat istilah *face/body shaming* dan bentuk dari *face/body shaming* ini terjadi setiap hari, baik itu di internet maupun di dunia nyata dan sangat mempengaruhi masyarakat khususnya perempuan. Jika di internet, *body shaming* dilakukan melalui media sosial dan salah satu media sosial tersebut adalah *Instagram* (Pricilia, 2018:2). Dampaknya pun sangat besar karena seseorang bisa kehilangan rasa percaya dirinya yang memunculkan pikiran bahwa dirinya tidak lebih baik dari orang lain. Begitu juga dengan *online feedback* yang bisa sangat berbahaya dibanding dengan komunikasi secara *face-to-face*. Pada akhirnya akan memutuskan untuk berhenti bermain *Instagram* dengan maksud untuk memulihkan dirinya.

Pada tahun 2017 Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna terbanyak dan 89% pengguna layanan *Instagram* berasal dari kalangan usia 18-34 tahun yang mengakses *Instagram* setidaknya seminggu sekali. Perempuan mendominasi dengan porsi 63%. Rata-rata pengguna *Instagram* memposting 150 foto dalam sebulan dengan lebih dari 80 juta foto dan video dibagikan secara global setiap harinya. Dapat dilihat dan menghasilkan 3,5 Miliar jumlah *like* per harinya (Putra, 2019:2). Bahkan kini bermunculan akun selebgram atau *influencer Instagram* yang menyajikan informasi-informasi mengenai kecantikan melalui *Instagram*. Semakin menambah gambaran bagaimana standar kecantikan di *Instagram*.

Gambar 1.2
Beauty vlogger yang memiliki followers mencapai 966k



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021

Media sosial biasanya memiliki tujuan untuk mendapatkan umpan balik yang positif dari satu orang ke orang lain melalui komentar dan tanda “like”. Banyak pengguna akun *Instagram* khususnya perempuan yang membagikan foto atau video dengan tema kecantikan. Perkembangan dunia digital saat ini membuat masyarakat terutama perempuan berharap bisa memamerkan kecantikannya di media sosial serta mendapatkan tanda “like” serta pujian. Penelitian yang dilakukan oleh *Pew Research Center* menyatakan bahwa perempuan lebih sering upload *selfie*/foto di jejaring sosial dibandingkan dengan laki-laki (Nguyen, 2014:2). Hal ini cenderung terjadi dikarenakan perempuan lebih memperhatikan penampilan fisiknya. Sehingga jika diperhatikan pada akun akun *Instagram* perempuan maka akan terdapat foto *selfie* di *Feed Instagram*nya dan juga mereka akan mengupload foto tersebut di *Instastory/Snapgram*.

Teori interaksi sosial berasal dari sebuah pemikiran realitas sosial yang memiliki proses cukup cepat untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan serta keadaan yang ada disekitarnya. Tiap individu melakukan interaksi melalui simbol dan simbol ini bersifat dinamis dan juga variatif. Individu merupakan pelaku aktif yang dimana konsep dirinya pun menjadi sangat penting dalam terjadinya sebuah interaksi. Perlu diketahui emosi, nilai, keyakinan, kebiasaan, kejadian masa lalu serta masa depan memiliki pengaruh dalam terbentuknya konsep diri. Arrianie (2008) dalam Laksmi (2017:124) mengatakan bahwa seorang individu tidak dapat memaknai suatu simbol jika tidak adanya individu lain yang membantunya berperan sebagai cerminan untuk dirinya sendiri. Maka dari itu pentingnya penilaian dari orang lain menjadi faktor tambahan untuk bisa seorang individu bertindak atau melakukan sesuatu. Berdasarkan konsep dasar teori interaksi simbolik menurut George Herbert Mead dalam Laksmi (2017:122) bahwa seseorang memerlukan bantuan orang lain dalam memahami ataupun menilai dirinya sendiri.

Fokus penelitian adalah perempuan di kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru adalah ibu kota terbesar di provinsi Riau, Indonesia. Penduduk kota Pekanbaru merupakan penduduk heterogen yang terdiri dari berbagai jenis suku, agama dan bahasa. Di kota Pekanbaru pun terdapat beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta yang dimana bisa memudahkan peneliti untuk menemukan informan yang tepat. Peneliti fokus kepada perempuan yang masih berstatus mahasiswa dan aktif menggunakan media sosial *Instagram*. Mahasiswa ini berumur 18-22 tahun dan pernah merasa tidak percaya diri akibat dari pandangan standar

kecantikan di media sosial *Instagram*. Mengingat bahwa konsep diri merupakan salah satu hal terpenting dalam diri seorang individu yang mendasari gambaran mengenai dirinya sendiri. Dalam Mahanani (2020:451) mengatakan jika seorang individu tidak memiliki konsep diri yang baik dan cenderung lebih terpengaruh pada hal negatif maka akan lebih beresiko untuk dirinya sendiri terlebih lagi hal ini berkaitan dengan *insecurity* dan kepercayaan dirinya.

Valkenburg, Peter dan Schoutten (2006) dalam Evelin (2020:28) mengatakan bahwa dengan adanya *like* dan komentar yang positif akan membuat seseorang bisa merasa bahwa dirinya didukung oleh orang lain dan bisa mengevaluasi dirinya serta meningkatkan harga dirinya secara positif. Sebaliknya, jika seseorang mendapatkan *feedback negative* seperti jumlah *like* yang sedikit dan komentar yang buruk justru akan menurunkan harga diri seseorang. Dampak tersebut akan merubah dirinya baik itu ke dalam hal yang positif atau negatif. Namun yang menjadi permasalahannya adalah banyak perempuan merasa dirugikan oleh standar kecantikan yang dipaparkan di media sosial. Beberapa perempuan merasa minder, kehilangan kepercayaan diri serta motivasi untuk menunjukkan kecantikannya. Karena tidak percaya diri dengan dirinya, perempuan akan berusaha untuk merubah dirinya sesuai dengan standar kecantikan yang terlihat di *Instagram*.

Santrock (2003) dalam Rahayu (2019:79) pada usia remaja merupakan masa perkembangan transisi antara masa anak-anak dan masa dewasa, sedangkan perempuan memiliki sifat yang lebih mudah sensitif. Di balik kesempurnaan dan kecantikan seorang perempuan, ternyata terdapat proses panjang dalam

menjalani serta memahami kehidupannya yang akan membentuk suatu konsep diri mereka. Dalam prosesnya hal ini mencakup memahami diri sendiri, terutama dalam proses hubungan dengan orang lain dan cara mereka memperlakukan dirinya, lingkungan di sekitarnya memiliki kedudukan yang sangat penting. Dari fenomena yang telah di paparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti fenomena tersebut dengan judul “Konsep Diri Perempuan Cantik di *Instagram*”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Kecendrungan seseorang akan terus menerus membandingkan diri dengan orang lain yang ada di *Instagram*.
2. *Online feedback* di media sosial *Instagram* bisa sangat berbahaya dibanding dengan *face-to-face* atau secara langsung.
3. Melakukan perawatan diri sampai melupakan kualitas yang ada di dalam dirinya.
4. Hilangnya rasa percaya diri dan motivasi perempuan akibat standar kecantikan di *Instagram*.

C. Fokus Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti membatasi fokus masalah penelitian ini, yaitu mengeksplorasi bagaimana konsep diri perempuan cantik di *Instagram*.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu bagaimana konsep diri perempuan cantik di *Instagram*?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep diri perempuan cantik di *Instagram*.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

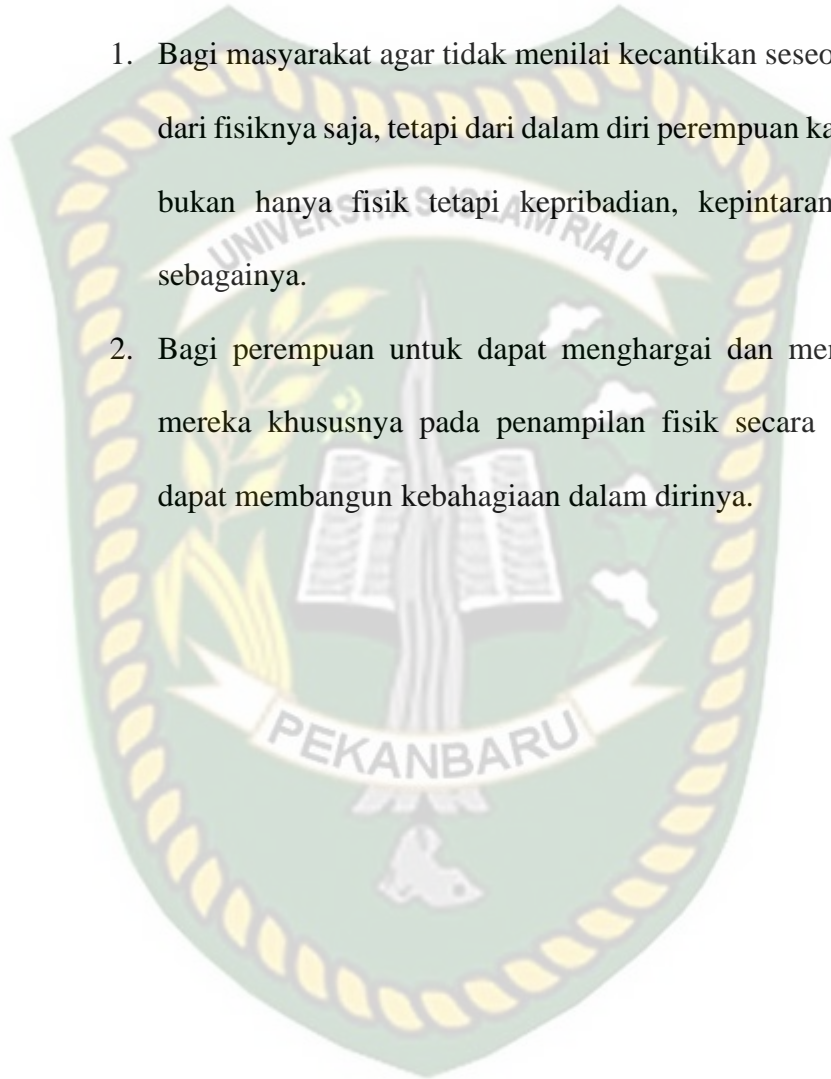
a. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil dari penelitian ini dapat memperkaya pengetahuan ilmu komunikasi khususnya pada bidang Teori Komunikasi Massa dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan di bidang penelitian sejenis atau sebagai bahan pengembangan apabila akan melakukan penelitian sejenis.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat bagi pihak terkait, antara lain:

1. Bagi masyarakat agar tidak menilai kecantikan seseorang hanya dari fisiknya saja, tetapi dari dalam diri perempuan karena cantik bukan hanya fisik tetapi kepribadian, kepintaran, dan lain sebagainya.
2. Bagi perempuan untuk dapat menghargai dan menerima diri mereka khususnya pada penampilan fisik secara positif dan dapat membangun kebahagiaan dalam dirinya.



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan sebuah tujuan untuk memengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang, baik secara lisan atau tidak langsung melalui media (Cangara, 2015:25). Menurut Laswell terdapat beberapa unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi seperti pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*), dan akibat/pengaruh (*effect*).

- a. Pengirim atau bisa disebut dengan komunikator (*source*) adalah pihak yang mengirimkan suatu pesan kepada pihak lain.
- b. Pesan (*message*) adalah isi dari sebuah informasi yang akan disampaikan dari satu pihak kepada pihak lainnya.
- c. Saluran/Media (*channel*) adalah sebuah media yang dimana sebuah pesan disampaikan kepada komunikan. Jika proses komunikasi dilakukan secara Interpersonal atau antar-pribadi maka saluran ini akan berupa udara yang mengalirkan getaran suara.
- d. Penerima (*receive*) atau komunikator adalah pihak yang menerima pesan dari pihak komunikan.
- e. Umpan Balik (*feedback*) adalah sebuah tanggapan dari sang komunikator atas informasi yang terimanya.

Tabel 2.1



Komunikasi antara individu juga dibahas dalam psikologi, yaitu bagaimana pesan dari seorang individu menjadi stimulus yang menimbulkan respon pada individu lainnya. Pada saat pesan tersebut sampai kepada komunikator, psikologi melihat ke dalam proses penerimaan pesan, menganalisis faktor-faktor personal yang mempengaruhinya, dan juga menjelaskan bagaimana corak individu ketika sendiri atau bersama dengan suatu kelompok (Jalaluddin, 2018:6).

Oleh karena itu, dalam keseharian manusia tidak akan pernah terpisah dari proses komunikasi. Interaksi antar individu menjadi suatu bagian terpenting untuk memahami pikiran orang lain atau diri individu itu sendiri.

a. **Komunikasi *Intrapersonal***

Komunikasi *Intrapersonal* atau komunikasi dengan diri sendiri (*Intrapersonal Communication*) merupakan suatu proses komunikasi yang terjadi dalam diri seorang individu (Cangara, 2007:30).

b. **Komunikasi *Interpersonal***

Komunikasi antar pribadi (*Interpersonal Communication*) merupakan suatu proses dalam penyampaian atau penerimaan pesan antara pengirim (*sender*) dan penerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung (Suranto, 2011:5). Littlejohn (2008) mengatakan bahwa ketika

seorang individu berkomunikasi maka dia tidak terlalu menyandarkan kemampuannya pada *neurophysiological* individu tetapi menghubungkannya dengan “*social rules*” dari komunikasi tersebut. Artinya setiap individu tetap memerlukan orang lain, dan dalam hal ini orang lain yang paling pertama dan paling dekat adalah personal lain, antarpribadi tetap menjadi hal yang paling utama (Liliweri, 2015:22). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi komunikasi *interpersonal*, salah satunya yaitu konsep diri. Konsep diri menjadi salah satu faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi *interpersonal*, dan suksesnya komunikasi *interpersonal* pun tergantung dari kualitas konsep diri seseorang, yaitu positif atau negatif. Setiap orang bertindak laku sebisa mungkin dan sesuai dengan konsep diri yang ada di dalam dirinya (Rakhmat, 2005:105).

2. Konsep Diri

a. Pengertian Konsep Diri

Menurut Hurlock, konsep diri merupakan gambaran seseorang mengenai dirinya sendiri baik itu secara fisik, psikologi, sosial, emosional, aspirasi dan prestasi yang dicapai oleh seorang individu. Konsep diri adalah pandangan individu mengenai siapa dirinyanya dan hal itu bisa diperoleh melalui informasi yang diberikan oleh orang lain kepada seorang individu. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh William, D.Brooks dalam Celine (2019:3) bahwa konsep diri merupakan suatu pandangan dan perasaan tentang diri seorang individu. Persepsi tentang diri ini boleh

bersifat psikologi, sosial dan fisik. Konsep diri ini bukan hanya sekedar gambaran deskriptif tetapi juga penilaian mengenai diri sendiri.

Teori cerminan diri yang ditemukan oleh Charles H. Cooley dalam Claudia (2016:5) mendefinisikan konsep cerminan diri sebagai imajinasi yang *definitive* mengenai bagaimana diri seseorang dengan gagasan yang ia sediakan muncul dalam pikiran tertentu dan semacam perasaan diri seseorang yang ditentukan oleh sikap hubungan pikiran dan perasaan dengan pemikiran atau pendapat orang lain. Cooley berpendapat bahwa konsep diri seseorang secara signifikan ditentukan oleh apa yang ia pikirkan tentang pikiran orang lain mengenai dirinya sendiri. Begitu juga dengan Rakhmat (2003:100) mengungkap bahwa konsep diri bukan hanya sekedar gambaran tetapi merupakan suatu bentuk penilaian seorang individu terhadap dirinya yang pada akhirnya akan memunculkan suatu perasaan dan pikiran dari individu tersebut. Pentingnya respon orang lain yang ditafsir secara subjektif sebagai sumber data mengenai dirinya dan diinternalisasikan sebagai milik individu yang informasinya berasal dari orang lain.

b. Sumber Informasi Konsep Diri

Menurut Calhoun dan Acocella dalam Zuraida (2018:93) mengatakan bahwa terdapat hal-hal yang dapat mempengaruhi dan membentuk konsep diri pada diri seseorang, yaitu:

1. Orang Tua

Orang tua menjadi kontak sosial yang paling pertama seorang individu alami dan banyak memiliki pengaruh dalam hidup. Informasi yang didengar dari orang tua akan lebih tertanam dibanding orang lain dan membantu sang anak untuk bisa menetapkan pengharapan serta mengajarkan bagaimana menilai dirinya sendiri.

2. Teman Sebaya

Teman sebaya menjadi kontak sosial kedua yang di alami oleh individu. Teman sebaya memiliki pengaruh pada pembentukan konsep diri individu karena terdapatnya suatu penerimaan ataupun penolakan pada kelompok teman sebaya kepada individu akan mempengaruhi konsep diri seseorang.

3. Masyarakat

Masyarakat juga menjadi kontak sosial yang dapat mempengaruhi konsep diri seseorang. Dalam masyarakat terdapat sebuah penilaian dan pengharapan kepada individu dalam bersosialisasi yang kemudian membentuk suatu konsep diri dan individu akan bertindak sesuai dengan harapan masyarakat.

4. Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan psikologis yang sifatnya relatif permanen karena dari belajar terjadi sesuatu dalam diri seseorang dan hal tersebut terjadi akibat dari sebuah pengalaman.

c. Aspek-Aspek Konsep Diri

Menurut Calhoun dan Acocella dalam Ghufron (2011:17) mengatakan bahwa terdapat tiga aspek-aspek konsep diri, yaitu:

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hal yang diketahui oleh individu terhadap dirinya, baik secara fisik, usia, jenis kelamin, suku, bangsa, pekerjaan, agama, dan lain sebagainya.

2. Harapan

Seorang individu mempunyai salah satu aspek yaitu harapan, dalam aspek ini ia dapat memiliki suatu pandangan atau harapan ingin menjadi apa dirinya di masa depan. Individu memiliki harapan untuk menjadi kepribadian yang lebih baik, ideal dan unik.

3. Penilaian

Seorang individu berperan menjadi penilai mengenai dirinya sendiri. Ini terkait dengan “Siapa saya?” dan “Seharusnya saya menjadi apa?”. Hasil dari evaluasi ini disebut dengan harga diri karena semakin

penilaian tersebut tidak memenuhi harapan dan standar dirinya, maka akan semakin rendah pula *self esteem*.

d. Jenis-Jenis Konsep Diri

Menurut Calhoun dan Acocella dalam Zuraida (2018:94) bahwa perkembangannya konsep diri terbagi menjadi 2 bagian yaitu:

a. Konsep Diri Positif

Konsep diri positif merupakan suatu penilaian terhadap dirinya dengan baik. Individu yang memiliki konsep diri yang positif akan dapat menerapkan realita tentang keadaan dirinya dan melakukan penilaian yang positif serta dapat menerima apa adanya tentang dirinya sendiri.

Terdapat lima hal yang dapat ditandai bahwa orang tersebut memiliki konsep diri positif, yaitu:

1. Percaya atas kemampuannya dalam mengatasi masalah yang dihadapi.
2. Merasa sama dengan orang lain
3. Percaya diri terhadap pujian yang diberikan
4. Menyadari bahwa perilaku dan sikap yang dimiliki tidak sepenuhnya disenangi oleh orang lain.
5. Dapat memperbaiki dirinya sendiri menjadi yang lebih baik.

b. Konsep Diri Negatif

Konsep diri negatif merupakan suatu penilaian buruk terhadap dirinya. Individu yang memiliki konsep diri yang negatif akan kecenderungan untuk tidak stabil dan tidak memiliki perasaan. Individu tidak mengetahui kelebihan dan kekuatan yang ia punya untuk lebih menghargai sesuatu dalam kehidupan.

Brooks dan Emmert dalam Zuraida (2018:94) mengatakan bahwa orang dengan konsep diri yang negatif ditandai dengan 5 hal, yaitu:

1. Mudah marah terhadap kritikan yang diberikan padanya.
2. Suka dipuji yang dapat menunjang harga dirinya sehingga menjadi pusat perhatian.
3. Suka mengeluh dan meremehkan orang lain. Tidak suka melihat kelebihan orang lain.
4. Merasa orang lain adalah musuhnya. Merasa dirinya tidak diperhatikan dan disenangi oleh orang lain.
5. Pesimis dalam kompetisi dan merasa tidak percaya diri jika berkompetisi dengan orang lain.

3. Perempuan Cantik

Kecantikan dianggap oleh beberapa masyarakat sebagai suatu hal yang relatif, artinya pandangan setiap orang berbeda beda perihal kecantikan seorang perempuan. Mirwanti dalam Rizkiyah & Apsari (2020: 134-135) mengatakan bahwa gambaran perempuan cantik dengan bentuk tubuh yang langsing diyakini oleh banyak perempuan sebagai kecantikan yang ideal. Padahal kecantikan itu berarti memiliki daya tarik yang bukan hanya dari indera penglihatan saja tetapi juga berhubungan dengan kecerdasan dan moral yang baik. Hal ini sesuai dengan Tambunan dalam Evita (2020:52) yang mengatakan bahwa kecantikan dianggap memiliki suatu hubungan yang sempurna antara objek, sikap, dan perilaku suka cita yang muncul di dalam diri perempuan.

Perempuan yang memiliki intelegensi yang baik, cerdas, berwawasan luas, kaya akan pengetahuan dan memiliki konsep diri yang positif akan dipandang lebih mengagumkan dan dapat menarik perhatian seseorang. Standar cantik pada media sosial *Instagram* memunculkan istilah *goals* seperti *skin goals* atau *body goals*. Dalam kamus Webster's (1995), arti *goals* adalah ketika seorang individu ingin mencoba melakukan sesuatu yang ingin dicapainya. Kini mulai bermunculan unggahan foto dari selebgram atau *beauty vlogger* yang memiliki jumlah *followers* yang banyak dan mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam menunjukkan bagaimana standar kecantikan atau gambaran ideal fisik seseorang (Rizkiyah & Apsari, 2020:135).

4. Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *phainomai* yang artinya “menampak”. Kata *Phainomenon* ini merujuk pada hal “yang nampak”. Menurut Kuswarno dalam Yadani (2017:4) bahwa fenomena adalah fakta yang disadari dan masuk kedalam pemahaman manusia. Fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia dan sejauh mana pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek.

Littlejohn dalam Yadani (2017:4) mengatakan bahwa fenomenologi membuat pengalaman nyata sebagai data pokok dari sebuah realitas. Fenomena mengacu pada kemunculan sebuah benda, peristiwa atau kondisi yang dilihat. Maka dari itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk memahami dunia melalui pengalaman langsung.

Schutz dan pemahaman kaum fenomenologi dalam Azhar (2016:3) beranggapan bahwa tugas utama dari analisis fenomenologi adalah merekonstruksikan atau membangun dunia kehidupan manusia sebenarnya dalam bentuk yang mereka alami sendiri. Realitas dunia itu bersifat intersubjektif yang artinya masyarakat berbagi persepsi dasar mengenai dunia yang mereka internalisasikan melalui sosialisasi dan memungkinkan untuk mereka melalui interaksi atau komunikasi.

B. Definisi Operasional

1. Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan yang ada di dalam diri seseorang dengan proses interaksi individu dengan orang lain, yang pada akhirnya akan mempengaruhi bagaimana perilakunya kedepan.

2. Perempuan Cantik

Perempuan cantik menurut pandangan diri dan orang lain memiliki karakteristik cantik seperti berkulit putih, hidung mancung, tinggi, langsing seperti yang terlihat di media sosial (*Instagram*).

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu, sebagai berikut:

Tabel 2.2

NO	PENELITI	JUDUL PENELITIAN	METODE PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
1.	Ovy Nita Christanti & Ardhie Raditya 2013	Kontruksi “Perempuan Cantik” di kalangan Siswi SMAN 1 Sooki Mojokerto	Metodologi Penelitian Kualitatif Deskriptif	Dalam penelitiannya menemukan bahwa kontruksi perempuan cantik yang perlihatkan oleh media nyatanya berbeda dengan pandangan siswi mengenai cantik. Media mengkontruksikan bahwa cantik itu harus putih, bersih, langsing, sexy, tinggi. Sedangkan siswi dalam mengkontruksikan cantik masih berlandaskan pada kebudayaan masyarakat jawa, yaitu sopan santun, bertutur kata halus dan lemah gemulai. Siswi menggambarkan cantik itu adalah perempuan yang

				memiliki <i>inner beauty</i> yang kuat. Tanpa harus melakukan perawatan untuk merubah bentuk tubuh atau fisik yang sudah diberikan oleh Allah SWT.
2.	Stefy Adelia Azhar 2016	Konsep Diri Wanita Model Fashion Show di pekanbaru	Metodologi Penelitian Kualitatif	Dimensi internal wanita model fashion show terdiri dari 3 yaitu diri identitas yang merupakan seorang model, lalu diri pelaku yang masuk dalam pergaulan bebas model atau pengaruh dari lingkungannya yg membuat perubahan drastis, terakhir diri penerima yang sadar dengan perbuatan yang tidak baik tetapi tidak bisa berubah karena tidak ingin kembali seperti dulu. Dimensi eksternal wanita model fashion show terdiri dari 5 yaitu, diri fisik yang selalu menjadi penampilan, diri etik moral yang tidak bersyukur dengan pemberian tuhan, diri pribadi yang selalu melakukan pencitraan, diri keluarga yang sangat dekat dengan keluarganya, dan yang terakhir diri sosial yang tidak sombong jika bertemu dengan orang yang dikenal.
3.	Iin Rizkiyah & Nurliana Cipta Apsari 2019	Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi Cantik di Masyarakat	Metodologi Penelitian Kualitatif	Strategi coping yang dilakukan oleh perempuan sebagai upaya pemenuhan standarisasi cantik ideal di lingkungannya. Terdapat 2 strategi coping yaitu mengatasi masalah kurang cantik dengan perawatan dan memodifikasi emosi dengan cara mengubah pemahaman tentang makna cantik.

Perbandingan dan persamaan:

Pada penelitian Ovy Nita Christanti & Ardhie Raditya (2013) memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti tentang perempuan cantik. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti Ovy Nita Christanti & Ardhie Raditya (2013) meneliti tentang konstruksi perempuan cantik di kalangan pelajar, sedangkan peneliti hanya mengenai konsep diri pada perempuan cantik di *Instagram*.

Pada penelitian Stefy Adelia Azhar (2016) memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti tentang konsep diri. sedangkan perbedaannya yaitu Stefy Adelia Azhar (2016) meneliti tentang konsep diri wanita model di Pekanbaru. Sementara peneliti mengenai perempuan cantik di *Instagram*.

Pada penelitian Iin Rizkiyah & Nurliana Cipta Apsari (2019) memiliki kesamaan yaitu sama-sama meneliti fenomena standarisasi cantik. Sedangkan perbedaannya yaitu peneliti Iin Rizkiyah & Nurliana Cipta Apsari (2019) meneliti tentang strategi coping perempuan terhadap standarisasi cantik di masyarakat, sedangkan peneliti mengenai konsep diri perempuan cantik di *Instagram*.

BAB 3

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman terhadap kenyataan sosial dari perspektif narasumber. Menurut Denzin dan Lincoln dalam Yadani (2017:6) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada. Al-Ghazaruty dalam Nilamsari (2017:1) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk mengungkap permasalahan dari segala aspek kehidupan seperti kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, masyarakat, kepemudaan, perempuan, olah raga, seni, budaya, dan lain sebagainya. Sehingga dapat dijadikan sebagai suatu kebijakan demi kesejahteraan.

Dalam penelitian ini juga menggunakan pendekatan Fenomenologi. Kuswarno dalam Yadani (2017:4) mengungkapkan fenomenologi memperlihatkan pengalaman langsung individu, sejauh mana pengalaman itu secara erat berhubungan dengan suatu topik. Rogers mengatakan bahwa seorang individu menilai setiap pengalamannya berkaitan dengan konsep diri. Menurut Sobur dalam Yadani (2017:5) bahwa seorang individu ingin bertindak dengan cara yang konsisten untuk citra dirinya, dengan maksud jika pengalaman dan perasaan itu tidak berjalan sesuai dengan keinginannya dan

tidak konsisten, maka hal ini dapat mengancam dirinya dan kesadaran dalam dirinya tidak akan bisa menerima itu semua.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang memberikan informasi tentang situasi dan kondisi dari latar penelitian. Peneliti mendeskripsikan subjek penelitian perempuan yakni orang yang mengalami secara langsung. Adapun subjek pada penelitian ini adalah remaja (18-22 tahun). Secara psikologis (Diananda, 2018:119) masa remaja merupakan masa dimana usia seorang individu mencari jati dirinya dan ingin mengekspresikan dirinya. Pada fase ini kita banyak melihat fenomena remaja yang duduk berjam-jam sambil memperhatikan dirinya didepan kaca untuk meyakinkan bahwa dirinya menarik.

Pemilihan untuk informan, peneliti menggunakan teknik *Linear Snowball Sampling*. Teknik ini merupakan teknik yang penentuan sampelnya bermula dari jumlah kecil, kemudian sample ini memilih teman-temannya untuk dijadikan sample sampai menemukan titik jenuh atau mendapatkan pola yang sama tiap sampelnya. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk bergerak secara linear dari satu informan ke informan lainnya (Bungin, 2013:108).

Gambar 3.1



Linear Snowball Sampling

Hal ini diibaratkan sebagai bola salju yang kecil kemudian digelindingkan yang lama kelamaan akan menjadi bola salju besar. Pertama, peneliti akan memilih 1-2 orang namun apabila informasi yang diberikan para informan masih kurang maka peneliti harus mencari beberapa orang lagi untuk bisa melengkapi informasi (Sugiyono, 2016:68). Dengan demikian, dilakukanlah teknik *Snowball Sampling* dengan tipe *Linear* ini dengan maksud untuk memudahkan peneliti menemukan informan yang tepat. Adapun kriteria dari informan (mahasiswi) pada penelitian ini, yaitu:

- a. Informan adalah mahasiswi di kota Pekanbaru

Kriteria mahasiswi:

1. Mengetahui atau mengikuti tren kecantikan seperti *makeup*, *skincare*, *style* berpakaian, dll.
2. Mahasiswa ini pernah merasa minder dan sering membandingkan dirinya dengan perempuan lain yang ada di *Instagram*.
3. Mahasiswa yang pernah mengikuti lomba atau kontes dikarenakan bagi mahasiswa ini dengan mengikuti beberapa kegiatan baik itu di dalam atau luar kampus diyakini bisa meningkatkan rasa kepercayaan diri.

- b. Informan adalah pengguna aktif *Instagram*. Pengguna aktif disini adalah mahasiswa aktif mengupload foto atau mengunggah hal menarik di *Instagram*, dan menyukai atau *like* suatu postingan di *Instagram*.
- c. Informan merupakan pengguna *Instagram* yang telah lebih dari 2 tahun dan sudah berpengalaman dalam mengeksplorasi semua fitur yang ada di *Instagram*.
- d. Informan cenderung terpengaruh dengan standar kecantikan yang ada di *Instagram*.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan peneliti melakukan wawancara ke beberapa informan yang berstatus mahasiswi dari berbagai Universitas Perguruan Tinggi di Kota Pekanbaru. Setelah melakukan wawancara, peneliti menemukan 4 informan yang cukup mumpuni dalam memberikan informasi yang peneliti butuhkan pada penelitian ini. Informan pertama bernama Dinda yang berkuliah di Universitas Riau. Kemudian informan kedua bernama Dewi yang berkuliah di Universitas Islam Riau. Informan ketiga bersama Metta yang berkuliah di Universitas Riau. Lalu informan keempat bernama Shania yang berkuliah di UIN Suska Riau.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sifat dari suatu keadaan seperti benda, orang, atau yang menjadi pusat perhatian dari penelitian. Sifat keadaan bisa berupa sifat, kuantitatif, dan kualitatif dimana hal itu bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan, sikap pro atau kontra, penilaian, rasa simpati, empati,

proses, dan keadaan batin. Objek dari penelitian ini adalah “Konsep Diri Perempuan Cantik di *Instagram*”.

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dilakukannya penelitian tersebut dan lokasinya berada di kota Pekanbaru.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah sebuah gambaran umum waktu pelaksanaan penelitian yang dimulai sejak dikeluarkannya izin penelitian.

Tabel 3.1

No.	Jenis Kegiatan	2020-2021					
		SEPT - DES	JAN- FEB	MAR	APR	MEI	JUN- JUL
1	Persiapan dan Penyusunan UP	x					
2	Seminar UP		x				
3	Revisi		x				
4	Penelitian Lapangan		x	x	x		
5	Pengelolaan Data dan Analisis Data				x	x	
6	Konsultasi Bimbingan				x	x	x
7	Ujian Skripsi						x
8	Revisi dan Pengesahan Skripsi						x
9	Penggandaan Serta Penyerahan Skripsi						x

D. Sumber Data

Sumber data adalah subjek yang berasal dari data penelitian itu diperoleh. Apabila peneliti menggunakan wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responan, yaitu orang yang merespon dan menjawab pertanyaan baik secara tertulis atau lisan. Berdasarkan sumbernya data terbagi menjadi:

1. Data Primer

Data primer merupakan suatu data yang diperoleh dari sumber data pertama yang ada dilapangan (Bungin, 2013:128). Pada penelitian ini data primer yang diperoleh langsung dari perempuan yang memiliki pengalaman langsung terhadap standar kecantikan di *Instagram* yang berdampak pada konsep diri yang ia terapkan. Peneliti melakukan wawancara secara mendalam untuk memperoleh keterangan tujuan penelitian dengan tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan yang akan diwawancarai. Tetapi karena telah terjadi pandemi Covid-19 maka peneliti melakukan wawancara secara *online*.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan suatu data yang diperoleh dalam bentuk berupa kata-kata, gambar, dan bukan berupa angka. Laporan penelitian ini berisikan kutipan-kutipan untuk memberikan gambaran untuk penyajian laporan tersebut. Data ini berasal dari naskah wawancara,

catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, memo dan sebagainya (Moleong, 2012 dalam Hakim,A. 2020:37).

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif ini yang akan menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti sebagai instrumen juga harus divalidasi seberapa jauh peneliti siap untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Validasi tersebut meliputi pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawancara terhadap bidang yang akan diteliti, dan kesiapan untuk memasuki obyek penelitian baik itu secara akademik atau logistikal. Sebagai seorang *human* instrumen, peneliti berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas dari data, analisis, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya tersebut.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2016:145) observasi merupakan suatu proses yang tersusun secara terproses yaitu dari proses biologis serta psikologis. Tujuan dari teknik ini untuk mengumpulkan data di lapangan dengan melihat dan mengamati secara cermat agar bisa mendapatkan data yang akurat dan nyata. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap aktivitas perempuan yang

berdampak langsung terhadap standar kecantikan yang ada di media sosial *Instagram*.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada subjek penelitian. Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2018:231) mengatakan bahwa teknik wawancara ini adalah keadaan dimana pertemuan 2 orang dengan tujuan untuk bertukar informasi melalui sesi tanya jawab. Sehingga dapat ditemukannya makna pada suatu topik.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan informasi terkait dengan subjek penelitian dengan menggunakan media. Untuk menunjang kegiatan lapangan seperti wawancara, peneliti menggunakan beberapa fasilitas seperti penggunaan *smartphone* untuk mendokumentasikan mereka, baik itu berupa audiovisual atau rekaman video.

F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pengujian validitas dan reliabilitas pada penelitian kualitatif disebut dengan pemeriksaan keabsahan data. Kriteria dari pemeriksaan keabsahan data meliputi kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), ketergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). Menurut Moleong (2001) dalam Hadi (2016:75) menyatakan bahwa dari keempat kriteria tersebut, pendekatan kualitatif memiliki 8 teknik pemeriksaan data, yaitu perpanjangan

keikut-sertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensi, kajian kasus negatif, pengecekan anggota dan uraian rinci

Untuk mendapatkan data yang relevan, maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan pada data hasil penelitian dengan menggunakan cara:

1. Perpanjangan Pengamatan

Peneliti akan tetap berada di lapangan penelitian sampai pengumpulan data tercapai. Perpanjangan pengamatan peneliti akan memungkinkan peningkatan dalam kepercayaan data yang akan dikumpulkan. Dengan dilakukannya perpanjangan, peneliti dapat mengecek kembali hasil dari data tersebut.

2. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat. Meningkatkan ketekunan diibaratkan mengecek soal-soal atau laporan yang telah dikerjakan, apakah terdapat kesalahan atau tidak. Dengan meningkatkan ketekunan tersebut, peneliti dapat melakukan pengecekan kembali, membaca berbagai referensi hasil penelitian, atau buku.

3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Penelitian ini menggunakan triangulasi metode dimana peneliti akan berusaha untuk mengecek keabsahan dari data atau hasil temuan penelitian. Menurut Bachri (2010) dalam Gunawan

(2013:2019), triangulasi memiliki dua strategi, yaitu pengecekan derajat kepercayaan pada penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data, kemudian pengecekan derajat kepercayaan dari beberapa sumber data dengan metode yang sama. Hal ini mencakup pada penggunaan beberapa metode kualitatif. Jika kesimpulan setiap metode hasilnya adalah sama, maka kebenarannya dapat ditetapkan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif analistik, yaitu mendeskripsikan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Data tersebut berasal dari naskah, wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan sebagainya. Kemudian dideskripsikan sehingga dapat memberikan kejelasan terhadap kenyataan atau realitas yang ada.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data fenomenologi. Terdapat empat tahapan teknik analisis yang digunakan oleh Moustakas (Sunarto, 2017:98).

1. Epoche

Sebuah langkah awal dalam menganalisis data yaitu dengan cara memisahkan data subjek dengan data-data yang sifatnya subjektif dari peneliti.

2. Reduksi Fenomenologi

Tahapan ini merupakan tahap dimana fenomena tidak hanya dilihat dari objek eksternal melainkan juga dari objek internal. Kualitas pengalaman dari subjek menjadi fokus pengamatan. Penulis akan mengamati dan mendeskripsikan.

3. Variasi Imajinatif

Tahapan ketiga ini adalah tahap yang menemukan makna struktural yang melatarbelakangi terjadinya makna tekstural. Struktur umum yang dimaksud yaitu perasaan dan pikiran subjek mengenai fenomena yang telah dialaminya, serta keterikatan fenomena tersebut dengan ruang, waktu, kepentingan, kausalitas, hubungan dengan diri dan orang lain juga menjadi suatu kajian yang harus dicermati peneliti.

4. Sintesis

Sintesis merupakan tahap perangkaian dari berbagai macam fenomena yang telah ditemukan pada tahap-tahap sebelumnya. Peneliti akan berusaha untuk merangkai semua temuan menjadi sebuah esensi dari pengalaman yang dikemukakan oleh subjek dan ditulis secara deskriptif.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Akses dan Profil Informan

Pada bab ini peneliti membahas tentang hasil dari penelitian mengenai konsep diri perempuan cantik di *Instagram* yang dimana pengalaman yang telah dialami oleh informan membentuk suatu pandangan dan sikap terhadap dirinya sendiri. Hal ini berkaitan dengan fisik, psikis dan juga sosial dari individu tersebut.

Hasil dari penelitian ini diperoleh dari teknik wawancara yang dilakukan secara mendalam dan observasi terhadap akun *Instagram* dari informan. Fokus dari penelitian ini terdapat pada konsep diri perempuan yang pernah mengalami *body/face shaming* dan berdampak pada kepercayaan dirinya. Hal ini bisa terjadi akibat dari adanya anggapan bahwa perempuan cantik adalah perempuan yang sempurna secara fisik atau disebut dengan standar kecantikan. Informan ini ialah perempuan yang berusia 18-22 tahun dan berstatus seorang mahasiswi di sebuah Universitas Perguruan Tinggi Negeri dan Swasta di Pekanbaru.

Wawancara dan observasi dilaksanakan terhitung mulai dari tanggal 7 Maret 2021 hingga 18 April 2021. Melihat dari kondisi negara yang kini tengah dilanda Covid-19, peneliti melakukan wawancara secara online melalui *Zoom Meeting* dan juga *VideoCall Whatsapp*.

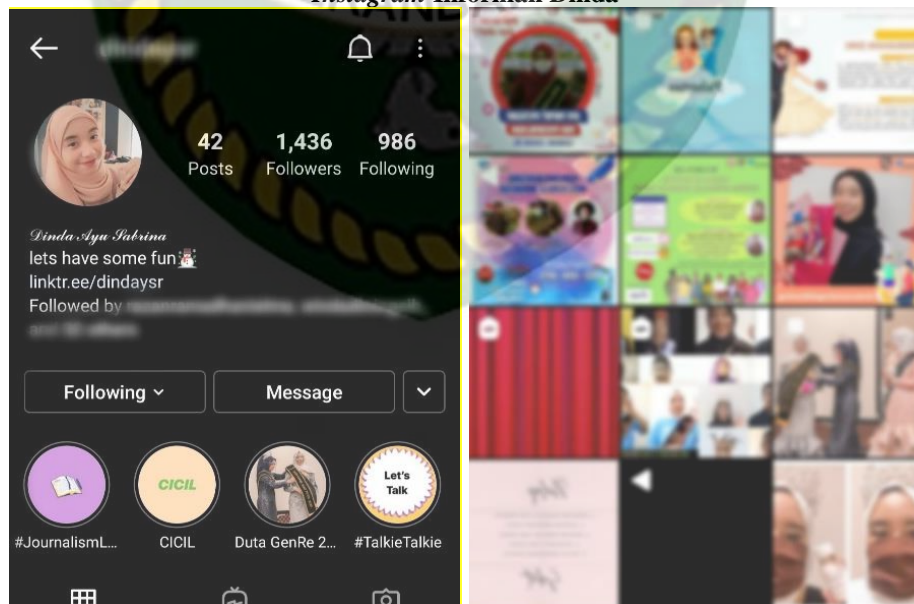
Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi untuk menggali dan juga menemukan pengalaman hidup dari informan terhadap hidup dan dirinya. Maka dari pengalaman hidup itulah yang akan membentuk suatu konsep diri pada informan. Untuk tahap analisis, peneliti telah menyiapkan daftar-daftar pertanyaan sebagai pedoman ketika wawancara dengan informan, serta pengumpulan data dan analisis data pun dilakukan oleh peneliti sendiri. Berikut profil informan yang peneliti wawancara.

1. Profil Informan

a. Informan 1

Nama Lengkap : Dinda Ayu Sabrina
 Nama Panggilan : Dinda
 Usia : 21 tahun
 Universitas : Universitas Riau
 Jurusan : Hubungan Internasional

Gambar 4.1
 Instagram Informan Dinda

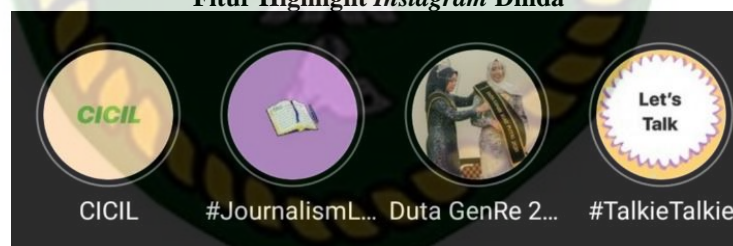


Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Dinda mulai menggunakan *Instagram* dari tahun 2014 dan sampai sekarang pun masih aktif menggunakan *Instagram*. Dalam waktu seminggu Dinda pasti akan mengupdate status di *Instastory*-nya, entah itu mengenai kegiatan sehari-harinya atau memposting *selfie*. Pengikut di akun *Instagram* dinda pun terbilang cukup banyak, yaitu sekitar 1.436 *followers* dan 986 *following*.

Dalam kehidupan perkuliahannya saat ini Dinda cukup aktif mengikuti berbagai kegiatan di dalam kampus maupun di luar kampus. Banyak sekali kegiatan dan kompetisi yang Dinda ikuti, salah satu kegiatan publik yang akhirnya ini telah ia ikuti adalah Duta Genre Riau. Bukan hanya itu saja Dinda juga aktif dalam kegiatan *volunteer*. Setiap kegiatannya itu pasti akan ia posting pada *Feed Instagram* dan ia masukan pada fitur *Highlight* agar moment itu tetap terlihat oleh *followersnya*.

Gambar 4.2
Fitur *Highlight Instagram* Dinda

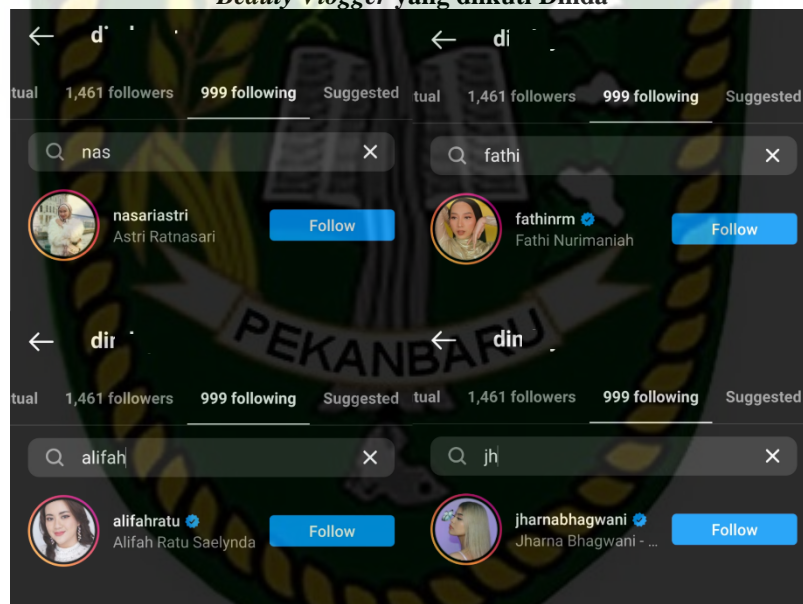


Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Peneliti mengamati bahwa informan ini selalu berinteraksi dengan followers melalui fitur QnA yang ia lakukan di *Instastory* dan QnA ini akan informan masukan pada fitur "*Highlight*" yang berjudul #TalkieTalkie. Karena informan merupakan teman peneliti dari SMA maka peneliti bisa mengamati bahwa informan telah berubah menjadi kepribadian yang lebih baik dan percaya diri.

Pada akun *Instagram*nya pun Dinda terlihat mengikuti beberapa *beauty vlogger*, seperti Nanda Arsyinta (@nandaarsynt), Astri Ratnasari (@nasariastri), Alifah Ratu (@alifahratu), Fathi Nurimaniah (@fathinrm), dll. Alasan ia mengikuti *beauty vlogger* ini karena ketertarikannya terhadap dunia kecantikan. Dinda mulai tertarik pada dunia kecantikan ketika ia mulai masuk kuliah. Ia memperhatikan bahwa teman disekitarnya mulai menggunakan makeup dan juga rutin menggunakan *skincare*.

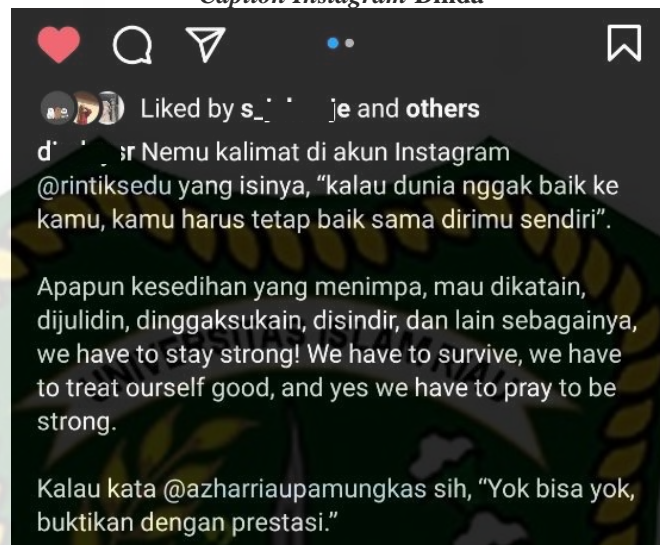
Gambar 4.3
Beauty Vlogger yang diikuti Dinda



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Hal ini dilakukan oleh kebanyakan perempuan untuk membuat dirinya terlihat cantik dan juga percaya diri. Dinda pun mulai belajar bermakeup tetapi yang namanya belajar pasti ada saja komentar orang yang mencoba untuk menjatuhkan kepercayaan dirinya. Meski begitu, dinda tetap melakukan hobi yang ia sukai dan terus mencintai dirinya sembari melakukan intropeksi diri untuk kehidupan yang lebih baik.

Gambar 4.4
Caption Instagram Dinda



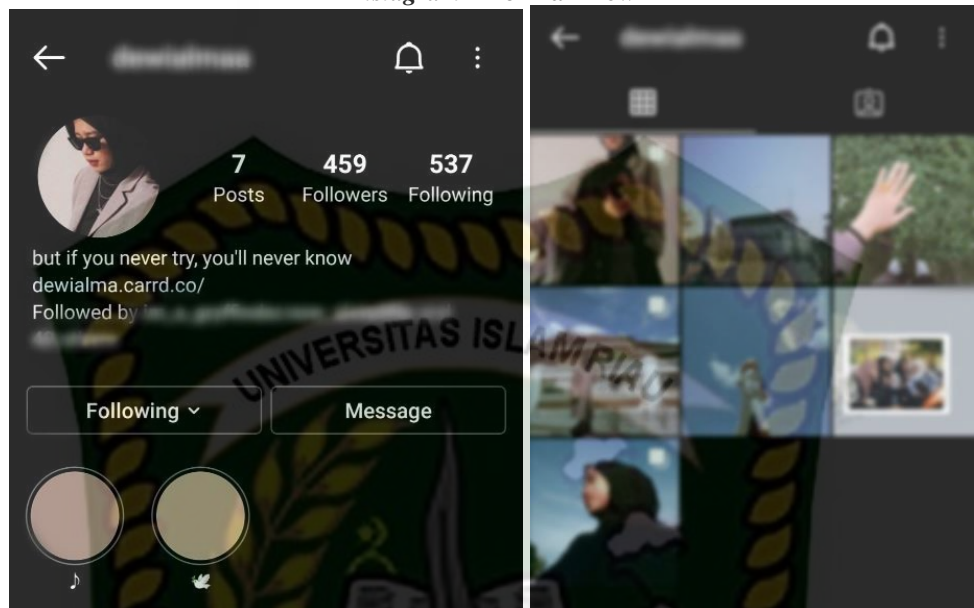
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021

Kini informan sudah menemukan motivasi untuk dirinya sehingga pada akhirnya informan bisa mengikuti salah satu kompetisi bergengsi di Riau yaitu Duta Genre Riau. Moment ini juga ada di *Instagram* informan dan di *Instagram* itu informan menulis sebuah caption pada tanggal 22 Januari 2021 “Apapun kesedihan yang menimpa, mau dikatakan, dijulidin, digaksukain, disindir dan lain sebagainya, “*we have to stay strong*”. Terlihat bahwa informan adalah perempuan cantik yang memiliki segudang ilmu serta prestasi dan hal itu terlihat di media sosial *Instagram*.

b. Informan 2

Nama Lengkap : Dewi Esti Almawati
 Nama Panggilan : Dewi
 Usia : 21 tahun
 Universitas : Universitas Islam Riau
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

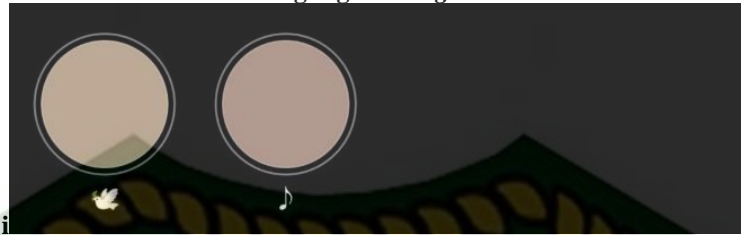
Gambar 4.5
Instagram Informan Dewi



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Dewi mulai menggunakan *Instagram* pada tahun 2014 tetapi ia sempat lupa dengan password *Instagram*-nya dan membuat akun baru pada tahun 2015 dan sampai sekarang pun aktif bermain *Instagram*. Pengikut di akunnya sekitar 459 *followers* dan 537 *following*. Pada *Instagram* ini dewi mengatur feednya sedemikian rupa atau anak milenial sekarang bilang “*Aesthetic*”. Sama seperti informan sebelumnya, Dewi sering sekali memposting di *Instastory*-nya dan yang ia posting sering kali berupa rekomendasi lagu yang sedang ia sukai, kegiatan seminar yang ia ikuti dan juga memposting selfienya di *Instastory*. Terdapat juga 2 moment di fitur highlight dewi yang berisikan rekomendasi lagu dan juga moment bersama teman-temannya.

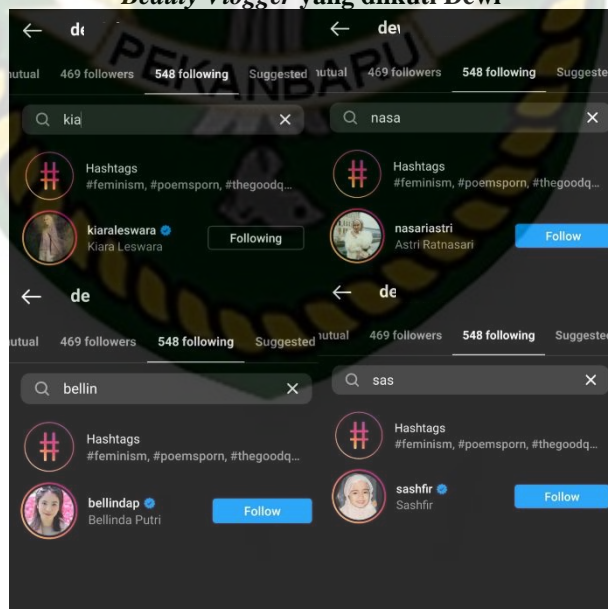
Gambar 4.6
Fitur Highlight Instagram Dew



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Akhir-akhir ini dewi sangat tertarik dengan dunia fotografi dan maka dari itu foto di *Instagram*nya pun terkesan artistik dan bagus. Ia sangat paham sekali terhadap sudut-sudut wajah yang terlihat bagus untuk di foto. Selain ketertarikannya dengan fotografi, dewi juga tertarik dengan *makeup* dan juga *skincare*. Pada akun ini ia mengikuti beberapa *beauty vlogger* dan salah satu *vlogger* yang informan sukai adalah Kiara Leswara (@kiaraleswara).

Gambar 4.7
Beauty Vlogger yang diikuti Dewi



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

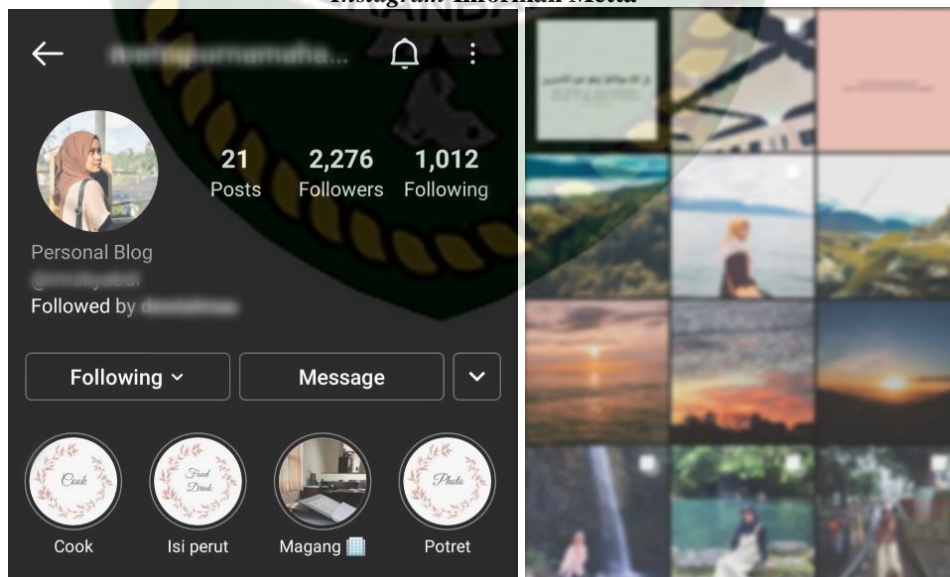
Dewi mulai belajar makeup ketika kuliah semester 2. Pada saat itu ia juga melihat teman perempuannya mulai menggunakan pensil alis dan juga menggunakan lipstick. Dewi sempat merasa tidak percaya diri untuk

memposting foto mukanya di *Instagram*. Hal ini dikarenakan ia memiliki jerawat dan bekas yang susah hilang. Bukan hanya itu saja tetapi ia kerap sekali menerima komentar *Body Shaming* karena tubuhnya yang kecil. Akibat dari kejadian ini Dewi pernah menghapus seluruh foto di *Instagramnya* karena merasa dirinya tidak cantik seperti perempuan-perempuan yang lain. Namun pada akhirnya dewi sadar bahwa mendengarkan perkataan buruk dari orang lain itu tidaklah baik untuk dirinya. Justru perkataan tersebut harus dijadikannya sebuah motivasi untuk bisa percaya pada diri sendiri.

c. Informan 3

Nama Lengkap : Metta Purnama Hayati
 Nama Panggilan : Metta
 Usia : 20 tahun
 Universitas : Universitas Riau
 Jurusan :D3 Perpajakan

Gambar 4.8
Instagram Informan Metta



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Metta mulai menggunakan *Instagram* pada tahun 2012 dan pengikut di akun *Instagramnya* mencapai sekitar 2.276 *followers* dan 1.012 *following*. Pada akun

ini metta sangat aktif dalam memposting *Instastory* seperti kegiatannya sehari-hari dan juga *selfie*. Terlihat juga beberapa *moment* yang ada di fitur *Highlight*nya metta yang berisikan kutipan-kutipan motivasi, resep masakan dan juga kegiatan magangnya. Bukan hanya di *Highlight* saja tetapi posting kutipan motivasi tersebut juga ada di *Feed Instagram*nya.

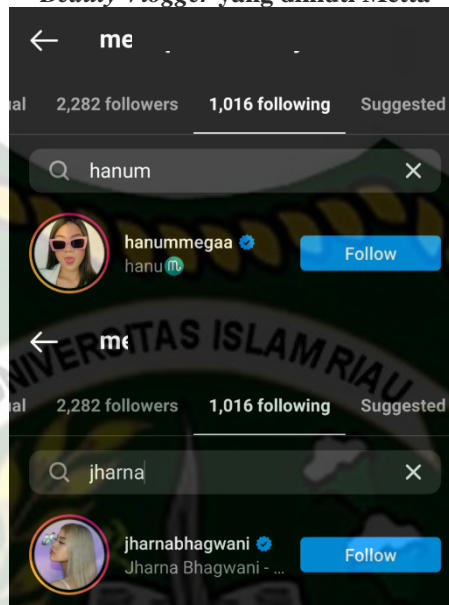
Gambar 4.9
Fitur *Highlight Instagram* Metta



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Metta juga suka sekali mencari informasi mengenai kecantikan seperti video-video tutorial makeup. Di *Instagram* ini metta mengikuti beberapa *beauty vlogger* juga seperti Jharna Bhagwani (@jharnabhagwani), Hanum Mega (@hanummegaa) dan juga Metta sering melihat video-video kecantikan dari akun *Instagram* @tasyafarasya dan @suhaysalim. Metta mulai menyukai dunia kecantikan karena seorang *beauty vlogger* yang bernama Suhay Salim yang selalu memberikan informasi-informasi seputar produk *makeup* dan juga *skincare*.

Gambar 4.10
Beauty Vlogger yang diikuti Metta



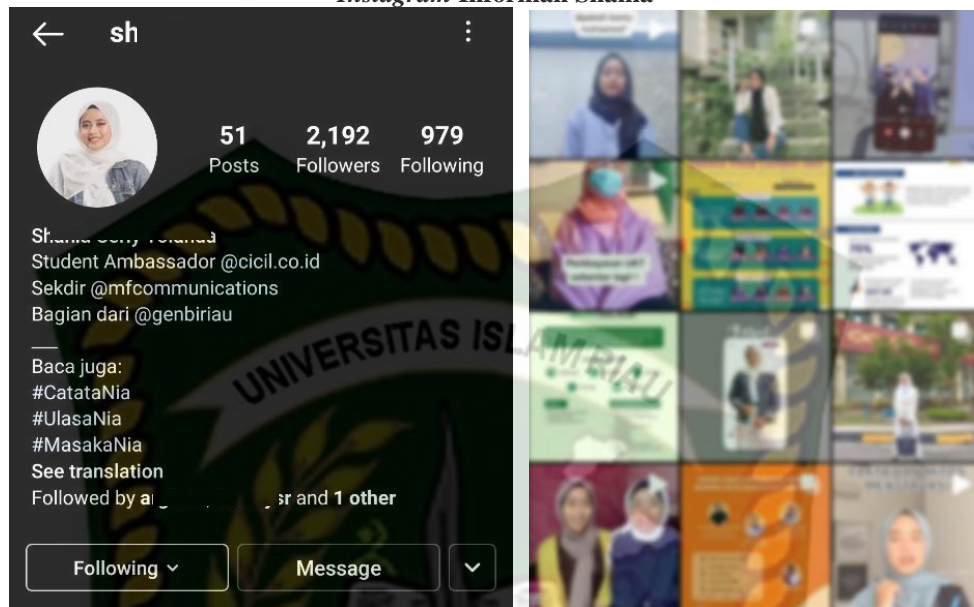
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

d. Informan 4

Nama Lengkap : Shania Cerly Yolanda
 Nama Panggilan : Shania
 Usia : 20 Tahun
 Universitas : UIN SUSKA RIAU
 Jurusan : Ilmu Komunikasi

Shania mulai menggunakan *Instagram* pada tahun 2015. Shania merupakan salah satu *Student Ambassador* dari @cicil.co.id. Pengikut di akun *Instagram* Shania mencapai 2.133 *followers* dan 1.020 *following*. Pada bio *Instagramnya* terdapat beberapa *hashtag* yang akan menuntun *followersnya* pada beberapa postingan Shania seperti #catatania, #ulasania, dan #masakania.

Gambar 4.11
Instagram Informan Shania



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Hal ini dikarenakan karena Shania aktif mengikuti kegiatan menulis. Selain itu Shania juga aktif dalam berbagai kegiatan publik seperti kegiatan GenbiRiau (Generasi Baru Indonesia Riau). Kegiatan ini bisa *followersnya* lihat pada postingan di *Feed Instagramnya*. Beberapa bulan ini ternyata informan tengah melakukan *volunteer* di *mfcommunication* dan ia kerap sekali membagikan *moment* kegiatannya di *Instastory* dan ia posting di *Feed Instagramnya*.

Gambar 4.12
Fitur Highlight Instagram Shania

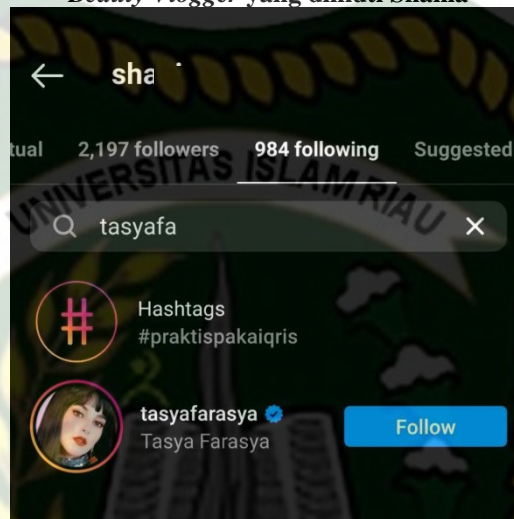


Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

Shania kerap juga mencari informasi-informasi di *Instagram* yang bisa menunjang kemampuan atau *skill* yang ada di dalam dirinya. Informasi ini bisa

berupa kegiatan kampus, beasiswa, atau informasi kecantikan. Ia juga mengikuti beberapa *beauty vlogger* seperti Tasya Farasya (@tasyafarasya).

Gambar 4.13
Beauty Vlogger yang diikuti Shania



Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2021

B. Hasil Penelitian

Dalam bab ini peneliti menjelaskan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh tentang konsep diri perempuan cantik di *Instagram*. Untuk memperoleh hasil dari penelitian ini mengacu pada rumusan masalah yaitu konsep diri dengan berpedoman pada aspek-aspek konsep diri yaitu Pengetahuan, Harapan dan Penilaian. Kemudian dari aspek tersebut akan menjawab rumusan masalah mengenai konsep diri. Dalam penelitian digunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan dokumentasi. Dikarenakan telah terjadinya pandemi Covid-19 maka wawancara dilakukan secara online dan dokumentasi berupa rekaman suara, *screen recording* dan *screenshot*. Sedangkan untuk observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas informan di media sosial *Instagram*. Informan-informan ini berasal dari Kota Pekanbaru dan berstatus

mahasiswi yang sedang melakukan studi di salah satu Perguruan Tinggi Negri dan Swasta. Hasil wawancara ini diperoleh melalui data-data penelitian dari tanya jawab antar peneliti dengan para informan. Data-data ini kemudian akan peneliti rangkai dan ditulis secara deskriptif.

1. Pengetahuan

Aspek pengetahuan ini mengacu pada hal-hal yang individu ketahui mengenai dirinya. baik secara fisik, usia, jenis kelamin, kebangsaan, agama, suku, pekerjaan, dan sebagainya. Hal ini merujuk pada pembahasan mengenai standar kecantikan di *Instagram*. Maka peneliti akan menanyakan hal-hal yang diketahui oleh individu mengenai dirinya yang menggunakan *Instagram* dan standar kecantikan.

“Aku main *Instagram* itu dari kelas 3 smp di tahun 2014. Jadi udah 7 tahunan. Kalau dalam sehari main *Instagram* gak lama-lama banget sih tapi hp tetep jadi aplikasi yang paling sering dibuka. Kalau di *Instagram* lebih suka nyari yang lebih ke hobi aku sih, misalnya nyari2 tentang kecantikan kayak makeup, skincare, fashion. Ada juga cari kayak informasi lomba-lomba. seiring berkembangnya zaman kan tren itu terus berubah ya, kaya tahun 80an cantik itu rambutnya ngembang dan ikal. Tahun 90an musimnya pakai denim. kalau di tahun sekarang ini musim bgt orang pakai lipstick ombre kayak cewek-cewek korea, kalau gak ombre gak cantik makeupnya. Jadi menurutku kalau mau dibilang cantik ya harus ngikutin tren yang ada. Karena standar kecantikan sekarang itu menuntut perempuan untuk mengikuti tren. Kalau gak, ya dibilang ketinggalan zaman.”

Pernyataan di atas hampir sama dengan yang dikatakan oleh informan kedua yaitu Dewi, di dalam wawancara sebagai berikut :

“Aku mulai gunain *Instagram* itu dari tahun 2014 tapi karna lupa password akhirnya buat lagi di tahun 2015. Hampir setiap hari buka *Instagram* tapi gak sampai berjam-jam. Akhir-akhir ini lagi suka liat konten-konten makeup di akun *Instagram beauty vlogger* Kiara Leswara (@kiaraleswara). Menurutku standar kecantikan di *Instagram* harus keliatan sempurna, maksudnya tu harus

cantik, harus berkulit putih, langsing, dan yang terpenting gak punya jerawat biar hasil fotonya bagus dan banyak yang ngelike.”

Masih berkaitan dengan pertanyaan yang sama, peneliti juga menanyakan pada informan keempat yaitu Metta di dalam wawancara berikut :

“Awal mulanya Metta main *Instagram* itu tahun 2012 kak pas kelas 2 smp. Lumayan sering sih kak apalagi sekarang lagi pandemi covid kan malah jadi tiap hari buka *Instagram*nya. Iya kak yang paling sering dicari itu video-video *makeup* sama *review skincare* dari *beauty vlogger* Tasya Farasya (@tasyafarasya) dan Suhay Salim (@suhaysalim). Gak munafik sih kak karna standar kecantikan di sosmed apalagi *Instagram* itu memperlihatkan perempuan-perempuan yang *good looking*. Kalau gak *good looking* pasti ada aja orang yang memandang sebelah mata.”

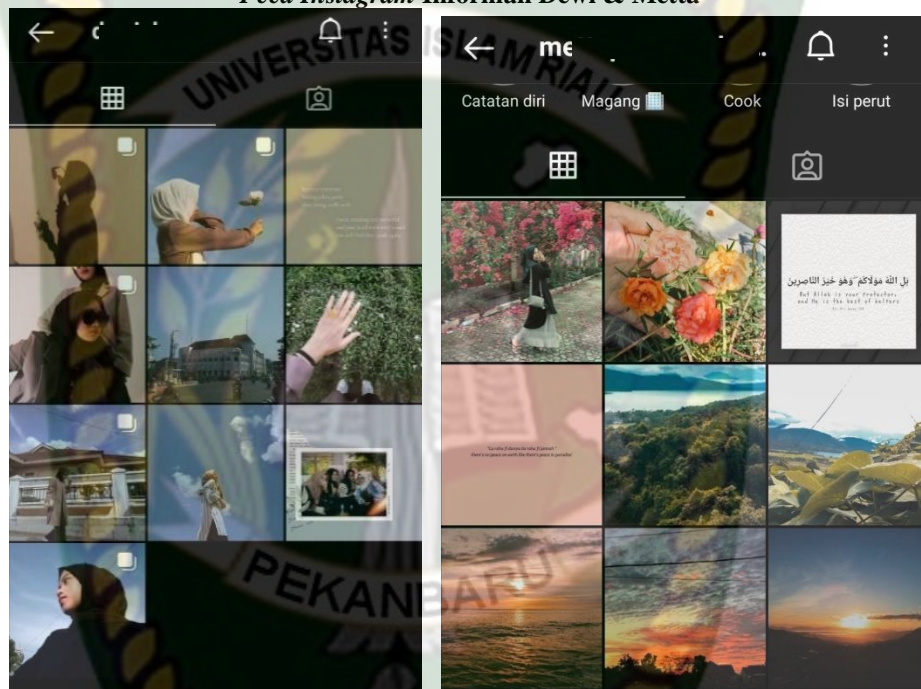
Kemudian peneliti juga menanyakan hal yang sama kepada informan keempat yang bernama Shania. Berbeda dengan pernyataan diatas, Shania lebih sering mencari informasi untuk *self development*. Berikut jawabannya pada saat wawancara :

“Saya menggunakan media sosial *Instagram* sejak tahun 2015. Sangat tertarik karena menurut saya ini adalah media sosial yang asik. Jadi tiap hari selalu dibuka meski hanya *scroll timeline* saja. Informasi yang sering dicari pun seputar beasiswa, karir, tentang tips&trik perkuliahan, dan pengetahuan lainnya seperti kecantikan. Di *Instagram* pun saya mengikuti salah satu *beauty vlogger* yang bernama Tasya Farasya (@tasyafarasya). Menurut saya standar kecantikan sekarang itu terlalu berpatok pada kulit putih yang bisa dilihat dari filter di *Instagram* rata-rata membuat si pengguna akun terlihat lebih putih.”

Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada para informan ini, peneliti mengetahui bahwa waktu para informan mulai menggunakan *Instagram* berbeda-beda. Informasi yang dicari oleh informan kebanyakan mengenai kecantikan dan pengetahuan untuk menunjang kualitas yang ada di dalam dirinya. Peneliti juga mengetahui bahwa berkaitan dengan aspek pengetahuan para informan mengenai fenomena standar kecantikan

cukup baik. Informan Dewi dan Metta mengetahui bahwa di *Instagram* para perempuan harus menunjukkan sisi yang bagus di setiap foto yang diupload seperti muka yang putih, mulus, bebas jerawat serta bekasnya agar hasil fotonya terlihat baik dan tidak mendapatkan *feedback* yang negatif.

Gambar 4.14
Feed Instagram Informan Dewi & Metta



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021

Jika *feedback* yang diberikan itu negatif maka para informan akan murung dan tidak percaya diri. Sedangkan dua informan lainnya seperti Dinda dan Shania mengetahui bahwa standar kecantikan yang diperlihatkan di *Instagram* kini adalah *perfect, good looking*, dan mengikuti tren. Jika tidak mengikuti tren maka disangka ketinggalan zaman dan jika tidak *good looking* akan mendapatkan perlakuan dan *feedback* yang berbeda.

2. Harapan

Aspek harapan mengacu pada pandangan individu tentang kemungkinan dirinya akan menjadi seperti apa di masa depan. Individu memiliki harapan untuk dirinya menjadi kepribadian yang lebih baik dan ideal. Tiap individu pasti memiliki konteks idealnya masing-masing. Hal ini berkaitan dengan dampak dari fenomena standar kecantikan yang ia alami. Karena individu merupakan mahasiswi tentunya peneliti akan bertanya mengenai harapan kedepannya setelah individu lulus kuliah dan harapan mengenai standar kecantikan di *Instagram*.

“Harapan setelah lulus kuliah pengen buka bisnis, jadi *entrepreneur*, dan mungkin jadi *influencer* yang bisa memberikan hal-hal positif untuk orang disekitarku dan masyarakat luas khususnya perempuan yang masih suka *insecure*. Untuk standar kecantikan di *Instagram* jangan terlalu berpatok pada mukanya harus putih, harus langsing, fotonya harus bagus bla bla bla. Karena semua perempuan itu cantik dan memiliki keunikannya masing-masing. Pola pikirku pun berubah bahwa cantik itu gak harus terlihat sempurna. Kita cantik dengan cara mencintai diri kita sendiri dan lebih bisa menghargai diri kita.”

Peneliti pun menanyakan hal yang sama dengan informan Dewi. Pada wawancara ini Dewi menyampaikan sebagai berikut :

“Target setelah lulus kuliah ya kerja. Mungkin nanti mau coba CPNS, mana tau rezekinya ada disana, kalau gak lolos ya bisa dicoba lagi dan mengeksplor hal lain juga. Harapannya ya semoga aku bisa tetap konsisten untuk percaya diri kayak sekarang ini. Kalau posting foto di *Instagram* pun aku udah gak terlalu mikirin aku oke gitu di pandangan orang yang liat postinganku. Kalau aku cantik, aku nyaman dan percaya diri ya aku bakal posting. Kaya kata temenku sih ‘gue cantik, gue pede’. Jangan lagi jadiin standar kecantikan orang lain di *Instagram* sebagai patokan tapi buatlah standar cantik untuk diri sendiri yang bisa membuat kita termotivasi untuk menjadi lebih baik lagi.”

Pernyataan diatas juga peneliti tanyakan dengan informan keempat yaitu

Metta, yang mengatakan bahwa :

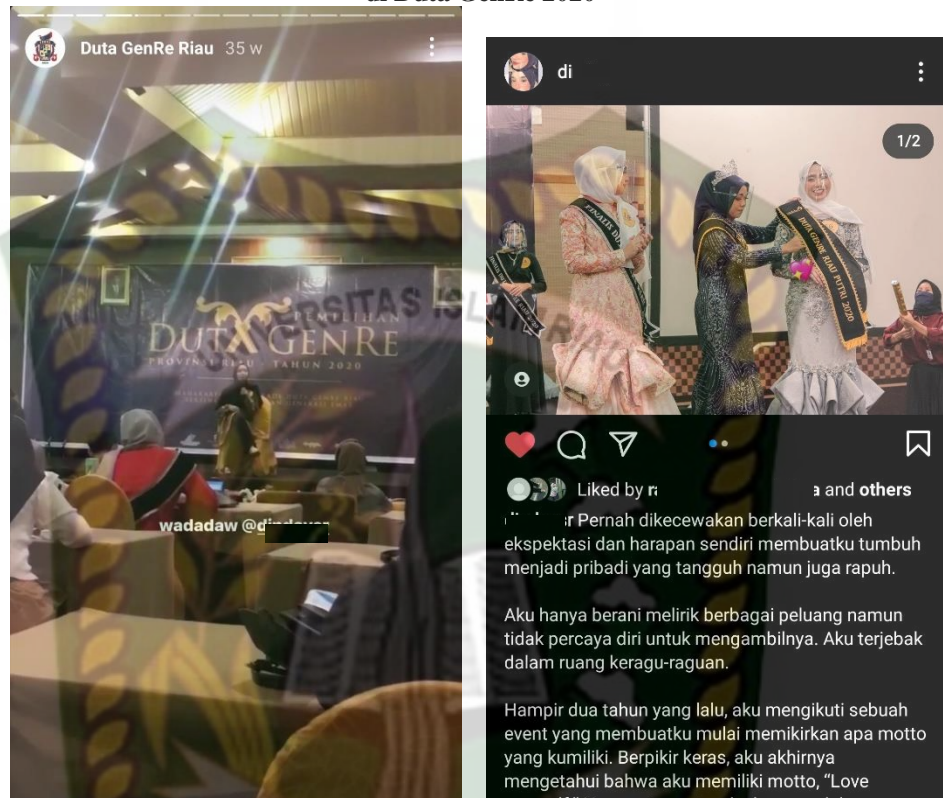
“Harapannya setelah lulus d3 mau lanjut s1 tapi karna mikir papa pensiun jadi mungkin tunda dulu buat lanjut kuliahnya. Mau nyari kerja dan ingin menambah *skill* juga. Pokoknya standar kecantikan ini janganlah hanya berpatok pada wajah yang cantik rupawan apalagi di *Instagram*. Kita gak bisa hanya menilai seseorang dari fotonya saja apalagi sampai berfikir “halah cantik doang di foto tapi aslinya gak.” Jauhkan pikiran yang seperti itu dan juga untuk perempuan yang mendapatkan komentar seperti itu jangan dengerin omongan jelek orang. Percaya dengan kualitas diri yang kita punya.”

Kemudian peneliti juga bertanya mengenai hal yang sama pada informan terakhir yaitu Shania yang mengatakan pada saat wawancara sebagai berikut :

“Harapan setelah kuliah ya semoga dapet kerjaan dan semoga bisa berkarir dibidang *digital marketing* atau *public relation* sih yang bisa menjadi tempat belajar baru gitu. Semoga semakin banyak orang yang bisa menghargai orang lain yang gak mandang fisik dan kalau misalnya ada permasalahan kulit kayak jerawat gak dihina gitu kayak “iih kok jerawat sih di foto ini?” “iih mukanya kok gini padahal di foto bagus”. Karena mungkin mereka lagi berjuang juga jadi jangan sampe ada stigma-stigma kayak menjustifikasi orang lain.”

Berkaitan dengan harapan, peneliti mengetahui bahwa keempat informan ini memiliki harapan yang baik untuk kedepannya. Seperti informan yang bernama Dinda, ia berharap bahwa dirinya bisa memberikan hal-hal positif untuk orang disekitarnya dan masyarakat luas khususnya perempuan yang masih kesulitan untuk membangkitkan rasa percaya dirinya. Pola pikirnya pun berubah bahwa cantik itu gak harus terlihat sempurna. Perempuan itu cantik dengan cara mencintai dan menghargai diri sendiri.

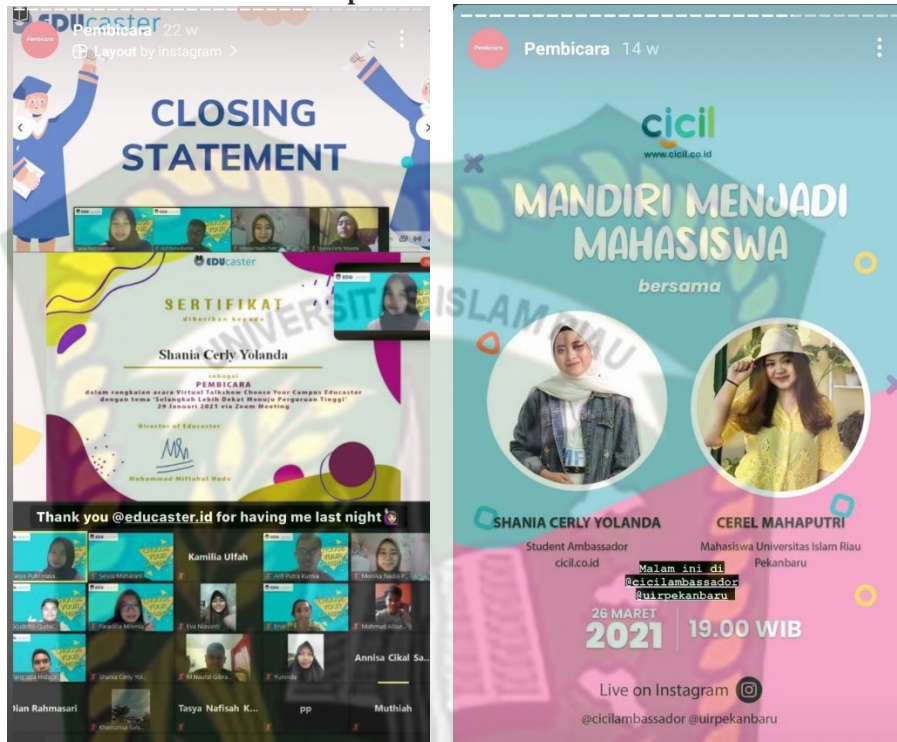
Gambar 4.15
Informan Dinda berkompetisi
di Duta GenRe 2020



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021

Begitu juga dengan informan kedua yaitu Dewi juga berharap semoga dirinya tetap bisa konsisten percaya diri seperti saat ini. Kemudian Informan Shania juga mengungkapkan bahwa setiap perempuan memiliki kelebihan dan keunikannya masing-masing. Jangan karena adanya standar kecantikan sekarang menjadi seorang individu yang berkecil hati. Informan Shania juga berharap bahwa jangan sampai ada stigma menjustifikasi orang lain.

Gambar 4.16
Informan Shania ketika menjadi
pembahas Webinar



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021

3. Penilaian

Berdasarkan dari aspek penilaian mengacu pada bagaimana individu berperan sebagai penilai terhadap dirinya. aspek ini mengenai “siapakah saya?” yaitu sebuah pengharapan yang diinginkan bagi individu, kemudian “seharusnya saya menjadi apa?” yaitu standar yang seperti apa bagi individu. hasil dari aspek penilaian ini disebut harga diri. Semakin tidak sesuai antara harapan individu dengan standar dirinya, maka akan terjadinya *self-esteem* yang dimana seorang individu merasa rendah harga dirinya. Hal ini merujuk pada penampilan dan karakteristik individu ditengah-tengah fenomena standar kecantikan di *Instagram*.

“Iya pernah. aku pernah di ceme’eh gitu karena pakai *ombre lips*. Kan *skintone* aku ni sawo matang dan mereka ngeliat aku pake *ombre lips* itu gak

cocok. Aku jadi ngerasa sedih. Pernah juga aku merubah gaya penampilan dengan gaya berpakaian yang lagi *hitz* karena ngeliat cewek-cewek lain kok *stylenya* enak banget dipandang. Tapi ujung-ujungnya malah gak nyaman kayak bukan diri aku. Jadi ya pilih-pilih lagi mana yang cocok dan nyaman. Secara keseluruhan aku nyaman dan pede dengan gaya-gaya korea dari *makeupnya* terutama alis, trus juga aku lebih menonjolkan warna kulitku yang sawo matang. Aku tidak ingin menambahkan efek-efek putih yang membuatku akan terlihat seperti orang lain. Jadi aku punya motto dan motto ini aku buat disaat aku sedang mengikuti kompetisi pada tahun 2018, yaitu *you probably hears often but try to understand, feel it and love yourself*. Itu jadi kayak *ngeboost* hari-hariku, gak gampang *insecure* dan gak memandingkan diri dengan perempuan cantik lainnya di *Instagram*. Jadi akhirnya aku berpenampilan sesuai dengan yang aku mau dan nyaman, bukan karena orang lain. Mungkin bisa terinspirasi tapi tidak akan merubah diriku menjadi orang itu dan tetap menjadi diri sendiri. Dari dulu aku pengen dibilang pinter ketimbang cantik dan sekarang selagi aku memperbaiki penampilan aku, aku ingin menaikkan kualitas diri supaya nanti bukan hanya dipandang luarnya saja (*outside*) tapi juga dalamnya (*inside*). Jadi menurutku memaknai cantik yang lebih hakiki kita harus mencintai dan menghargai diri kita supaya kita bisa ngasih tau ke diri kita bahwa kita *born to be beauty*.”

Berkaitan dengan pertanyaan diatas, peneliti juga menanyakan hal yang sama dengan informan ketiga yaitu Dewi sebagai berikut :

“Merasa tidak percaya diri pasti pernah, karena setiap melihat perempuan yang keliatan cantik di *Instagram* pasti jadi *insecure*. Aku pernah juga mendapat komentar yang menjurus ke *body shaming*, mereka bilang “kurus kali kau”, “ih kecil kali badan kau, makan lah yang banyak”. Awalnya aku bodoh amat tapi lama-lama kesel juga. Aku sempet *insecure* dengan bekas jerawat. tiap mau upload foto pasti diedit dulu biar bekasnya gak keliatan trus juga ditutupin pakai *makeup*. Tapi aku sadar jerawat dan bekasnya itu hal normal. Jadi cantik itu bagaimana mereka mampu untuk percaya diri dengan kekurangan yang mereka miliki dan menurut aku cantik itu gak melulu foto yang cantik di *Instagram* tetapi dilihat dari *attitude* dan *manner* yang baik bagaimana mereka merespon seseorang di media sosial.”

Berdasarkan dari pertanyaan diatas, peneliti juga menanyakan hal yang sama pada informan ketiga yaitu Metta sebagai berikut :

“Pernah kak. Apalagi kalau mau post foto nih pasti mikir dulu soalnya malas baca komentar orang yang kesannya tuh malah jelek. Pernah coba untuk mengubah gaya penampilan biar cantik kayak *beauty vlogger* tapi akhirnya Metta sadar dan mikir mau sampai kapan ngikutin tren terus. Jadi sekarang Metta berpenampilan senyaman Metta aja. Pokoknya prinsip Metta “aku

cantik” bagaimana pun penampilanku. Mau itu di *real life* atau di *Instagram*, selagi masih menyebarkan hal-hal positif ya gakpapa. Cantik itu gak harus di fisik tetapi di dalam diri harus cantik. Baik itu dalam bertutur kata. Perempuan yang memiliki *attitude* yang baik dan mempunyai kualitas diri yang bagus serta mampu memberikan hal-hal positif di media sosial itu sudah menjadi perempuan cantik menurut Metta.”

Berbeda dengan informan terakhir yaitu Shania, bahwa dia mengubah penampilannya bukan mengikuti standar kecantikan. Berikut jawabannya :

“Pernah, tapi sebentar aja. Saya biarin dulu terus saya *block* akunnya karena gak ada faedahnya juga. Untuk mengubah penampilan sih iya tapi tidak mengikuti standar kecantikan. Saya merubah penampilan lebih rapi dan belajar untuk *mix and match* busana saat acara tertentu. Saya lebih percaya diri dan khalayak juga menyukainya. Kalau keseharian saya lebih apa adanya, tidak mengikuti standar kecantikan harus make up atau gimana. Menurut saya akan sangat cantik jika saya senang dan nyaman dengan apa yang saya kenakan. Saya akan menyesuaikan saja dan merasa cantik di setiap keadaan apa pun. Intinya mencintai diri sendiri dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan diri. Memahami bahwa setiap orang itu berbeda-beda, punya ciri khas masing-masing. Jadi gak perlu minder deh kalau masalah fisik.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah disampaikan oleh keempat informan ini, peneliti mengetahui bahwa penilaian para informan mengenai dirinya atas standar kecantikan yang ada di *Instagram* sudah baik dari segi memahami dan juga menerima diri apa adanya. Para informan menganggap bahwa dirinya “cantik” dan tidak begitu peduli lagi dengan standar kecantikan yang terlihat di *Instagram*. Setiap perempuan memiliki kualitas dirinya masing-masing. Berkaitan dengan hal ini, informan Dinda mengatakan bahwa dari dulu dia ingin dibilang “pintar” ketimbang “cantik” dan sekarang memperbaiki penampilannya serta ingin menaikkan kualitas diri supaya nanti bukan hanya di pandang cantik sisi luarnya saja (*outside*) tapi juga cantik sisi dalamnya (*inside*). Begitu juga informan Dewi mengatakan bahwa kekurangan yang dimiliki bisa membuat seseorang menjadi lebih percaya diri. Informan Metta juga

mengatakan jika perempuan dengan tutur kata yang baik, memiliki *attitude* yang bagus serta dapat memberikan hal positif di media sosial merupakan perempuan cantik baginya.

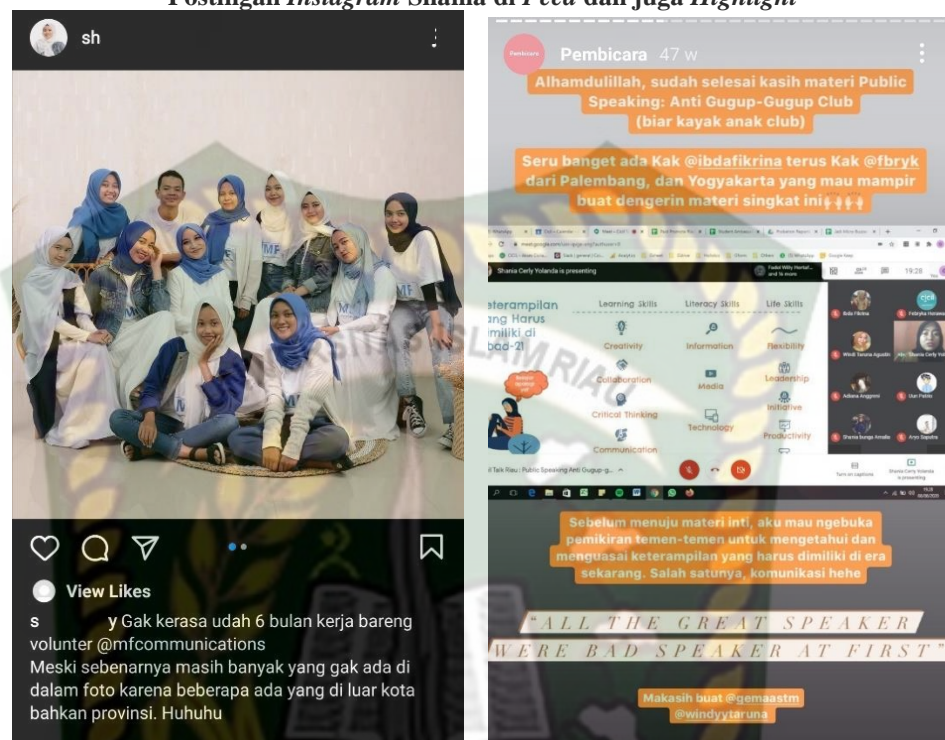
Gambar 4.17
Postingan Metta di *Highlight* “Catatan Diri”
dan *Feed Instagram*



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021

Begitu juga dengan Informan Shania yang beberapa bulan lalu sempat mengikuti kegiatan volunteer yang diadakan oleh @mfcommunication dan juga menjadi seorang pembahas di seminar online mengenai *Public Speaking: Anti Gugup-Gugup Club*. Kegiatan menjadi seorang pembahas ini Shania masukan dalam fitur *Highlightnya* yang berjudul “pembahas”

Gambar 4.18
Postingan Instagram Shania di Feed dan juga Highlight



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2021

Hal ini terlihat bahwa para informan belajar dari pengalaman dan menjadikan hal tersebut pelajaran dan semangat untuk bisa meningkatkan integritas yang ada di dalam dirinya. Sehingga mampu memberikan dampak positif kepada orang lain. Para informan memahami bahwa cantik bukan hanya soal fisik saja tetapi juga karakter seseorang berperan penting.

C. Pembahasan Penelitian

Dalam bab ini, peneliti melakukan analisis data-data yang telah didapatkan dari hasil penelitian melalui tahap observasi, wawancara dan dokumentasi. Aspek-aspek konsep diri menurut Calhoun dan Acocella terdiri dari 3 aspek, yaitu:

1. Pengetahuan

Hal ini berkaitan dengan apa yang informan ketahui mengenai dirinya, baik itu secara fisik, sosial, psikologi dan penampilannya. Apa yang informan ketahui mengenai konsep diri atau penjelasan tentang “siapa saya” akan memberikan sebuah gambaran mengenai dirinya. Gambaran diri ini merupakan suatu kesimpulan tentang bagaimana seorang individu memandang dirinya yang berperan sebagai mahasiswa dan harus mampu menyesuaikan dirinya dengan lingkungan. Hal ini merupakan pandangan bagaimana watak kepribadian yang ada pada diri para informan, seperti baik, jujur atau buruknya pandangan informan tentang suatu hal yang berkaitan dengan cara mengidentifikasi dirinya dan juga menentukan strategi yang tepat sesuai dengan kebutuhan diri.

a. Informasi yang didapat sebagai penunjang integritas diri

Berkaitan dengan konsep diri yang terbentuk berdasarkan dari aspek pengetahuan, para informan mengetahui bahwa di media sosial *Instagram* terdapat banyak sekali informasi. Informasi yang informan temui ini bisa berupa tips&trik perkuliahan, beasiswa, lomba atau kompetisi, *volunteer*, info seminar baik itu di dalam atau di luar kampus mereka dan juga informasi seputar kecantikan. Hal ini para informan manfaatkan untuk menambah ilmu serta mengasah *skill* yang dimiliki agar kelak berguna untuk diri sendiri dan orang banyak terutama karena informan menggunakan *Instagram* dan memiliki jumlah *followers* yang banyak tentu ilmu yang didapatkan dan disampaikan kepada *followers* akan sangat berguna. Dengan para informan mengetahui

informasi mengenai kecantikan, para informan belajar untuk memperbaiki penampilannya sembari mengasah kemampuan atau *skill* yang dimilikinya.

b. Standar Kecantikan sebagai sekedar mengikuti tren

Mengenai standar kecantikan yang ada di *Instagram* tentu pernah membuat para informan berkecil hati dan tidak percaya diri dengan apa yang sebenarnya dimiliki. Standar kecantikan di *Instagram* pada kalangan remaja khususnya perempuan harus menampilkan hasil foto terbaiknya agar mendapatkan *feedback* yang positif atau sekedar *likes* dan *views* yang banyak. Tetapi jika dilihat kembali ini terlalu berpatok pada wajah putih, bebas dari jerawat, dan mengikuti tren. Jika tidak mengikuti tren *feedback*nya pun akan berbeda dimulai dari jumlah *likes* foto yang sedikit. Bahkan sekarang *Instagram* sudah memiliki efek-efek yang dapat mengubah warna kulit menjadi putih. Tentu untuk menghasilkan foto yang bagus harus di edit terlebih dahulu.

2. Harapan

Aspek ini berkaitan dengan individu yang memiliki suatu harapan akan pandangan tentang kemungkinan dirinya di masa depan. Ketika seorang individu mempunyai suatu pandangan mengenai siapa dirinya yang sebenarnya, individu mempunyai sejumlah pandangan lain tentang kemungkinan apa dirinya di masa mendatang. Hal ini bisa merupakan gambaran diri yang ia cita-citakan. Pada keempat informan ini memperlihatkan bahwa para informan bisa menerima fakta serta memahami situasi yang ada disekitarnya.

a. Mencintai Diri

Pada pembentukan konsep diri, tentu memiliki sebuah harapan yang para informan usahakan untuk tercipta pada dirinya. Para informan ini menyampaikan bahwa ingin bisa lebih mencintai diri sendiri karena merasa bahwa sebelumnya kurang begitu memperhatikan dan menghargai dirinya sendiri. Selama ini para informan terlalu sibuk memikirkan perkataan orang lain yang padahal itu tidak terlalu penting. Cara para informan untuk mencintai dirinya yaitu dengan menerimana segala kekurangan yang ada di dalam dirinya serta mencari tahu kelebihan yang ia miliki. Mencoba untuk berdamai dengan diri sendiri dan lebih banyak bersyukur terhadap kehidupan. Memiliki suatu kekurangan bukanlah penghambat untuk menjadi orang yang lebih baik.

b. Menghormati Orang Lain

Para informan juga berharap bahwa orang-orang jangan terlalu cepat menilai individu hanya dari fotonya saja di *Instagram*. Dengan cara menghormati atau menghargai orang lain, maka sebaliknya akan mendapatkan perilaku yang serupa. Perempuan cantik bukan hanya fisik tetapi tutur kata yang sopan serta *attitude* dan *manner* yang baik pula di media sosial khususnya *Instagram*. Informan juga berharap bahwa masyarakat dan juga netizen yang ada di media sosial seperti *Instagram* jangan terlalu cepat untuk menjustifikasi orang lain. Karena menurut para informan dengan cara mencemooh, menjelekan atau mencela orang lain, tidak akan membuat diri menjadi lebih baik atau lebih hebat. Sikap atau sifat hormat ini artinya memperlakukan dan menghargai setiap kekurangan orang lain tanpa harus merendahkan mereka.

c. Menjadi Seorang Yang Optimistis

Setelah para informan berhasil untuk lebih menghargai dirinya sendiri, para informan pun mulai meningkatkan kualitas yang ada di dalam dirinya. Kualitas ini untuk mencapai tujuan hidup yang lebih baik. Hal ini bisa berupa *skill* dalam menunjang puncak karirnya kelak. Ketika para informan berhasil menemukan kelebihan dan kekurangan yang ada, informan lebih bisa untuk meningkatkan kelebihan itu dan berusaha untuk memperbaiki kekurangan yang dimiliki. Sehingga pada akhirnya para informan akan lebih konsisten dan bersemangat dalam menjalani hidup. Para informan ini adalah orang yang tidak pantang menyerah dan percaya jika masa depan bisa menjadi lebih baik. Informan percaya akan ada kesempatan-kesempatan baru untuknya kedepan.

3. Penilaian

Aspek ini berkaitan dengan individu yang berperan sebagai penilai tentang dirinya sendiri dan tidak terlepas dari peran dan status sosial. Struktur peran dan status sosial ini salah satunya adanya interaksi individu dengan orang lain. Salah satu yang membuat konsep diri seseorang menjadi negatif dikarenakan individu tersebut enggan atau tidak mau untuk melakukan perubahan pada dirinya. Individu yang memiliki konsep diri negatif cenderung lebih memasukan semua perkataan orang ke dalam hatinya tetapi tidak ada kemauan untuk memperbaiki diri. Sedangkan untuk konsep diri yang positif individu akan lebih terbuka pikirannya untuk mengambil sisi positif dari perkataan orang lain tentang dirinya. Berdasarkan dari hasilnya, penilaian ini merupakan harga diri seorang

individu dimana hal ini berkaitan dengan seberapa sukanya para informan dengan dirinya yang sekarang.

a. Percaya Diri

Para informan ini menyampaikan bahwa informan merasa senang, nyaman, termotivasi dan lebih percaya diri dengan dirinya saat ini. Para informan mengaku bahwa tidak ada gunanya untuk mendengarkan perkataan orang yang menjatuhkan dirinya. Hal itu justru membuat para informan menjadi lebih termotivasi untuk memperbaiki diri dan memperkaya ilmu. Rasa percaya diri ini dapat mereka rasakan ketika para informan berhasil menemukan kelebihan yang dimilikinya. Informan ini juga merasa percaya diri dengan pakaian serta riasan yang mereka gunakan sehari-hari.

b. Bersyukur

Lingkungan sekitarpun turut berperan penting dalam membangkitkan rasa percaya diri, salah satunya memiliki teman yang *supportive*. Para informan bisa berubah menjadi lebih baik berkat adanya orang yang selalu percaya dan mendukungnya. Para informan ini menyadari bahwa setiap perempuan itu cantik dengan keunikannya masing-masing dengan cara mengubah *insecure* menjadi rasa syukur di dalam dirinya. selalu bersyukur dengan napa yang informan miliki di dalam hidupnya akan membuat informan menjadi kepribadian yang lebih optimis dan tidak penuh dengan rasa penyesalan.

Sesaat telah mengenal teknologi, memungkinkan seorang individu untuk bisa berinteraksi dengan individu lain melalui dunia maya. Tanpa disadari

terlarut dalam dunia maya sehingga kesadaran pun terbawa arus dan meyakini bahwa standar kecantikan bukan hanya di dunia realita saja tetapi juga terdapat di dunia maya seperti media sosial *Instagram*. Menurut Yan Yan dalam Mahanani (2020:425) mengatakan bahwa industri media massa, cetak dan elektronik memuat sebuah konten-konten yang menunjukkan nilai dari standar kecantikan. Hal ini tidak hanya terjadi di negara-negara tertentu tetapi terjadi secara global dengan memuat konten standar kecantikan tertentu. Dengan adanya nilai standar kecantikan ini dapat menjadi gambaran secara signifikan untuk mempengaruhi individu dalam membentuk sebuah pandangan atau *mindset* tentang standar kecantikan.

Lalu jika dikaitkan dengan Teori Interaksi Sosial yang dikemukakan oleh George Herbert Mead maka, para informan untuk memahami segala kondisi atau lingkungan yang ada memunculkan sebuah pemikiran mengenai dirinya serta hubungan orang yang ada disekitarnya. Terlihat bahwa di akun *Instagram* para informan mengikuti beberapa akun *Instagram Beauty Vlogger* dan memiliki 1-2 orang yang menjadi panutannya ketika informan dalam proses memperbaiki diri. Laksmi (2018:125) mengungkapkan bahwa pikiran seorang individu melibatkan mental atau psikis di dalam dirinya. Hal ini berguna agar individu mampu untuk menafsirkan arti dari suatu pikiran dengan tepat.

Kemudian para informan mengikuti beberapa kegiatan baik itu di dalam maupun di luar kampus dengan maksud untuk bisa mengasah kemampuan atau *skill* yang dimiliki. Seperti yang sudah diketahui bahwa media sosial menjadi tempat atau wadah untuk bisa mengekspresikan diri. Melalui *Instagram*, ilmu

yang didapat oleh para informan akan disampaikannya dan mendapatkan sebuah umpan balik dari pengikutnya atau *followers*.

Umpan balik serta evaluasi yang informan dapatkan akan dijadikan sebuah pedoman untuk membentuk konsep dirinya. Konsep diri inilah yang meliputi apa yang diketahui oleh informan. Kemudian pengetahuan ini memunculkan sebuah harapan-harapan positif yang dimana membangkitkan rasa percaya diri dan motivasi para informan. Para informan menunjukkan konsep diri yang positif dimana para informan menyadari bahwa informan memiliki kelebihan di dalam dirinya serta mengerti bahwa standar kecantikan yang terlihat di Instagram tidak sepenuhnya harus diikuti. Hal ini menyangkut pemahaman mengenai definisi cantik yang tergantung oleh persepsi diri sendiri.

Hasil penelitian dari Iin Rizkiyah & Nurliana Cipta Apsari tahun 2019 yang berjudul “Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi Cantik di Masyarakat” menunjukkan hasil yang sama bahwa dalam standar kecantikan terdapat beberapa proses seperti mengatasi masalah kurang cantik dengan melakukan perawatan. Perawatan ini bisa dilakukan sendiri seperti *skincare*-an atau belajar *makeup*. Lalu bisa juga dengan memodifikasi emosi atau memperbaiki emosi dengan cara mengubah pemahaman tentang kecantikan tersebut.

Para informan menjelaskan bahwa perempuan yang cantik itu ketika ia memiliki *attitude* serta *manner* yang baik. Foto yang bagus di Instagram memang akan mendapatkan feedback yang positif seperti *like/views* yang

banyak serta komentar yang baik akan tetapi interaksi individu di *Instagram* akan sangat diperhatikan oleh orang-orang yang ada di *Instagram*. Maka dari itu penting bagi seorang individu memiliki kepribadian yang baik. Hasil penelitian Ovy Nita Christanti & Ardhie Raditya 2013 yang berjudul “Kontruksi Perempuan Cantik di kalangan Siswi SMAN 1 Sooki Mojokerto” menunjukkan hasil yang sama bahwa media mengkontruksikan “cantik” adalah putih bersih, langsing, tinggi. Sedangkan siswi menggambarkan bahwa perempuan cantik itu ialah yang memiliki *inner beauty* atau kecantikan dari dalam seperti sopan santun, bertutur kata yang lemah lembut.

Maka penting untuk bisa memahami diri sendiri dan menemukan konsep diri yang positif karena menjadi salah satu hal penting dalam setiap diri individu. Obsesi akan penampilan fisik yang sempurna memiliki dampak yang buruk bagi psikis perempuan. Ada baiknya untuk selalu bijak dalam bermain media sosial dan bijak dalam berkomentar. Setiap perempuan memiliki keunikan dan kecantikannya masing-masing. Dengan memiliki pemahaman seperti ini para informan pun bisa melindungi dirinya serta orang lain dan yang paling utama tidak kehilangan nilai-nilai positif yang ada di dalam dirinya.

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa perempuan yang berstatus mahasiswi ini memiliki konsep diri yang berdasarkan pada Pengetahuan, Harapan, dan Penilaian. Berkaitan dengan aspek pengetahuan bahwa ternyata di *Instagram* banyak sekali informasi-informasi yang dapat para informan temui, seperti informasi perkuliahan, lomba, beasiswa atau sekarang yang lagi banyak dicari oleh perempuan adalah informasi seputar kecantikan. Informasi ini sangat berguna bagi mereka untuk mengasah serta menunjang kualitas yang ada di dalam dirinya. Informan Dinda dan Shania mengikuti banyak sekali kegiatan karena mereka mendapatkan informasi tersebut di *Instagram*. Hal seperti ini sangat menguntungkan karena ilmu seperti ini berguna untuk para informan dan juga orang lain.

Perihal standar kecantikan di *Instagram* tentu pernah membuat remaja khususnya perempuan menjadi *insecure* atau tidak percaya diri. Standar kecantikan sekarang terlalu berpatok kepada tren. Jika tidak mengikuti tren yang ada tentu akan mendapatkan *feedback* yang berbeda. Bahkan untuk menghasilkan foto yang bagus saja harus diedit terlebih dahulu sebelum di upload. Berkaitan dengan hal ini para informan pun belajar untuk bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan yang ada tetapi dengan beberapa

pertimbangan apakah hal yang dilakukan itu nyaman dan membuat para informan lebih percaya diri. Apalagi para informan ini berstatus mahasiswa dan bukan lagi siswa sekolah. Tentu lingkungannya sudah berbeda.

Berdasarkan dari aspek Harapan, para informan berharap bahwa para informan bisa lebih menghargai dan mencintai diri sendiri. Para informan menyadari bahwa selama ini terlalu sibuk memikirkan perkataan orang lain yang menjatuhkan mereka. Padahal ada orang-orang yang secara tulus mendukung mereka. Kemudian berkaitan dengan aspek Penilaian, para informan merasa jauh lebih senang, nyaman, lebih termotivasi, dan lebih percaya diri dengan diri yang sekarang. Para informan justru belajar dari pengalaman sebelumnya sehingga bisa memperbaiki diri dan menambah ilmu sebagai pegangan di masa depan.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian diatas, maka peneliti memiliki beberapa saran mengenai dari konsep diri bahwa sangat penting bagi para informan untuk bisa lebih menghargai dan mencintai diri sendiri. Jadikanlah pengalaman buruk menjadi sebuah pembelajaran untuk bisa menjadi kepribadian yang lebih baik.. Para informan tidak harus mengikuti standar yang ada karena masing-masing dari diri informan bisa membuat standar cantiknya sendiri. Maka dari itu peneliti menyarankan untuk kembangkanlah kelebihan yang dimiliki, memperkaya ilmu, serta memperhatikan *attitude* dan *manner*. Karena semua itu yang akan membuat perempuan tidak hanya cantik di luar (*inside*) tetapi juga di dalam (*outside*).

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Bungin, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Predana Media: Jakarta

Cangara, Hafied. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.

Esterberg, Kristin G, 2002 dalam Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Akfabeta

Ghufron, Nur & Rismawati. 2011. *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media: Yogyakarta

Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktik*. PT Bumi Aksara: Jakarta

Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar-Personal*. Predanamedia Group: Jakarta

Rakhmat. Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung

Rakhmat. Jalaludin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung

Rakhmat, Jalaludin. 2018. *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya: Bandung.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta: Bandung.

Suranto, Aw. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Jurnal/Skripsi

Adishesa, Made Syanesti. 2020. *Hubungan Intensitas Pengguna Instagram dan Self Esteem Pada Remaja*. Jurnal Ilmiah Psikolog MIND SET. Vol.11, No.1.

- Azhar, Stefy Adelia. 2016. *Konsep Diri Wanita Model Fashion Show di Pekanbaru*. JOM FISIP. Vol.3, No.2.
- Aziz, A. R., & Salam, P. A. 2018. *Keefektifan Layanan Informasi Berbasis Instagram Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa*. Bimbingan dan Konseling. Vol.1, No.3.
- Pricilia, C., & Yoanita, D. 2018. *Pengaruh Bodily Shame di Instagram Terhadap Konsep Diri Remaja Perempuan*. Jurnal E-Komunikasi. Vol.7, No.2.
- Claudia, W., & Marnelly, T. R. 2016. *Konsep Diri Remaja Putri Obesitas*. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. Vol.3, No.2.
- Diananda, Amita. 2018. *Psikologi Remaja Dan Permasalahannya*. ISTIGHNA. Vol.1, No.1.
- Erniwati, E., & Suldani, M. R. Y. 2020. *Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.9, No.2.
- Hadi, Sumasno. 2017. *Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif Pada Skripsi*. Jurnal Ilmu Pendidikan. Vol.22, No.1.
- Hakim, Azizul. (2019). *Komunikasi Bahasa Melayu (Studi Penerapan Bahasa Melayu Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau)*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau.
- Laksmi. 2018. *Teori Interaksionisme Simbolik dalam Kajian Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Journal of Library and Information Science. Vo.1, No.1.
- Mahanani, M. P., Laraswati, D., Salsadilla, R., Nabilah, H., & Wibowo, H. 2020. *Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri Untuk Membangun Pemahaman Tentang Standar Kecantikan*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. Vol.3, No.3.

- Marlianti, N., & Suryani, A. 2012. *Representasi Tubuh Perempuan Dalam Rubrik Kecantikan di Majalah Femina Edisi Mei 2011*. Jurnal Komunikologi. Vol.9, No.2.
- Nguyen. 2014. *Exploring the selfie phenomenon : the idea of self-preservation and its implications among young women*. Smith College School for Social Work, 36-39.
- Nikmah, Khoirun. 2016. *Perubahan Konsep Kecantikan Menurut Iklan Kosmetik di Majalah Femina Tahun 1977-1995*. e-Journal Pendidikan Sejarah. Vol.4, No.1.
- Nilamsari, Natalina. 2014. *Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif*. Wacana. Vol.13, No.2.
- Putra, Muhammad Rizal. 2019. *Kemanfaatan Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol.2, No.1.
- Putranto, Arif Ponco (2017). *Konstruksi Cantik Mahasiswa Pada Media Sosial Melalui Akun Instagram @unnes_cantik*. Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang.
- Rahayu, E. P., & Tandyonomanu, D. 2019. *Dampak Penerimaan Pesan Berisi "Body Shaming" Terhadap "Self Confidence" Remaja Perempuan di Media Sosial Instagram*. Commercium. Vol.2, No.1.
- Sunarto. 2017. *Studi Fenomenologi: Esensi Pengalaman Konsumsi Media Lokal di Kota Semarang*. Pertemuan Forum Dekan Ilmu-Ilmu Sosial PTN Se-Indonesia.
- Worotitjan, Hulda Grace. 2014. *Konstruksi Kecantikan Dalam Iklan Kosmetik Wardah*. Jurnal E-Komunikasi. Vol.2, No.2.

Yadani, F., & Wirman, W. 2017. *Pengalaman Komunikasi dan Konsep Diri Pengungsi Asal Afghanistan di Kecamatan Rumbai*. JOM FISIP. Vol.4, No.2

Zuraida. 2018. *Konsep Diri Pada Remaja Dari Keluarga Yang Bercerai*. Kognisi Jurnal. Vol.2, No.2.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau