



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 13102-13109

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Konstruksi Sosial Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dalam Memaknai Representasi Kecantikan di Aplikasi Tiktok

Sunita Hamzah<sup>1</sup>, Stevany Afrizal<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang, Indonesia

<sup>1</sup>[2290230048@untirta.ac.id](mailto:2290230048@untirta.ac.id), <sup>2</sup>[stevanvafrizal@untirta.ac.id](mailto:stevanvafrizal@untirta.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kuatnya pengaruh media sosial, khususnya TikTok, dalam membentuk representasi kecantikan yang sering kali bersifat bias dan mereproduksi standar kecantikan patriarkal. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa mengonstruksi pemaknaan terhadap representasi kecantikan tersebut melalui perspektif sosiologi gender. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling, melibatkan lima informan yang merupakan pengguna aktif TikTok dan sering berinteraksi dengan konten kecantikan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan dianalisis menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan informan terbentuk melalui tiga tahap dialektis, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pada tahap eksternalisasi, informan terpapar berbagai konten kecantikan yang menampilkan standar ideal tertentu. Pada tahap objektivasi, standar tersebut dipersepsikan sebagai sesuatu yang umum dan wajar dalam masyarakat. Sementara itu, pada tahap internalisasi, informan mulai merefleksikan dan menafsirkan makna kecantikan berdasarkan pengalaman dan nilai pribadi. Informan menyadari bahwa standar kecantikan dominan seperti kulit cerah, wajah glowing, dan tubuh ideal merupakan hasil konstruksi sosial yang diperkuat oleh algoritma media sosial dan industri kecantikan. Meskipun terdapat tekanan sosial untuk mengikuti standar tersebut, informan menunjukkan adanya kesadaran kritis dalam menyikapi representasi kecantikan di TikTok. Mereka mampu menegosiasikan makna kecantikan secara lebih fleksibel, tidak sepenuhnya terikat pada standar dominan. Simpulan penelitian ini menegaskan bahwa TikTok berperan sebagai agen sosialisasi digital yang kuat, namun konstruksi makna tetap dipengaruhi oleh kemampuan reflektif individu. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi media dan pendidikan kritis gender bagi mahasiswa.

*Kata kunci:* Konstruksi Sosial, Representasi Kecantikan, Tiktok, Sosiologi Gender

### 1. Latar Belakang

Kecantikan sering dipahami sebagai sesuatu yang bersifat alamiah dan universal, padahal dalam kajian sosiologi, kecantikan merupakan hasil dari konstruksi sosial yang dibentuk oleh konteks budaya, sejarah, serta relasi kuasa dalam masyarakat. Berger dan Luckmann (1966) menjelaskan bahwa realitas sosial tidak hadir secara objektif, melainkan dikonstruksi melalui proses dialektis eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam masyarakat kontemporer, media massa dan media digital memiliki peran penting dalam mengonstruksi dan mereproduksi makna sosial, termasuk standar kecantikan perempuan. Media sosial menjadi kebutuhan primer bagi setiap orang serta memberikan cara baru dalam melakukan aktivitas (Nurmala et al., 2022) yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga membentuk cara individu dalam beraktivitas dan memaknai realitas sosial.

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, memperkuat proses konstruksi tersebut melalui penyebaran konten visual yang masif dan berulang. Media sosial dapat mempercepat proses pembentukan identitas sosial di kalangan remaja, namun juga membawa tekanan untuk mengikuti norma yang ada di platform tersebut (Afifah & Kuntari, 2025) termasuk dalam mengikuti standar kecantikan yang dianggap ideal. TikTok menduduki posisi yang sangat berpengaruh dalam mereproduksi citra sosial. Popularitasnya yang masif di Indonesia menjadi data krusial; menurut data We Are Social dan Meltwater, Indonesia adalah negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia, mencapai 194,37 juta pengguna per Juli 2025. TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai agen sosialisasi digital yang membentuk persepsi, preferensi, dan penilaian

---

Konstruksi Sosial Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dalam  
Memaknai Representasi Kecantikan di Aplikasi Tiktok

pengguna terhadap tubuh dan penampilan. Citra kecantikan yang beredar di masyarakat cenderung diterima secara luas tanpa banyak resistensi, sehingga membentuk standar yang dianggap sebagai kebenaran sosial (Lindawati, 2019). Representasi kecantikan yang dominan di TikTok umumnya menampilkan perempuan dengan kulit cerah, wajah glowing, tubuh langsing, dan tampilan yang flawless. Penelitian menunjukkan bahwa standar kecantikan di media sosial Indonesia masih sangat dipengaruhi oleh praktik colorism dan estetika patriarkal, di mana perempuan berkulit terang lebih sering mendapatkan visibilitas dan validasi sosial (Ifa et al., 2025; Mufidah et al., 2025).

Sejumlah penelitian dalam lima tahun terakhir mengungkap bahwa paparan standar kecantikan yang sempit di media sosial berkontribusi pada munculnya tekanan sosial, ketidakpuasan tubuh, serta gangguan citra diri pada perempuan muda. Nurdin et al. (2024) menemukan bahwa representasi kecantikan yang tidak realistis di media digital berpotensi menimbulkan rasa minder dan kecemasan pada pengguna perempuan. Di sisi lain, TikTok juga menjadi ruang munculnya wacana tandingan seperti gerakan Body Positivity dan self-love yang berupaya menantang standar kecantikan dominan (Suka et al., 2024; Wilmanda & Hariyanti, 2025). Temuan ini menunjukkan adanya dinamika anatara hegemoni media dan upaya resistensi dalam pemaknaan kecantikan.

Meskipun kajian tentang representasi kecantikan di TikTok telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berfokus pada analisis konten, influencer, atau respons pengguna secara umum. Penelitian yang secara spesifik menelaah bagaimana kelompok terdidik, khususnya mahasiswi yang memiliki latar belakang keilmuan sosiologi, memaknai representasi kecantikan yang masih relatif terbatas. Padahal, mahasiswi sosiologi memiliki modal pengetahuan teoritis yang memungkinkan mereka tidak hanya menjadi konsumen media, tetapi juga aktor reflektif yang mampu mengkritisi konstruksi sosial yang bekerja di balik representasi media.

Penelitian ini memiliki urgensi untuk mengkaji bagaimana Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa mengkonstruksi pemaknaan terhadap representasi kecantikan di aplikasi TikTok. Penelitian ini berusaha mengisi celah penelitian dengan menghadirkan perspektif sosiologi dan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann dalam membaca pengalaman subjektif perempuan muda terdidik di ruang digital. Kebaruan ilmiah penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap proses dialektis antara struktur media digital dan kesadaran kritis mahasiswi sosiologi dalam memaknai kecantikan.

Permasalahan penelitian ini muncul dari ketegangan antara kuatnya hegemoni standar kecantikan yang direproduksi TikTok dengan kemampuan reflektif individu yang dibentuk melalui pendidikan sosiologi. Alternatif solusi yang sering ditawarkan dalam wacana publik adalah penguatan gerakan body positivity dan literasi media. Namun, penelitian ini memilih untuk menekankan solusi berbasis kesadaran kritis melalui pendidikan sosiologi, dengan menganalisis bagaimana pengetahuan akademik memediasi proses internalisasi standar kecantikan di media sosial.

Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana Mahasiswi Pendidikan Sosiologi Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa mengkonstruksi makna kecantikan berdasarkan representasi yang mereka temui di TikTok dalam perspektif sosiologi gender. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian sosiologi gender dan media digital, serta manfaat praktis dalam meningkatkan kesadaran kritis terhadap pengaruh media sosial dalam membentuk standar kecantikan perempuan.

Selain itu, penting untuk melihat bahwa konstruksi kecantikan di media sosial tidak terjadi dalam ruang hampa, melainkan berkelindan dengan kepentingan ekonomi dan industri kecantikan global. TikTok, sebagai platform berbasis algoritma, tidak hanya menampilkan konten secara acak, tetapi mengkurasi dan merekomendasikan konten berdasarkan interaksi pengguna. Hal ini menyebabkan konten kecantikan tertentu yang sesuai dengan standar dominan lebih sering muncul di beranda pengguna, sehingga memperkuat persepsi bahwa standar tersebut adalah sesuatu yang normal dan diharapkan. Dalam konteks ini, algoritma berperan sebagai aktor non-manusia yang turut membentuk realitas sosial secara tidak langsung.

Lebih jauh, relasi antara media sosial dan industri kecantikan menunjukkan adanya praktik komodifikasi tubuh perempuan. Tubuh tidak lagi sekadar entitas biologis, tetapi menjadi objek yang dinilai, dibandingkan, dan dipasarkan. Produk-produk kecantikan dipromosikan melalui narasi yang mengaitkan penampilan fisik dengan kepercayaan diri, kesuksesan, dan penerimaan sosial. Hal ini menciptakan tekanan terselubung bagi perempuan untuk terus memperbaiki penampilan mereka agar sesuai dengan standar yang berlaku. Dalam perspektif sosiologi gender, fenomena ini menunjukkan bagaimana tubuh perempuan dikonstruksi sebagai ruang kontrol sosial yang dipengaruhi oleh nilai-nilai patriarkal.

Di sisi lain, keberadaan mahasiswa sosiologi sebagai subjek penelitian memberikan sudut pandang yang menarik dalam memahami proses konstruksi makna tersebut. Dengan bekal pengetahuan teoritis yang mereka miliki, mahasiswa tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga memiliki potensi untuk melakukan refleksi kritis terhadap apa yang mereka konsumsi di media sosial. Mereka dapat mempertanyakan asal-usul standar kecantikan, siapa yang diuntungkan dari konstruksi tersebut, serta bagaimana standar tersebut memengaruhi kehidupan sehari-hari perempuan. Kemampuan reflektif ini menjadi penting dalam membedakan antara penerimaan yang bersifat *taken for granted* dan pemaknaan yang bersifat kritis.

Namun demikian, kesadaran kritis tidak selalu berarti penolakan total terhadap standar kecantikan yang ada. Dalam banyak kasus, individu justru berada dalam posisi ambivalen, di mana mereka menyadari bahwa standar tersebut merupakan konstruksi sosial, tetapi tetap merasa terdorong untuk mengikutinya. Hal ini menunjukkan adanya tarik-menarik antara struktur sosial yang kuat dan agensi individu dalam menentukan sikap. Mahasiswa mungkin tetap menggunakan produk kecantikan atau mengikuti tren tertentu, tetapi dengan pemahaman yang lebih reflektif dan tidak sepenuhnya terikat pada standar tersebut.

Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui konsep *habitus*, di mana preferensi dan praktik individu dipengaruhi oleh pengalaman sosial yang terinternalisasi. Paparan yang terus-menerus terhadap konten kecantikan di TikTok dapat membentuk selera dan persepsi estetika tertentu, bahkan tanpa disadari. Oleh karena itu, meskipun individu memiliki kapasitas untuk berpikir kritis, mereka tetap tidak sepenuhnya bebas dari pengaruh struktur sosial yang lebih luas. Hal ini memperkuat argumen bahwa konstruksi kecantikan merupakan proses yang kompleks dan multidimensional.

Selain itu, penting untuk menyoroti bahwa representasi kecantikan di TikTok juga memiliki dimensi interseksionalitas, di mana faktor-faktor seperti ras, warna kulit, kelas sosial, dan budaya saling berinteraksi dalam membentuk standar kecantikan. Di Indonesia, misalnya, preferensi terhadap kulit cerah tidak hanya berkaitan dengan estetika, tetapi juga memiliki akar historis dan kultural yang panjang. Representasi perempuan berkulit terang yang lebih dominan di media sosial mencerminkan adanya hierarki sosial yang masih bertahan hingga saat ini. Dalam konteks ini, TikTok tidak hanya mereproduksi standar kecantikan global, tetapi juga mengadaptasinya dalam konteks lokal.

Di tengah dominasi tersebut, muncul pula berbagai bentuk resistensi yang dilakukan oleh pengguna media sosial, termasuk mahasiswa. Gerakan *body positivity*, *self-love*, dan kampanye kecantikan inklusif menjadi alternatif wacana yang menantang standar kecantikan yang sempit. Konten-konten yang menampilkan keberagaman bentuk tubuh, warna kulit, dan identitas perempuan mulai mendapatkan ruang di platform digital. Meskipun demikian, resistensi ini masih menghadapi tantangan karena algoritma platform cenderung tetap memprioritaskan konten yang sesuai dengan standar dominan dan memiliki tingkat interaksi tinggi.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa TikTok merupakan arena sosial yang dinamis, di mana terjadi pertarungan makna antara dominasi dan resistensi dalam konstruksi kecantikan. Mahasiswa sebagai pengguna tidak hanya berada dalam posisi sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen makna yang aktif. Mereka memiliki kemampuan untuk menerima, menolak, atau menegosiasikan representasi kecantikan yang mereka temui, tergantung pada pengalaman, pengetahuan, dan kesadaran yang mereka miliki.

Akhirnya, pembahasan ini menegaskan bahwa konstruksi kecantikan di era digital tidak dapat dipisahkan dari peran media sosial sebagai agen sosialisasi yang kuat. Namun, kekuatan tersebut tidak bersifat absolut, karena individu tetap memiliki ruang untuk melakukan refleksi dan resistensi. Oleh karena itu, pendekatan yang menekankan pada penguatan kesadaran kritis melalui pendidikan, khususnya pendidikan sosiologi, menjadi sangat relevan dalam membantu mahasiswa memahami dan menyikapi pengaruh media sosial secara lebih bijak. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga subjek yang mampu menginterpretasikan dan mengkritisi realitas sosial yang mereka hadapi.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam proses pemaknaan dan konstruksi sosial yang dialami subjek penelitian terhadap representasi kecantikan di media sosial. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual bagaimana mahasiswa memaknai standar kecantikan yang dipresentasikan di aplikasi TikTok berdasarkan pengalaman dan refleksi subjektif mereka (Creswell, 2014).

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa khususnya di lingkungan Program Studi Pendidikan Sosiologi. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada relevansinya dengan karakteristik subjek penelitian, yaitu Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019). Adapun kriteria informan meliputi: (1) mahasiswi aktif Program Studi Pendidikan Sosiologi Angkatan 2023, (2) pengguna aktif aplikasi TikTok, dan (3) pernah mengonsumsi atau berinteraksi dengan konten bertema kecantikan di TikTok. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak lima orang, dengan pertimbangan ketercukupan data dan tercapainya saturasi informasi. Jumlah informan sebanyak lima orang, dengan pertimbangan ketercukupan data (Sugiyono, 2019).

Penelitian dilakukan melalui tahapan persiapan, pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara simultan selama penelitian berlangsung. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan observasi. Wawancara digunakan untuk menggali pemaknaan informan terhadap representasi kecantikan di TikTok, sedangkan observasi dilakukan terhadap interaksi sosial informan dan konten kecantikan di TikTok. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Temuan dianalisis menggunakan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, khususnya Ekskonsep eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

### 3. Hasil dan Diskusi

#### A. Pemahaman Mahasiswi tentang Representasi Kecantikan di TikTok

Seluruh informan mengidentifikasi bahwa standar kecantikan yang dominan di TikTok terdiri dari ciri-ciri seperti kulit putih atau cerah, tubuh langsing, wajah mulus, glowing, serta tampilan rapi dan flawless. Representasi tersebut dianggap sebagai “cantik versi TikTok”.

Informan 1 menyatakan: “Standar kecantikan yang saya lihat di TikTok itu cenderung nunjukin perempuan berkulit cerah, tubuhnya langsing... wajahnya mulus tanpa cela.” (informan 1). Sementara Informan 4 menyebut: “Standar kecantikan di TikTok itu yang kulitnya harus putih, glowing... makeup-nya flawless dan nggak ada pori pori.” (Informan 4).

Mayoritas informan menilai bahwa standar kecantikan ini tidak realistis dan cenderung berlebihan. Mereka menyadari bahwa banyak konten kecantikan di TikTok menggunakan filter, pencahayaan yang sudah diatur, serta editing yang membuat wajah terlihat lebih proporsional dari kenyataan. Seperti pendapat informan 2: “Menurut aku sih standar kecantikan di TikTok tuh udah kelewat lebay... banyak filter, pencahayaan... bukan kenyataan.” (Informan 2).

Pemahaman ini menunjukkan mahasiswi sadar bahwa kecantikan di TikTok adalah konstruksi media, sejalan dengan perspektif Sosiologi Gender, di mana tubuh perempuan sering diposisikan sebagai objek estetika yang dikendalikan standar tertentu.

#### B. Eksternalisasi: Ekspresi & Produksi Konten

Menurut teori Berger & Luckmann, eksternalisasi adalah proses manusia mengekspresikan dirinya pada dunia sosial. Pada tahap ini, informan mengekspresikan pandangan mereka tentang kecantikan melalui aktivitas konsumsi maupun produksi konten. Meskipun sebagian besar lebih sering menjadi penonton, beberapa informan tetap membagikan konten terkait skincare, outfit, dan rekomendasi produk.

Beberapa informan pernah membuat konten kecantikan, seperti informan 2: “*Pernah dong! Aku pernah bikin konten iseng kayak review lip tint sama skincare...*” (Informan 2).

Informan 4 juga bersifat aktif: “*Aku pernah bagiin konten kecantikan, kayak fashion atau makeup... supaya mereka nggak bingung lagi.*” (Informan 4).

Sementara informan lain lebih pasif, seperti informan 1: “*Saya belum pernah bikin konten kecantikan... saya lebih nyaman jadi penonton aja.*” (Informan 1).

Motivasi membuat konten juga beragam: ingin berbagi pengalaman, mengikuti tren, membangun citra diri, mencari validasi sosial, atau sekadar menikmati proses kreatif. Informan 4 menyebut: “Motivasi ya ekonomi, validasi sosial... atau memang passion.” (Informan 4).

Ini menunjukkan bahwa mahasiswi tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga aktor yang ikut berkontribusi dalam penyebaran makna kecantikan yang beredar di TikTok, baik secara sadar maupun tidak.

#### C. Objektivasi: Pengaruh Media dan Algoritma TikTok

Dalam tahap objektivasi, standar kecantikan yang tampil di TikTok diterima sebagai realitas sosial. Sebagian besar informan menilai bahwa algoritma TikTok turut memperkuat citra tersebut dengan lebih sering

memunculkan konten perempuan berkulit terang dan berpenampilan ideal. Akibatnya, representasi tersebut tampil seolah-olah merupakan gambaran kecantikan yang “alami” dan universal. Informan 2 mengatakan: *“Algoritma TikTok itu punya peran gede... konten orang berkulit terang tuh lebih sering nongol di FYP.”* (Informan 2).

Informan 1 juga memperkuat: *“Algoritma memperkuat standar tertentu... video yang sesuai selera visual lebih sering muncul.”* (Informan 1).

Bahkan informan 4 menjelaskan mekanisme objektivasi dengan sangat jelas: *“Kalau dari awal engagement tinggi itu konten cewek putih, langsing... algoritma bakal ngepush konten serupa terus.”* (Informan 4).

TikTok membuat standar kecantikan tampak natural dan wajar, padahal itu adalah hasil kurasi media. Ini sejalan dengan kajian sosiologi gender dan penelitian terdahulu bahwa standar kecantikan modern merupakan bentuk reproduksi nilai patriarki dan industri estetika. Sejalan juga dengan konsep objektivasi Berger & Luckmann, di mana makna sosial yang terus diproduksi akhirnya tampil sebagai kenyataan yang dianggap umum.

#### D. Internalisasi: Dampak terhadap Citra Diri

Internalisasi, menurut Berger & Luckmann, adalah ketika individu menyerap realitas sosial ke kesadaran dirinya. Penampilan fisik, khususnya bagi perempuan, menjadi titik fokus utama dalam membentuk citra diri, dipengaruhi oleh standar kecantikan masyarakat dan pengaruh media massa (Putri & Setiawan, 2024). Remaja cenderung mengikuti tren yang berkembang di media sosial dengan tujuan untuk menarik perhatian dan memperoleh popularitas, termasuk melalui konten yang mereka tampilkan (Setiawan & Nabila, 2022). Pada tahap internalisasi, informan menyerap nilai-nilai kecantikan yang dominan di TikTok ke dalam penilaian terhadap diri mereka sendiri. Sebagian informan mengaku pernah merasa minder setelah melihat konten perempuan dengan penampilan sempurna. Ada juga yang terdorong membeli produk kecantikan untuk menyesuaikan diri dengan standar tersebut. Namun beberapa informan mulai mengembangkan sikap penerimaan diri, menyadari bahwa konten TikTok tidak selalu mencerminkan realitas.

Beberapa informan mengaku mengalami insecure:

*“Saya pernah merasa minder setelah lihat banyak konten perempuan yang tampil sempurna.”* (Informan 1)

*“Pernah banget minder... apalagi pas lagi breakout terus liat FYP cewek glowing.”* (Informan 5)

*“Pasti ada momen insecure... liat orang-orang kok perfect banget.”* (Informan 4)

Namun ada juga informan yang mulai menerima diri:

*“Aku tahu aku bukan ‘cantik versi tiktok’, tapi aku tetap ngerasa oke... aku punya hal yang orang lain nggak punya.”* (Informan 2)

Informan 3 juga menunjukkan sikap realistis:

*“Yang penting nyaman dan pede... saya nggak terlalu ngikutin perubahan TikTok.”* (Informan 3)

Tahap internalisasi ini menggambarkan dinamika antara hegemoni media dan agensi individu. Meski standar media kuat, Sebagian mahasiswi berhasil melakukan resistensi psikologis.

#### E. Kesadaran Kritis Mahasiswa Sosiologi

Hasil penelitian menunjukkan seluruh informan menunjukkan tingkat kesadaran kritis yang cukup tinggi dalam memahami bahwa standar kecantikan yang beredar di TikTok bukan realitas alamiah, melainkan konstruksi sosial yang dipengaruhi media, industri kecantikan, dan relasi kuasa patriarki, terutama karena memiliki latar belakang pendidikan sosiologi. Informan juga mendukung gerakan body positivity dan self-love sebagai bentuk perlawanan terhadap standar kecantikan yang sempit. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan sosiologi memiliki peran penting dalam membentuk cara mahasiswi menyikapi representasi kecantikan di TikTok. Kesadaran kritis terlihat dari kemampuan informan dalam:

1. Mengidentifikasi konstruksi sosial kecantikan, misalnya memahami bahwa standar seperti kulit putih, wajah glowing, atau tubuh ideal adalah hasil representasi media, bukan tolok ukur kecantikan universal.
2. Menganalisis motif di balik konten kecantikan, seperti kepentingan komersial, endorsement, dan estetika yang dipengaruhi algoritma.
3. Menyadari adanya bias patriarki, di mana tubuh perempuan sering dijadikan objek penelitian publik.
4. Menunjukkan resistensi, seperti mendukung gerakan body positivity dan penerimaan diri.

Informan 2 menegaskan: *"TikTok tuh ruang di mana makna 'cantik' dibentuk dan disebarin... itu hasil dari konstruksi sosial."* (Informan 2).

Informan 4 mengatakan: *"Aku jadi sering mikir... ini body shaming terselubung, ini cuma iklan... siapa yang diuntungkan?"* (Informan 4).

Informan 5 juga menunjukkan kesadaran teoritis: *"Cantik itu dibentuk masyarakat, bukan bawaan lahir... lama-lama orang percaya itu standar yang 'bener'."* (Informan 5).

Seluruh informan mendukung body positivity dan self-love movement: *"STOP INSECURE... kita cantik kok walaupun berbeda warna dan bentuk."* (Informan 3).

Dengan demikian, kesadaran kritis dalam diri mahasiswi tidak hanya muncul dari pengalaman personal sebagai pengguna TikTok, tetapi juga dari pemahaman teoretis bahwa kecantikan adalah produk konstruksi sosial. Hal ini membuat mereka tidak sepenuhnya tunduk pada standar kecantikan dominan, melainkan mampu menegosiasi dan menilai ulang makna kecantikan yang mereka konsumsi

#### F. Temuan dengan Teori

Analisis temuan penelitian melalui perspektif teori konstruksi sosial Berger & Luckmann menunjukkan bahwa proses pembentukan makna kecantikan pada mahasiswi berlangsung melalui tiga tahap dialektis: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

1. Eksternalisasi: Pada tahap ini, mahasiswi mengekspresikan pemaknaan mereka tentang kecantikan melalui konsumsi dan produksi konten TikTok. Walaupun tidak semua aktif membuat konten, mereka tetap berpartisipasi dalam proses sosial yang memperkuat atau menantang representasi kecantikan.
2. Objektivasi: Melalui algoritma dan visualisasi yang berulang, TikTok menampilkan standar kecantikan tertentu sebagai sesuatu yang wajar dan dominan. Representasi ini kemudian tampil sebagai "realitas objektif" yang dianggap benar oleh banyak pengguna. Proses objektivasi ini menegaskan peran media sebagai institusi modern yang mengonstruksi makna sosial.
3. Internalisasi: Mahasiswi menyerap (atau menolak) standar kecantikan tersebut ke dalam cara mereka menilai dan memandang diri. Beberapa informan mengalami insecure, sementara yang lain mampu menegosiasi makna kecantikan melalui kesadaran kritis. Proses ini menunjukkan adanya dialektika antara struktur (media, patriarki, algoritma) dan agensi individu.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa pemaknaan kecantikan oleh mahasiswi tidak bersifat statis. Mereka berada dalam proses terus-menerus antara menerima hegemoni media, menegosiasikannya, atau bahkan menolaknya. Pemaknaan yang terbentuk merupakan hasil pertemuan antara kekuatan struktur digital dan kapasitas reflektif akibat pendidikan sosiologis yang mereka miliki.

Pembahasan lebih lanjut dari temuan penelitian ini menunjukkan bahwa representasi kecantikan di TikTok tidak hanya membentuk persepsi visual, tetapi juga memengaruhi cara berpikir, merasakan, dan bertindak mahasiswi dalam kehidupan sehari-hari. Paparan yang terus-menerus terhadap standar kecantikan tertentu menciptakan proses normalisasi yang halus namun kuat, di mana individu secara tidak sadar menjadikan standar tersebut sebagai acuan dalam menilai diri sendiri maupun orang lain. Dalam konteks ini, TikTok berfungsi sebagai ruang sosial yang tidak hanya merefleksikan realitas, tetapi juga secara aktif membentuk realitas tersebut melalui mekanisme visual, algoritmik, dan interaksi pengguna.

Lebih jauh, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa relasi antara individu dan media bersifat dialektis. Di satu sisi, mahasiswi dipengaruhi oleh konten yang mereka konsumsi, tetapi di sisi lain mereka juga memiliki kemampuan untuk menafsirkan dan merespons konten tersebut secara aktif. Hal ini terlihat dari bagaimana informan tidak sepenuhnya menerima standar kecantikan yang ditampilkan, melainkan melakukan proses seleksi dan refleksi berdasarkan pengalaman pribadi dan pengetahuan yang dimiliki. Dengan kata lain, meskipun struktur media memiliki kekuatan yang besar, agensi individu tetap memainkan peran penting dalam proses konstruksi makna.

Selain itu, penting untuk menyoroti bahwa pengalaman mahasiswi dalam memaknai kecantikan tidak bersifat homogen. Perbedaan latar belakang, pengalaman hidup, tingkat kepercayaan diri, serta intensitas penggunaan media sosial turut memengaruhi bagaimana mereka merespons representasi kecantikan di TikTok. Ada informan yang lebih rentan terhadap tekanan sosial dan mengalami perasaan tidak percaya diri, sementara yang lain menunjukkan tingkat resistensi yang lebih tinggi. Variasi ini menunjukkan bahwa proses internalisasi tidak berlangsung secara seragam, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor individual dan sosial yang kompleks.

Dalam kaitannya dengan sosiologi gender, temuan ini menguatkan pandangan bahwa tubuh perempuan sering kali menjadi arena kontrol sosial yang sarat dengan nilai-nilai patriarkal. Standar kecantikan yang beredar di TikTok tidak lepas dari konstruksi budaya yang menempatkan perempuan sebagai objek visual yang harus memenuhi ekspektasi tertentu. Namun, kehadiran kesadaran kritis pada mahasiswi menunjukkan adanya potensi untuk mendekonstruksi norma tersebut. Mereka tidak hanya menyadari adanya bias dalam representasi kecantikan, tetapi juga mampu mengartikulasikan kritik terhadap praktik-praktik yang dianggap merugikan perempuan.

Di sisi lain, keberadaan gerakan body positivity dan self-love memberikan alternatif wacana yang penting dalam melawan dominasi standar kecantikan yang sempit. Meskipun belum sepenuhnya mampu menggeser hegemoni yang ada, gerakan ini memberikan ruang bagi individu untuk merayakan keberagaman tubuh dan identitas. Mahasiswi dalam penelitian ini menunjukkan keterbukaan terhadap wacana tersebut, yang tercermin dalam sikap penerimaan diri dan penolakan terhadap standar yang tidak realistis. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial juga dapat menjadi ruang emansipasi, tidak hanya ruang reproduksi norma.

Namun demikian, perlu diakui bahwa resistensi yang dilakukan individu sering kali bersifat parsial dan situasional. Mahasiswi mungkin menunjukkan sikap kritis dalam diskusi atau refleksi, tetapi dalam praktik sehari-hari tetap terpengaruh oleh standar kecantikan yang dominan. Misalnya, keinginan untuk tampil menarik di media sosial atau dalam lingkungan sosial tertentu dapat mendorong mereka untuk tetap mengikuti tren yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa proses negosiasi makna kecantikan tidak selalu menghasilkan penolakan total, melainkan kompromi antara nilai-nilai yang diyakini dan tuntutan sosial yang dihadapi.

Selanjutnya, peran pendidikan sosiologi menjadi sangat penting dalam membentuk kesadaran kritis mahasiswi. Pengetahuan tentang konsep-konsep seperti konstruksi sosial, hegemoni, dan relasi kuasa memungkinkan mereka untuk melihat realitas secara lebih reflektif. Pendidikan tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga membekali mahasiswa dengan kemampuan analisis yang dapat digunakan untuk mengkritisi fenomena sosial, termasuk representasi kecantikan di media. Dengan demikian, pendidikan berfungsi sebagai alat pemberdayaan yang membantu individu untuk tidak sekadar menjadi konsumen media, tetapi juga subjek yang aktif dan kritis.

Selain itu, pembahasan ini juga menyoroti pentingnya literasi media sebagai kompetensi yang harus dimiliki oleh generasi muda. Literasi media tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan memproduksi informasi secara kritis. Dalam konteks TikTok, literasi media memungkinkan pengguna untuk menyadari bahwa konten yang mereka lihat telah melalui proses seleksi dan manipulasi tertentu. Dengan demikian, mereka dapat menghindari penerimaan yang bersifat *taken for granted* terhadap representasi yang ada.

Akhirnya, temuan penelitian ini menegaskan bahwa konstruksi kecantikan di era digital merupakan proses yang kompleks, melibatkan interaksi antara struktur media, nilai budaya, dan agensi individu. TikTok sebagai platform digital memiliki peran besar dalam membentuk standar kecantikan, tetapi pengaruh tersebut tidak bersifat deterministik. Mahasiswi sebagai pengguna memiliki kapasitas untuk menafsirkan, menegosiasikan, dan bahkan menolak makna yang ditawarkan oleh media. Oleh karena itu, upaya untuk mengatasi dampak negatif dari standar kecantikan yang sempit tidak cukup hanya dengan mengubah konten media, tetapi juga harus disertai dengan penguatan kesadaran kritis dan literasi media di kalangan pengguna.

#### **4. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa representasi kecantikan di TikTok dipahami oleh mahasiswi Pendidikan Sosiologi Angkatan 2023 sebagai suatu konstruksi sosial yang tidak sepenuhnya realistis. Seluruh informan melihat bahwa standar kecantikan yang dominan di TikTok seperti kulit putih, wajah glowing, tubuh langsing, dan tampilan yang flawless merupakan hasil dari produksi visual yang sangat dipengaruhi filter, pencahayaan, dan teknik editing sehingga menciptakan citra kecantikan yang ideal namun jauh dari kondisi asli. Dalam proses eksternalisasi, para informan mengekspresikan keterlibatan mereka dengan konten kecantikan baik sebagai konsumen maupun produsen, sehingga turut mereproduksi makna kecantikan yang beredar di TikTok. Selanjutnya, tahap objektivasi, TikTok melalui algoritmanya memperkuat standar tersebut dengan menampilkan konten yang sama secara terus-menerus di FYP sehingga standar kecantikan menjadi tampak wajar, umum, dan diterima sebagai bentuk kecantikan yang “benar”. Proses ini menunjukkan bahwa TikTok berperan besar sebagai institusi media yang mengukuhkan realitas sosial tertentu. Pada tahap internalisasi, standar kecantikan yang terus-menerus disajikan di TikTok berpengaruh terhadap cara mahasiswi memandang diri mereka sendiri. Sebagian informan mengaku mengalami rasa minder, insecure, atau dorongan untuk menyesuaikan diri dengan standar TikTok, meskipun sebagian lainnya mampu menolak dan

menegosiasi makna tersebut dengan menekankan kenyamanan diri, penerimaan diri, dan definisi kecantikan yang lebih inklusif. Kesadaran kritis informan diperkuat oleh latar belakang pendidikan mereka sebagai mahasiswi Pendidikan Sosiologi yang memahami bahwa standar kecantikan merupakan produk budaya patriarki, industri kecantikan, dan konstruksi media. Dengan demikian, para informan tidak hanya menjadi penerima pasif dari standar kecantikan TikTok, tetapi juga memiliki kapasitas reflektif untuk mempertanyakan dan menegosiasi kembali makna kecantikan yang mereka temui. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi kecantikan mahasiswi terbentuk melalui proses dialektis antara pengaruh media dan kemampuan reflektif individu, sesuai dengan teori konstruksi sosial Berger & Luckmann, serta memperlihatkan bagaimana perempuan muda mengelola tekanan dan representasi kecantikan di era digital.

## Referensi

1. Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran media sosial dalam pembentukan identitas sosial gen z di aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 4409-4415.
2. Aprilita, D. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun@ mostbeautyindo,@ Bidarisingga, dan@ papuan\_girl). *Paradigma*, 4(3).
3. Damsar & Indrayani. (2017). Pengantar Sosiologi: Edisi Revisi. Jakarta: Kencana.
4. Ifa, K., Sudrajat, A., & Tedjomurti, F. (2025). Warna Kulit dan Stratifikasi Sosial: Perjuangan Representasi di Ruang Media Sosial TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(2), 58-66.
5. Iqwan, R., Lestari, S., & Rostikawati, R. (2025). Hubungan Antara Persepsi Mahasiswa FISIP UNSOED tentang Konten Body Positivity dengan Respon Mahasiswa terhadap Konten Body Positivity di Media Sosial. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(2), 2021-2033.
6. Lindawati, Y. I. (2019). Fashion dan gaya hidup: representasi citra muslimah cantik, modis dan fashionable dalam iklan Wardah. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 5(2), 59-68.
7. Maghfirah, S. (2025). LIVING IN A FATHERLESS FAMILY: A DESCRIPTIVE QUALITATIVE STUDY ON CHILDREN'S MENTAL AND EMOTIONAL WELL-BEING. *Indonesia Journal of the World*, 2(5), 187-194.
8. Mufidah, A., Mubarrok, Z. A., Az-zahra, F., Wulandari, C. A., Rosita, H., Nabila, A. C., & Dewi, R. (2025). Representasi Standar Kecantikan Perempuan Indonesia dalam Konten Endorsement Produk Kecantikan TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(1), 97-110.
9. Nurmala, M. D., vany Afrizal, S., & Wibowo, T. U. (2022). Dampak penggunaan aplikasi tiktok terhadap perubahan perilaku sosial mahasiswa. *Hermeneutika: Jurnal Hermeneutika*, 8(1).
10. Putri, R. N., & Setiawan, R. (2024). Citra Diri Mahasiswa Pendidikan Sosiologi Untirta Dalam Penggunaan Produk Skincare. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(1), 604-614.
11. Riswana, R. D., Nasrullah, A., & Kusuma, N. (2023, December). Konstruksi Standar Kecantikan Perempuan di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. In *Prosiding SeNSosio (Seminar Nasional Prodi Sosiologi)* (Vol. 4, No. 1, pp. 450-469)
12. Ritzer, G., & Goodman, D. J. (2012). *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana.
13. Setiawan, R., & Nabila, P. A. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja Di Desa Pisangan Jaya, Kabupaten Tangerang. *PADARINGAN (Jurnal Pendidikan Sosiologi Antropologi)*, 4(3), 122-130.
14. Suka, I. C. B. G., Fachruddin, C. F. S., & Wempi, J. A. (2024). Analisis body positivity movement tentang wanita plus size di Indonesia melalui TikTok. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 8(1), 151-164.
15. Wilmanda, G., & Hariyanti, N. (2025). Shifting Indonesian Beauty Standards on TikTok@ cadburylemonade: A Critical Discourse Analysis Study. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 75-89.