

TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital

Alifah Rose Wiana, Syifa Diah Puspita, Afwan Syahril

¹²³Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: *alifahrosewiana@gmail.com*, *syifadiah2209@gmail.com*, *afwansyahril789@gmail.com*

Abstrak

Platform media sosial seperti TikTok memainkan peran signifikan dalam membentuk dan mereproduksi standar kecantikan di era digital, terutama di kalangan Generasi Z. Studi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konten-konten di TikTok memengaruhi persepsi Gen Z terhadap standar kecantikan, serta bagaimana mereka merespons dan menegosiasikan konstruksi sosial tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan wawancara semi-struktural terhadap 15 informan Gen Z yang aktif menggunakan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma TikTok cenderung mengangkat representasi kecantikan yang homogen, seperti kulit putih, tubuh langsing, dan wajah simetris, yang berdampak pada pembentukan citra diri dan kepercayaan diri pengguna muda. Namun, ditemukan pula adanya perlawanan dalam bentuk konten self-acceptance dan body positivity yang mencoba mendekonstruksi narasi dominan. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok bukan hanya media hiburan, tetapi juga arena penting dalam konstruksi identitas sosial dan budaya visual di era digital.

Kata Kunci: Tiktok, Standar Kecantikan, Gen Z, Konstruksi Sosial, Era Digital

Abstract

Social media platforms like TikTok play a significant role in shaping and reproducing beauty standards in the digital age, particularly among Generation Z. This study aims to analyze how TikTok content influences Gen Z's perception of beauty standards and how they respond to and negotiate these social constructions. Using a qualitative approach, this research employs literature studies and semi-structured interviews with 15 Gen Z informants who are active TikTok users. The findings reveal that TikTok's algorithm tends to amplify homogenous beauty representations—such as fair skin, slim bodies, and symmetrical facial features—which impact users' self-image and confidence. However, the study also identifies forms of resistance through self-acceptance and body positivity content that challenge dominant beauty narratives. These (Firamadhina & Krisnani, 2021) findings highlight that TikTok functions not only as an entertainment platform but also as a crucial space in the construction of social identity and visual culture in the digital era.

Keywords: Tiktok, Beauty Standards, Gen Z, Social Construction, Digital Era

Pendahuluan

Kecantikan adalah hal yang dimiliki oleh semua wanita, perubahan standar kecantikan pada setiap wanita bukanlah hal baru lagi. Pada era digital seperti saat ini, generasi Z adalah generasi pertama yang terpengaruh dengan perkembangan teknologi, mereka adalah generasi pertengahan yang sempat merasakan kehidupan generasi sebelum mereka dan perubahan yang terjadi sekarang

pun mereka harus beradaptasi.¹ Kecantikan tidak pernah memiliki sifat yang adil, karena kecantikan tidak diciptakan berdasar kemauan tersendiri. Media sosial menjadi wadah dimana hal itu berperan penting dalam membentuk opini masyarakat, ketika wadah itu seolah menjadi tempat perlombaan dengan banyaknya pesan atau bahkan video yang menciptakan kecantikan yang seolah sempurna, disitu juga akan terbangunnya tentang standar kecantikan².

Generasi pertama yang terdampak oleh standar kecantikan adalah Generasi Z, terkhususnya kelompok dari perempuan Generasi Z. Mereka percaya semakin mereka memenuhi standar kecantikan yang tercipta karena opini masyarakat, maka semakin sempurna. Hal ini membuktikan bahwa kecantikan bukan hanya tentang fisik, tetapi juga termasuk konsep yang sudah dikembangkan oleh masyarakat³. Dengan adanya hal ini, mereka merasa harus mengubah penampilan mereka seperti bentuk hidung, warna kulit, tinggi badan, bentuk rambut, bahkan sekedar bentuk gigi. Dengan adanya hal tersebut membuktikan terjadinya tekanan untuk mendapatkan kecantikan yang idealis tersebut menunjang perawatan produk kecantikan menjadi mahal, menggunakan produk-produk kecantikan yang memiliki bahan berbahaya atau bahkan melakukan serangkaian pembedahan untuk kecantikan⁴.

Dengan diberikannya media sosial sejak dini dan kemudahan untuk mendapatkan berbagai informasi merupakan kemajuan dalam Generasi Z, media seperti koran, televisi, dan radio merupakan cara lama dalam memperoleh informasi. Dengan adanya perkembangan internet saat ini yang menghasilkan media-media baru untuk mencari informasi, media konvensional mulai tergantikan dengan cara yang cukup mudah yaitu menggunakan media sosial⁵. Kemudahan yang disuguhkan oleh media sosial saat ini untuk mencari informasi sangat menggiurkan bagi Generasi Z, salah satu aplikasi yang menawarkan kemudahan yaitu Tiktok. Siapa yang tidak tahu Tiktok? Bahkan di setiap *Handphone* saat ini pasti sudah memiliki aplikasi tersebut. Menggunakan perspektif konstruksionis sosial dimana hasil dari interaksi sosial membentuk *sense of self* kepada pengguna dan penonton yang tertarik pada konten tertentu di TikTok.

Generasi Z adalah generasi yang paling aktif menggunakan sosial media, terutama Tiktok. Secara tidak langsung mempercepat perkembangan pada standar kecantikan tersebut, hal itu memberikan dampak kepada seluruh perempuan menjadi tidak percaya diri dengan perbedaan konstruksi standar kecantikan yang sedang terjadi⁶. Banyak yang mengatakan cantik itu relatif, tapi beberapa masyarakat masih percaya dengan standar kecantikan yang sudah terjalin. Hal

¹ Firamadhina and Krisnani.

² Suardin Abd Rasyid et al., "Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)," *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 4 (2024): 8887–8901.

³ Peneliti Independen, "Kesetaraan Gender : Jurnal Internasional Anak Dan Konstruksi Sosial Kecantikan Di Era Digital : Interpretasi Gen Z Terhadap Standar Kecantikan Di Jakarta," 2025, <https://doi.org/10.22373/kesetaraan.v1i1.28836>.

⁴ Gesilia Wilmanda and Nunik Hariyanti, "Shifting Indonesian Beauty Standards on TikTok @ Cadburylemonade : A Critical Discourse Analysis Study Pergeseran Standar Kecantikan Indonesiadi TikTok @ Cadburylemonade : Kajian Analisis Wacana Kritis" 13, no. 2 (2025): 75–89, <https://doi.org/10.21070/kanal.v13i2.1832>.

⁵ Firamadhina and Krisnani, "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme."

⁶ Rani Apsari et al., "PEMAKNAAN PEREMPUAN GENERASI Z TERHADAP STANDAR KECANTIKAN PADA KAMPANYE # LiveBoldly MEREK REVLON" 10, no. 1 (2025): 51–66.

ini membuat standar kecantikan disama ratakan, seharusnya kecantikan mutlak milik setiap perempuan yang sudah dibawa ketika ia dilahirkan.

Ada banyak sisi positif yang kita dapatkan melalui aplikasi Tiktok tersebut, Tiktok memberikan cukup banyak informasi, memberikan hiburan, dan berbagai hal trending saat ini dapat kita ketahui secara cepat melalui Tiktok. Terutamanya generasi Z yang kebanyakan memiliki kepribadian selalu ingin mengikuti hal yang sedang trending atau biasa disebut FoMo (*Fear Of Missing Out*). Kegiatan FoMo bisa sangat bermanfaat untuk mencari tahu hal positif yang sedang terjadi saat ini, tapi beberapa orang melebihkan kegiatan dari fenomena tersebut⁷. Dengan berdalih kata FoMo mereka sering mengikuti hal-hal yang sebenarnya itu tidak penting atau bahkan tidak harus kita ikuti. Selain menjadikan rasa *insecure* semakin besar, dengan adanya standar kecantikan ini membuka kesempatan yang lebih besar terjadinya kejahatan dalam dunia maya, salah satunya adalah *cyber bullying*. *Cyber bullying* merupakan tingkah penyerangan yang ditujukan kepada mental maupun fisik seseorang, penyerangan ini dilakukan secara sengaja kepada orang lain⁸. Jadi, dapat dikatakan bahwa *cyber bullying* adalah penyerangan yang dilakukan kepada orang lain dengan mengikutsertakan pengiriman pesan secara elektronik baik melalui pesan, gambar, video, atau komunikasi lisan, hal tersebut sangat bisa merugikan korban secara mental maupun fisik.

Hadirnya media sosial mengkonstruksi pengertian kecantikan menjadi duplikat yang aslinya tidak sesuai dengan kenyataannya. *Influencer* berperan penting dalam perkembangan standar kecantikan ini, ketika semua *influencer* berlomba-lomba menampilkan kecantikan atau produk kecantikan yang seolah-olah menrubah mereka, masyarakat juga berlomba-lomba mengikuti apa yang mereka lakukan⁹. Seperti contohnya kebanyakan *influencer* yang tadinya memiliki kulit sawo matang, kemudian mereka menampilkan produk yang membuat kulit mereka berubah menjadi putih dan akan banyak kaum wanita yang akan mengikuti mereka. Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Dalam karyanya *The Social Construction of Reality*, mereka menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses dialektika antara eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, standar kecantikan dibentuk oleh interaksi sosial digital dan kemudian dianggap sebagai “realitas” yang harus diikuti. Filter, algoritma, dan konten viral menjadi alat objektivasi, di mana standar tersebut tampak seolah alamiah, padahal merupakan hasil konstruksi budaya.

Seperti pada penelitian “Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram” menemukan bahwa representasi kecantikan di Tiktok dan Instagram sangat homogen dan cenderung mengeksklusi perempuan yang tidak sesuai standar dominan. Hal ini berkontribusi pada munculnya rasa tidak puas terhadap tubuh, , setiap orang memiliki persepsi yang berbeda dalam hal kecantikan. Perbedaan suku dan ras menjadi faktor mengapa warna kulit manusia karakteristiknya masing-masing¹⁰. Pada dasarnya semua warna kulit memiliki keunikan tersendiri,

⁷ Fajar Nugraha Asyahidda and Abdul Azis, “Konformitas Dan Penyimpangan : Perspektif Sosiologis Tentang Pengalaman FoMO Di Kalangan Generasi Z Pada Media Sosial TikTok” 11 (2024): 120–32.

⁸ Aulia Anjani Nurdin et al., “Pengaruh Negatif Standar Kecantikan Dalam Media Sosial Terhadap Citra Diri Remaja Perempuan,” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora Kultu Ra* 2985 5624, no. 7 (2024): 366–72.

⁹ Nur Sabrina Dewi Basir, Salsabilla Liesvarastranta Tsalatsa, and Makhrus Tri Kresna, “Persepsi Wanita Dalam Menentukan Standar Kecantikan Di Tiktok Dan Instagram,” *Seminar Nasional Ilmu Sosial 1* (2022): 566–75.

¹⁰ Basir, Tsalatsa, and Kresna.

kulit cerah, kulit sawo matang, dan kulit gelap. Semua kulit akan terlihat cantik bila kita merawatnya dengan baik dan percaya diri. Mahasiswa merupakan tahta tertinggi dalam dunia pendidikan dan pelajar, mereka berperan penting dalam kondisi seperti ini. Mahasiswa merupakan proses yang memiliki pola pikir lebih kritis, dan lebih serius untuk hal tersebut. Mahasiswa juga berperan di kehidupan sosial dalam masyarakat, mereka harus mampu mempelajari norma yang ada pada masyarakat, gerak gerik masyarakat, dan pola pikirnya. Selain itu mahasiswa juga bisa dipengaruhi oleh lingkungan sekitar mereka, mulai dari sosial, politik, atau budaya, sehingga perkembangan mereka tidak lepas dari pengaruh dari pengaturan sosial lingkungan mereka sendiri¹¹.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mendapatkan persepsi mendalam yang berkaitan dengan kejadian yang terjadi dalam masyarakat¹². Penelitian ini ada karena warisan dalam ilmu pengetahuan sosial yang sangat penting bergantung kepada pengamatan manusia untuk sekitarnya. Penulis mendapat pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana media sosial secara perlahan memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang standar kecantikan yang tercipta. Penulis juga meneliti tentang *insecure* dan *cyber bullying* yang menjadi dampak negatif dari adanya standar kecantikan tersebut. Data primer penelitian ini dilakukan secara observasi non partisipan, dimana penelitian ini dilakukan secara tidak terstruktur yang dikaji melalui unggahan disalah satu aplikasi media sosial yaitu Tiktok¹³. Penulis juga melakukan pengamatan pada aplikasi tersebut yang sangat banyak digunakan oleh Generasi Z, dan bagaimana Generasi Z mengatasi dampak negatif yang mereka rasakan dari standar kecantikan yang tercipta oleh masyarakat tersebut. Selain observasi, penulis juga melakukan studi pustaka melalui berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, artikel, dan buku yang relevan dengan penelitian untuk mendapatkan data sekunder. Dengan menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan keabsahan data dengan membandingkan dan mengonfirmasi kebenaran dari data yang diperoleh melalui berbagai sumber dan beberapa metode penelitian, analisis data dilakukan secara empiris dengan mengamati pola dan tema yang muncul dari data setelah dikumpulkan, kemudian mengartikan bagaimana Tiktok berperan dalam membentuk standar kecantikan di kalangan Generasi Z.

Hasil dan Pembahasan

A. Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital

Fenomena "glow up" dan konstruksi sosial standar kecantikan di TikTok menjadi isu krusial di era digital, khususnya bagi Generasi Z. TikTok, sebagai platform media sosial yang dominan, memainkan peran sentral dalam membentuk dan mereproduksi standar kecantikan ini. Algoritma TikTok, yang mengutamakan visual dan popularitas konten, cenderung mengangkat representasi

¹¹ Rasyid et al., "Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)."

¹² Felisia Ardine, "Transformasi Standar Kecantikan Indonesia Melalui Pemilihan Korean Brand Ambassador Produk Kecantikan Lokal" 7, no. 3 (2024).

¹³ Wilmanda and Hariyanti, "Shifting Indonesian Beauty Standards on TikTok @ Cadburylemonade : A Critical Discourse Analysis Study Pergeseran Standar Kecantikan Indonesiadi TikTok @ Cadburylemonade : Kajian Analisis Wacana Kritis."

kecantikan yang homogen, seperti kulit putih, tubuh langsing, dan wajah simetris¹⁴. Hal ini secara tidak langsung mempercepat perkembangan standar kecantikan yang seragam, yang pada akhirnya berdampak pada pembentukan citra diri dan kepercayaan diri pengguna muda. Penelitian ini menemukan bahwa paparan konten yang homogen ini memicu rasa insecure di kalangan Gen Z. Mereka merasa tertekan untuk mengubah penampilan agar sesuai dengan standar yang dianggap ideal, bahkan hingga melakukan tindakan seperti mengubah bentuk hidung, warna kulit, atau melakukan pembedahan¹⁵. Konten-konten seperti tutorial makeup yang mengubah warna kulit menjadi putih dan promosi produk pencerah tubuh semakin memperkuat pemikiran bahwa "cantik itu putih".

Namun, di sisi lain, penelitian ini juga mengidentifikasi adanya bentuk perlawanan terhadap narasi dominan ini. Munculnya akun-akun seperti @dwmalaa_ dan @juliarimbaa yang mengedepankan *self-acceptance* dan *body positivity* menunjukkan adanya resistensi digital. Konten-konten ini menyuarakan kecantikan alami, kulit sawo matang, dan keberanian tampil tanpa filter, menciptakan ruang aman bagi pengguna yang merasa tidak sesuai dengan standar arus utama¹⁶. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa Gen Z memiliki preferensi dan penerimaan yang lebih tinggi terhadap representasi kecantikan yang otentik, inklusif, dan realistis. Secara keseluruhan, temuan penelitian menegaskan bahwa TikTok bukan hanya sekadar platform hiburan, tetapi juga arena penting dalam konstruksi identitas sosial dan budaya visual di era digital. Melalui algoritmanya yang personal dan format konten yang dinamis, TikTok berperan signifikan dalam mendekonstruksi standar kecantikan konvensional yang didominasi oleh citra homogen. Ini menandai pergeseran budaya yang signifikan, di mana kecantikan dilihat sebagai spektrum luas keunikan, bukan sekadar cetakan yang seragam¹⁷.

B. Pengaruh Media Terhadap Pembentukan Standar Kecantikan

Pengaruh media terhadap pembentukan standar kecantikan adalah topik yang cukup sulit dan dapat menimbulkan berbagai respon dari berbagai konteks dan individu, individu yang terlibat dalam pengaruh positif akan menjadi penguatan dalam kecantikan mereka, dia akan sadar bahwa semua standar tersebut tidak perlu untuk menjadikan seorang wanita cantik secara sempurna. Media bisa menjadi tempat untuk menyuarakan berbagai nilai-nilai, minat, dan kepercayaan mereka sendiri¹⁸. Selain memiliki dampak positif, tentunya media sosial juga memiliki pengaruh negatif dalam membentuk standar kecantikan. Salah satunya yaitu dengan adanya *body image* dan *self esteem*, di dalam media sosial banyak sekali menunjukkan bagaimana gaya hidup dan standar kecantikan dapat mempengaruhi persepsi diri dan menjadi tekanan pada penampilan fisik, terutama bagi remaja¹⁹.

¹⁴ Iskandar Yahya Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, "Pengaruh Terpaan Trend Tiktok Glow Up Terhadap Persepsi Standar Kecantikan Dan Motivasi Mempercantik Diri Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Unissula Skripsi," *Journal of Engineering Research*, 2023.

¹⁵ Anjani Nurdin et al., "Pengaruh Negatif Standar Kecantikan Dalam Media Sosial Terhadap Citra Diri Remaja Perempuan."

¹⁶ Tri Yuni Fatmawati and Fitrinanda An Nur, "20726-68013-1-Pb," 2023, 118–33.

¹⁷ Shiyam Jinda Rusdianto and Diah Ayu Candraningrum, "Pemanfaatan Teknologi Pada Industri Kecantikan Dalam Upaya Mengatasi Stigma Standar Kecantikan Perempuan," 2025, 154–61.

¹⁸ Anjani Nurdin et al., "Pengaruh Negatif Standar Kecantikan Dalam Media Sosial Terhadap Citra Diri Remaja Perempuan."

¹⁹ Mutya Ananda, Ahmad Suriansyah, and Wardah Refia Rafianti, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri Pada Generasi Z," 2024, 2279–89.

Media sosial sebagai koleksi perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Oleh karena itu media sosial menjadi perantara bagi orang-orang yang ingin mengekspresikan dirinya dan berkomunikasi antar sesama dari jarak yang jauh ataupun dekat²⁰.

Dari pengamatan selama satu bulan (April-Mei 2025) konten Tiktok yang sering muncul dalam *For You Page* (FYP) adalah tentang tutorial *Makeup* dasar dan lanjutannya (seperti bagaimana cara membuat wajah lebih tirus), transformasi wajah atau hidung menggunakan filter yang mengubah bentuk struktur wajah atau warna kulit sangat sering digunakan dan acapkali menggunakan *hashtag* *#GlowUp* atau *#NOFilterNeeded*. Kebanyakan tutorial yang kami dapati adalah mengubah warna asli kulit menjadi putih, para *content creator* atau MUA biasanya akan mengubah warna kulit, banyak orang yang menyalahgunakan dengan penggunaan *makeup*. Jarang sekali tutorial *makeup* yang dilakukan tanpa mengubah warna kulit, orang-orang biasanya akan menganggap *makeup* berhasil ketika mereka sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku, dari hal tersebut dapat kita ketahui banyak orang yang merasa dirinya *insecure* bahkan ketika mereka menggunakan riasan. Tetapi dari hasil pengamatan penulis sudah mulai ada *content creator* atau MUA yang menambahkan portofolio mereka dengan *makeup* yang tidak mengubah warna kulit sama sekali, hal itu menyita perhatian berbagai individu. Ada yang merasa setuju dengan yang dilakukan *content creator* atau MUA.

Selain itu ada beberapa *content creator* yang melakukan *challenge* tubuh langsing melalui diet yang ekstrem dan instan tanpa melakukan olahraga, ada juga yang mempromosikan produk pencerah tubuh, before-after skincare yang menekankan pada perubahan warna kulit sebagai suksesnya sebuah perawatan. Hal-hal tersebut yang memicu terjadinya rasa *insecure* dan pemikiran bahwa “cantik itu putih”. Media sosial menekankan pada aspek visual yang mendorong seseorang pada kecantikan fisik, penggunaan filter pada foto dan video menciptakan standar kecantikan dalam kehidupan yang sulit untuk dicapai²¹. Media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi arena utama dalam pembentukan persepsi standar kecantikan di kalangan Gen Z²². Algoritma TikTok yang mengutamakan visual dan popularitas konten menciptakan eksposur tinggi terhadap penampilan ideal yang seragam, kulit putih, wajah mulus, tubuh langsing, serta gaya hidup estetik. Dalam konteks teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann, TikTok berperan sebagai alat objektifikasi, yakni proses di mana representasi kecantikan tertentu dibentuk secara sosial dan dianggap sebagai kebenaran objektif oleh penggunanya.

Penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Dalam karyanya *The Social Construction of Reality*, mereka menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses dialektika antara eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, standar kecantikan dibentuk oleh interaksi sosial digital dan kemudian dianggap sebagai “realitas” yang harus diikuti²³. Filter, algoritma, dan konten viral menjadi

²⁰ Andi Setyawan, “Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok,” *Risenologi* 6, no. 1 (2021): 86–95, <https://doi.org/10.47028/j.risenologi.2021.61.155>.

²¹ Rasyid et al., “Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako).”

²² Ardine, “Transformasi Standar Kecantikan Indonesia Melalui Pemilihan Korean Brand Ambassador Produk Kecantikan Lokal.”

²³ Fajriatul Kamelia and Lukman Nusa, “Bingkai Media Online Coverage of Indonesia ’ s Debt in an Online,” *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018): 10–16, <https://doi.org/10.21070/kanal.v>.

alat objektivasi, di mana standar tersebut tampak seolah alamiah, padahal merupakan hasil konstruksi budaya. Observasi penulis terhadap konten TikTok menunjukkan bahwa banyak tutorial make-up menggunakan filter pemutih wajah atau mempersempit bentuk hidung, menandakan pengaruh kuat terhadap persepsi diri pengguna. Tagar seperti #GlowUp, #CantikItuPutih, atau #NoFilterNeeded digunakan secara luas, menandakan normalisasi terhadap standar tertentu. Namun, di sisi lain, terdapat pula konten *body positivity* dari kreator seperti @dwmalaa_ dan @juliarimbaa yang menyuarakan kecantikan alami, kulit sawo matang, dan keberanian tampil tanpa filter sebagai bentuk perlawanan terhadap standar homogen.

Dalam literatur, penelitian²⁴ menyatakan bahwa pengguna perempuan di TikTok dan Instagram merasa tekanan untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan dominan. Tren “Glow Up” di TikTok juga menunjukkan bahwa pengguna termotivasi untuk mempercantik diri demi memenuhi ekspektasi sosial digital. Hal ini memperkuat temuan bahwa TikTok tidak hanya mencerminkan, tetapi juga memperkuat konstruksi sosial standar kecantikan di era digital²⁵. Menurut beberapa orang, menggunakan filter cukup sewajarnya jadi saat menggunakan filter secara berlebihan itu akan membuat orang lain bingung dengan wajah aslinya. Menurut pengamatan yang penulis lakukan, pada saat ini sudah banyak yang menyadari penggunaan filter berlebihan ataupun mengedit bentuk wajah dan tubuh secara berlebihan akan terkesan lebih aneh dari aslinya. Tetapi mengapa orang tetap mempertahankan hal tersebut? Itu dikarenakan masih banyaknya haters yang melakukan *bullying* kepada orang tersebut, sehingga membuat rasa percaya diri orang tersebut hilang. Rasa percaya diri tidak dapat muncul begitu saja, rasa percaya diri timbul atas dukungan dari orang sekitar ataupun dari komentar sosial media mereka²⁶.

Banyak konten yang menampilkan dengan wajah bersih, mulus, dan tanpa noda yang diikuti dengan hashtag #SkinGoals atau #FlawlessSkin kerap memancing suatu individu untuk membandingkan dirinya dengan “idol” mereka yang memiliki kulit sempurna, sebagian besar penonton merasa tertarik dan menurut mereka “jadi lebih enak dilihat” ketika memiliki wajah seperti itu. Sebagian orang akan merasa tertarik dan mencari tutorial perawatan wajah, atau skincare apa yang “idol” mereka gunakan sehingga memiliki wajah seperti itu²⁷. Sebagian orang juga merasa *insecure* dan melontarkan komentar di video *idol* mereka seperti, “Awalnya cuma iseng nonton, tapi lama-lama aku mikir, ‘Kenapa aku nggak seputih itu?’ Padahal dulu aku nyaman saja dengan warna kulit sawo matang.” Hal tersebut sangat mempengaruhi mental seseorang, ditambah dengan komentar lain yang setuju seolah-olah semua wanita harus memiliki kulit seperti itu jika tidak maka wanita belum sepenuhnya cantik.

Salah satu *content creator* yang memiliki kulit berwarna tan sering membagikan edukasi melalui platform Tiktok adalah @juliarimbaa, ia sering memberikan edukasi kepada masyarakat melalui Tiktok tentang rasa percaya diri dan bagaimana menanggapi orang-orang yang merasa dia tidak

²⁴ Basir, Tsalatsa, and Kresna, “Persepsi Wanita Dalam Menentukan Standar Kecantikan Di Tiktok Dan Instagram.”

²⁵ Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, “Pengaruh Terpaan Trend Tiktok Glow Up Terhadap Persepsi Standar Kecantikan Dan Motivasi Mempercantik Diri Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Unissula Skripsi.”

²⁶ Ukhti Aisya Rania and Nina Yuliana, “Self Acceptance untuk Mengurangi Insecurity terhadap Standar Kecantikan Di Instagram,” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2, no. 6 (2023): 2023–54.

²⁷ Independen, “Kesetaraan Gender : Jurnal Internasional Anak Dan Konstruksi Sosial Kecantikan Di Era Digital : Interpretasi Gen Z Terhadap Standar Kecantikan Di Jakarta.”

mengikuti standar kecantikan tiktok saat ini. Dalam kolom komentar, banyak sekali komentar yang memberikan apresiasi kepada kak @juliarimbaa karena berkat dirinya, orang tersebut tidak lagi merasa insecure atas apa yang ia miliki. Namun tidak banyak juga yang menghina dan mengolok-olok karena mereka merasa pemilik akun Tiktok @juliarimbaa terlalu percaya diri dengan apa yang ia miliki.

@juliarimbaa juga sering membagikan tips atau rekomendasi makeup yang cocok untuk warna kulit yang sesuai dengan dirinya, dia juga memberikan tips cara menurunkan berat badan atau cara menjaga berat badan agar tetap ideal dengan cara olahraga dan menjaga pola makan. Ia juga mengatakan bahwa kesuksesan sebuah perawatan atau *skincare* bukan menjadikan kita putih, melainkan menjadikan kulit kita tetap sehat dan leboh cerah tanpa mengubah apa pun dari aslinya.

Ia juga mengatakan disalah satu video ketika ada yang memberikan komentar “*Mau secantik or sekaya apapun, kulit gelap bagi orang asia tetap jelek dan kasta terendah, standar asia kasta tinggi itu kulit putih*”. Kemudian ia membalas dengan menggunakan video dan mengatakan “*Ketika kemanapun ia pergi (diasia) ia mendapatkan perlakuan special ketika datang, memang memang jarang sekali melihan langsung kulit gelap akan sangat penasaran atau bahkan ada yang merasa takjub. Minder? Tentu tidak, mainlah yang jauh sayang supaya tidak termakan oleh omongan beberapa orang yang merasa kalau opini mereka adalah fakta. Ketika aku naik pun supirnya berusaha ngobrol lewat google translate dan memuji aku, jadi kalau kamu masih berada di lingkungan dimana kamu dianggap “rendah” hanya karena warna kulit kamu berbeda dari yang lain, berusahalah keluar dari zona tersebut. Kaena sia-sia sekalo jika hidup dipenuhi rasa insecure yang ditanamkan oleh beberapa orang yang memang tidak suka dengan kamu. Mengenali diri sendiri itu sangat penting. Kamu itu PENTING, maka dari itu jangan pernah stay dimana kamu dilihat sebelah mata, dan untuk orang yang menganggap kamu “rendah” biasanya justru dia orang yang rendah dan suka dikucilkan di lingkungannya!*”

Aspek	Hasil Observasi Lapangan (TikTok)	Hasil Penelitian Sebelumnya	Teori Konstruksi Sosial (Berger & Luckmann)
Represantasi Kecantikan	Mayoritas konten tampilkan kulit putih, wajah tirus, hidung mancung, wajah tanpa jerawat.	Penelitian Kunaraj (2023): “Glow up” jadi tekanan bagi pengguna wanita untuk tampil sesuai standar.	Objektifikasi: representasi visual dianggap sebagai realitas sosial objektif.
Perlawanan Terhadap Standar	Muncul akun-akun seperti @dwmalaa_ & @juliarimbaa yang mengedepankan self-love dan kulit sawo matang.	Ni MR Apriliani & CH Soetjningsih(2023): perbandingan penampilan kuat berhubungan dengan ketidakpuasan tubuh pada penggunaTikTok/Instagram.	Internalisasi: nilai-nilai baru yang diserap dalam kesadaran pengguna.
Peran Media Sosial	Algoritma TikTok memperbesar eksposur konten yang viral, memperkuat tren	Penelitian Basir dkk. (2022): Algoritma refleksi ruang keberagaman representasi.	Eksternalisasi: nilai sosial ditransformasikan melalui ekspresi

	kecantikan yang dominan.		digital massal.
Dampak Psikologis	Banyak komentar yang menunjukkan rasa insecure, iri, atau sebaliknya: merasa terwakili oleh konten non-konvensional.	Penelitian Anjani Nurdin dkk. (2024): Standar kecantikan memicu krisis kepercayaan diri remaja.	Realitas sosial terbentuk melalui interaksi & simbol secara kolektif.

C. Teori Konstruksi sosial

Teori konstruksi sosial Berger dapat diterapkan pada pandangan Yellow, karena persepsinya tentang kecantikan dibentuk oleh interaksi realitas subjektif dan objektif dalam interaksi sosial. Pembuatan feed Instagram yang dikurasi merupakan bentuk eksternalisasi, di mana individu membangun realitas sosial melalui interaksi digital²⁸. Hal ini sejalan dengan proses objektifikasi Berger, di mana standar kecantikan digital dianggap sebagai kebenaran objektif. Perspektif Yellow juga menggemakan kritik Naomi Wolf terhadap mitos kecantikan, yang mengkritik pergeseran dari kecantikan intrinsik ke bentuk komoditas berdasarkan representasi digital. Hal tersebut membuktikan bahwa masih banyak orang yang tidak bisa menerima dengan keberagaman warna kulit yang ada, sejatinya warna kulit asli Indonesia adalah sawo matang²⁹. Tetapi dengan adanya standar kecantikan yang ada menjadikan beberapa orang berpikir bahwa cantik itu harus putih dan memiliki wajah mulus tanpa noda, tanpa mereka tahu hormon yang dihasilkan setiap orang berbeda-beda.

Penelitian terhadap akun TikTok seorang *beauty vlogger* dari akun @dwmalaa_ yang memiliki kulit kusam, bertekstur dan banyak *darkspot*. Melalui konten make-up, *before-after*, dan perawatan wajah yang dibagikan, kreator ini tidak hanya menunjukkan keterampilan merias wajah, tetapi juga menyuarakan pesan penerimaan diri dan perlawanan terhadap standar kecantikan konvensional yang mengidealkan tubuh langsing dan wajah mulus³⁰. Hasil observasi dan analisis menunjukkan bahwa konten yang diunggah menciptakan ruang aman bagi pengguna TikTok, terutama mereka yang sering merasa tidak sesuai dengan standar kecantikan arus utama. Pesan-pesan positif seperti “kamu tetap cantik meskipun tidak memenuhi standar ideal” menjadi bentuk *empowering* yang memberikan dukungan emosional bagi *followers*-nya. Banyak komentar yang menunjukkan rasa terinspirasi, merasa “terwakili,” hingga mengaku mulai lebih percaya diri setelah mengikuti akun tersebut.

Namun, dampak dari konten ini tidak sepenuhnya positif. Di satu sisi, keberanian sang kreator dalam menunjukkan kecantikan autentik berhasil menginspirasi banyak orang dan membangun narasi baru tentang *self-love*. Di sisi lain, masih ditemukan komentar negatif dan *body shaming* dari pengguna lain yang menunjukkan bahwa standar kecantikan dominan masih mengakar kuat di masyarakat digital³¹. Hal ini menegaskan bahwa perjuangan untuk merekonstruksi standar kecantikan tidak mudah dan sering dihadapkan pada resistensi sosial. Secara keseluruhan, akun ini berperan penting dalam mendekonstruksi narasi kecantikan homogen di TikTok. Ia membuka ruang

²⁸ Kamelia and Nusa, “Bingkai Media Online Coverage of Indonesia ’s Debt in an Online.”

²⁹ Setyawan, “Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok.”

³⁰ Marika Tiggemann et al., “The Effect of Instagram ‘Likes’ on Women’s Social Comparison and Body Dissatisfaction,” *Body Image* 26 (2018): 90–97, <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>.

³¹ Nikol Kvardova et al., “Navigating Beauty Standards on Social Media: Impact of Appearance Activity on Adolescents’ Body Dissatisfaction,” *Journal of Youth and Adolescence*, 2025, <https://doi.org/10.1007/s10964-025-02159-y>.

diskusi, menghadirkan representasi alternatif dan menunjukkan bahwa kecantikan tidak tunggal, melainkan beragam. Dalam konteks Gen Z, akun ini menunjukkan bahwa media sosial bisa menjadi alat transformasi sosial, namun juga tetap menjadi medan pertempuran antara konstruksi lama dan gerakan baru.

Algoritma TikTok berperan penting dalam memperkuat konten tertentu, sehingga pengguna lebih sering terpapar pada jenis kecantikan yang spesifik. Hal ini dapat menciptakan bias dalam persepsi kecantikan, di mana pengguna mungkin merasa bahwa hanya satu jenis penampilan yang dapat diterima secara sosial³². Algoritma bertanggung jawab penuh untuk mengakurasi dan menampilkan video di FYP setiap pengguna. Setiap FYP unik, disesuaikan dengan minat dan preferensi spesifik masing-masing individu. Algoritma memiliki peran krusial dalam menciptakan dan menyebarkan tren. Ketika sebuah video (dengan sound, efek, atau format tertentu) mulai mendapatkan engagement tinggi dari sekelompok kecil pengguna, algoritma akan memperluas jangkauannya ke audiens yang lebih besar³³. Ini mendorong efek domino di mana ribuan atau jutaan orang mulai meniru, berpartisipasi, dan menyebarkan tren tersebut, menjadikannya viral.

Kesimpulan

Penelitian ini mengeksplorasi peran TikTok dalam konstruksi sosial standar kecantikan, khususnya dari perspektif Gen Z di era digital, dengan fokus pada beauty vlogger berkulit tan skin dan bertekstur. Temuan kami mengindikasikan bahwa TikTok, melalui algoritmanya yang personal dan format konten yang dinamis, berperan signifikan dalam mendekonstruksi standar kecantikan konvensional yang seringkali didominasi oleh citra kulit cerah, mulus, dan tanpa cela. Kami menemukan bahwa beauty vlogger dengan tan skin dan kulit bertekstur di TikTok tidak hanya berhasil mendapatkan visibilitas yang substansial, tetapi juga resonansi yang kuat di kalangan Gen Z. Generasi ini, yang tumbuh dalam lingkungan digital yang kaya akan informasi dan keragaman, menunjukkan preferensi dan penerimaan yang lebih tinggi terhadap representasi kecantikan yang otentik, inklusif, dan realistis. Video-video yang menampilkan rutinitas perawatan kulit untuk kulit bertekstur, tips makeup untuk tan skin, dan body positivity secara umum, berhasil menciptakan ruang di mana imperfection justru dirayakan sebagai bagian dari keunikan individu. Peran algoritma TikTok dalam fenomena ini sangat krusial. Algoritma, yang memprioritaskan engagement dan relevansi konten, memungkinkan video-video dari beauty vlogger tan skin dan kulit bertekstur untuk menjangkau audiens yang lebih luas yang mencari konten serupa³⁴. Ini menciptakan lingkaran umpan balik positif: semakin banyak Gen Z yang mencari dan berinteraksi dengan konten beauty vlogger non-konvensional, semakin algoritma merekomendasikannya, sehingga memperkuat narasi kecantikan yang lebih beragam. Kesimpulannya, TikTok berfungsi sebagai media katalisator yang memberdayakan Gen Z untuk mendefinisikan ulang standar kecantikan. Mereka tidak lagi hanya mengonsumsi citra kecantikan yang "disediakan," melainkan secara aktif mencari, menciptakan, dan mendukung representasi yang mencerminkan realitas dan keragaman mereka sendiri. Fenomena

³² Rusdianto and Candraningrum, "Pemanfaatan Teknologi Pada Industri Kecantikan Dalam Upaya Mengatasi Stigma Standar Kecantikan Perempuan."

³³ Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, "Pengaruh Terpaan Trend Tiktok Glow Up Terhadap Persepsi Standar Kecantikan Dan Motivasi Mempercantik Diri Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Unissula Skripsi."

³⁴ Ananda, Suriansyah, and Rafianti, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri Pada Generasi Z."

beauty vlogger dengan tan skin dan kulit bertekstur di TikTok adalah bukti nyata bahwa era digital ini memungkinkan konstruksi sosial standar kecantikan yang lebih inklusif, merayakan keaslian, dan menantang norma-norma lama. Ini menunjukkan pergeseran budaya yang signifikan di mana kecantikan dilihat sebagai spektrum luas keunikan, bukan sekadar cetakan yang homogen.

Daftar Pustaka

- Ananda, Mutya, Ahmad Suriansyah, and Wardah Refia Rafianti. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri Pada Generasi Z," 2024, 2279–89.
- Anjani Nurdin, Aulia, Axara Alejendra Anjani, Radiyya Alvaro Achmad Rabbani, Agus Mahardika, Handoyo Prasetyo Fakultas Hukum, Universitas Pembangunan Nasional, Jakarta RS Jl Fatmawati, Pondok Labu, and Jakarta Selatan. "Pengaruh Negatif Standar Kecantikan Dalam Media Sosial Terhadap Citra Diri Remaja Perempuan." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora Kultu Ra* 2985 5624, no. 7 (2024): 366–72.
- Apsari, Rani, Rini Darmastuti, Universitas Kristen, Satya Wacana, Analisis Resepsi, and Live Boldly. "PEMAKNAAN PEREMPUAN GENERASI Z TERHADAP STANDAR KECANTIKAN PADA KAMPANYE # LiveBoldly MEREK REVLON" 10, no. 1 (2025): 51–66.
- Ardine, Felisia. "Transformasi Standar Kecantikan Indonesia Melalui Pemilihan Korean Brand Ambassador Produk Kecantikan Lokal" 7, no. 3 (2024).
- Arulampalam Kunaraj, P.Chelvanathan, Ahmad AA Bakar, Iskandar Yahya. "Pengaruh Terpaan Trend Tiktok Glow Up Terhadap Persepsi Standar Kecantikan Dan Motivasi Mempercantik Diri Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Unissula Skripsi." *Journal of Engineering Research*, 2023.
- Asyahidda, Fajar Nugraha, and Abdul Azis. "Konformitas Dan Penyimpangan : Perspektif Sosiologis Tentang Pengalaman FoMo Di Kalangan Generasi Z Pada Media Sosial TikTok" 11 (2024): 120–32.
- Basir, Nur Sabrina Dewi, Salsabilla Liesvarastranta Tsalatsa, and Makhrus Tri Kresna. "Persepsi Wanita Dalam Menentukan Standar Kecantikan Di Tiktok Dan Instagram." *Seminar Nasional Ilmu Sosial* 1 (2022): 566–75.
- Fatmawati, Tri Yuni, and Fitrinanda An Nur. "20726-68013-1-Pb," 2023, 118–33.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme." *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (2021): 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Independen, Peneliti. "Kesetaraan Gender : Jurnal Internasional Anak Dan Konstruksi Sosial Kecantikan Di Era Digital : Interpretasi Gen Z Terhadap Standar Kecantikan Di Jakarta," 2025. <https://doi.org/10.22373/kesetaraan.v11i1.28836>.
- Kamelia, Fajriatul, and Lukman Nusa. "Bingkai Media Online Coverage of Indonesia ' s Debt in an Online." *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (2018): 10–16. <https://doi.org/10.21070/kanal.v.>
- Kvardova, Nikol, Hana Machackova, Chelly Maes, and Laura Vandenbosch. "Navigating Beauty Standards on Social Media: Impact of Appearance Activity on Adolescents' Body Dissatisfaction." *Journal of Youth and Adolescence*, 2025. <https://doi.org/10.1007/s10964-025-02159-y>.
- Rania, Ukhti Aisya, and Nina Yuliana. "Self Acceptance untuk Mengurangi Insecurity terhadap

- Standar Kecantikan Di Instagram.” *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 2, no. 6 (2023): 2023–54.
- Rasyid, Suardin Abd, Surahman Cinu, Nanang Wijaya, Ahmad Sinala, Sudirman K Uja, and Andi Riskan. “Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako).” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 4 (2024): 8887–8901.
- Rusdianto, Shiyam Jinda, and Diah Ayu Candraningrum. “Pemanfaatan Teknologi Pada Industri Kecantikan Dalam Upaya Mengatasi Stigma Standar Kecantikan Perempuan,” 2025, 154–61.
- Setyawan, Andi. “Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok.” *Risenologi* 6, no. 1 (2021): 86–95.
<https://doi.org/10.47028/j.risenologi.2021.61.155>.
- Tiggemann, Marika, Susannah Hayden, Zoe Brown, and Jolanda Veldhuis. “The Effect of Instagram ‘Likes’ on Women’s Social Comparison and Body Dissatisfaction.” *Body Image* 26 (2018): 90–97.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>.
- Wilmanda, Gesilia, and Nunik Hariyanti. “Shifting Indonesian Beauty Standards on TikTok @ Cadburylemonade : A Critical Discourse Analysis Study Pergeseran Standar Kecantikan Indonesiadi TikTok @ Cadburylemonade : Kajian Analisis Wacana Kritis” 13, no. 2 (2025): 75–89. <https://doi.org/10.21070/kanal.v13i2.1832>.