

**NEGOSIASI STANDAR KECANTIKAN DIGITAL DAN CITRA TUBUH
MAHASISWI MUSLIM; STUDI PADA MAHASISWA IAIN SULTAN
AMAI GORONTALO**

Nuraisah¹; Andi Oktami Dewi AAP²; Sunandar Macpal³

¹Prodi Sosiologi Agama, IAIN Sultan Amai Gorontalo, an1375760@gmail.com

²IAIN Sultan Amai Gorontalo; oktamidewi@iaingorontalo.ac.id

³IAIN Sultan Amai Gorontalo; sunandarmacpal@gmail.com

Article Info	Abstract
<i>Article History</i> Submitted: 15 – 04 - 2026 Accepted: 20 – 05 – 2026 Published: 01 – 06 - 2026 Key Words: <i>Body image; digital beauty standards; female students; negotiation; social media</i> <i>Correspondence:</i> an1375760@gmail.com	<i>This study aims to analyze the negotiation of digital beauty standards and body image formation among female students at IAIN Sultan Amai Gorontalo. The study is grounded in the increasing exposure to beauty, lifestyle, skincare, fashion, and ideal-body content on Instagram and TikTok, which encourages young women to evaluate their bodies through visual standards circulating in digital spaces. This research employed a descriptive qualitative method with a sociological approach. The participants consisted of six active female students aged 18-24 years who actively used Instagram and/or TikTok. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldana model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings show that digital beauty standards are not accepted in a single and passive manner by participants. Instead, they are negotiated through understanding, social comparison, pressure to follow trends, consumption of beauty products, body management, and critical awareness of social media realities. Some participants experienced body dissatisfaction and declining self-confidence after comparing themselves with influencers, celebrities, or other social media users. However, others used social media as a source of motivation for self-care, self-acceptance, and a broader understanding of beauty beyond physical appearance. This study confirms that body image among female students is formed through the interaction between digital beauty standards, social experiences, and digital literacy in filtering social media content.</i> Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis negosiasi standar kecantikan digital dan pembentukan citra tubuh mahasiswa IAIN Sultan Amai Gorontalo. Kajian ini berangkat dari meningkatnya paparan konten kecantikan, gaya hidup, skincare, fashion, dan tubuh ideal pada Instagram dan TikTok yang mendorong perempuan muda untuk menilai tubuhnya melalui standar visual yang beredar di ruang digital. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan sosiologis. Informan penelitian terdiri atas enam mahasiswa aktif berusia 18-24 tahun yang menggunakan Instagram dan/atau TikTok secara aktif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana melalui reduksi data, penyajian data, dan

	penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar kecantikan digital tidak diterima secara tunggal oleh informan, melainkan dinegosiasikan melalui proses pemahaman, perbandingan sosial, tekanan mengikuti tren, konsumsi produk kecantikan, pengaturan tubuh, serta kesadaran kritis terhadap realitas media sosial. Sebagian informan mengalami ketidakpuasan tubuh dan penurunan kepercayaan diri setelah membandingkan diri dengan influencer, selebritas, atau pengguna media sosial lain. Namun, sebagian lainnya menggunakan media sosial sebagai sumber motivasi merawat diri, membangun penerimaan diri, dan menilai kecantikan tidak hanya dari aspek fisik. Penelitian ini menegaskan bahwa citra tubuh mahasiswi terbentuk melalui interaksi antara standar kecantikan digital, pengalaman sosial, dan kemampuan literasi digital dalam menyaring konten media sosial.
--	--

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara generasi muda membangun identitas, menampilkan diri, dan memaknai tubuh. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang sosial tempat nilai, gaya hidup, dan standar kecantikan diproduksi serta disebarluaskan. Instagram dan TikTok, sebagai platform visual yang populer di kalangan mahasiswa, menghadirkan beragam konten mengenai kecantikan, skincare, fashion, pola makan, olahraga, dan gaya hidup ideal. Melalui unggahan foto, video pendek, filter, serta rekomendasi algoritmik, pengguna terus-menerus berhadapan dengan representasi tubuh yang dianggap menarik, layak ditiru, dan bernilai sosial.

Dalam kajian sosiologi, media sosial dapat dipahami sebagai ruang interaksi yang memungkinkan individu membangun profil, menjalin hubungan, serta mengamati aktivitas dan representasi diri pengguna lain (boyd & Ellison, 2007). Ruang digital tersebut memperluas arena sosialisasi karena nilai-nilai mengenai kecantikan, tubuh ideal, dan gaya hidup tidak hanya diperoleh dari keluarga atau lingkungan pergaulan, tetapi juga dari influencer, selebritas, kreator konten, dan komunitas virtual. Kondisi ini penting dikaji karena tubuh tidak hanya dimaknai sebagai realitas biologis, melainkan juga sebagai konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh norma, budaya, dan representasi visual yang beredar di masyarakat.

Salah satu konsep utama dalam kajian ini adalah citra tubuh. Cash dan Pruzinsky (2002) menjelaskan bahwa citra tubuh berkaitan dengan cara individu memandang, menilai, dan merasakan tubuhnya, baik dari segi bentuk, ukuran, penampilan, maupun kepuasan terhadap kondisi fisik. Citra tubuh tidak terbentuk secara terpisah dari lingkungan sosial. Ia dipengaruhi oleh pengalaman interpersonal, standar budaya, media, serta proses evaluasi diri. Dalam konteks media sosial, citra tubuh menjadi semakin rentan dipengaruhi oleh paparan visual yang menampilkan tubuh langsing, kulit cerah, wajah bersih, dan gaya hidup estetik sebagai simbol kecantikan dan keberhasilan sosial.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkaitan dengan meningkatnya perhatian terhadap penampilan fisik, perbandingan sosial, internalisasi standar kecantikan, dan ketidakpuasan tubuh. Fardouly dan Vartanian (2016) menegaskan bahwa perbandingan penampilan merupakan salah satu mekanisme penting yang menjelaskan hubungan antara media sosial dan kekhawatiran terhadap citra tubuh. Holland dan Tiggemann (2016) juga menunjukkan bahwa aktivitas berbasis foto pada jejaring sosial berhubungan dengan perhatian terhadap tubuh dan kecenderungan gangguan makan. Perloff (2014) menambahkan bahwa perempuan muda merupakan kelompok yang rentan karena mereka berhadapan dengan tekanan sosial mengenai tubuh ideal sekaligus kebutuhan untuk memperoleh pengakuan sosial di ruang digital.

Teori Perbandingan Sosial Festinger (1954) relevan untuk menjelaskan fenomena tersebut. Teori ini menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan mengevaluasi dirinya dengan membandingkan diri dengan orang lain. Dalam media sosial, perbandingan sosial menjadi lebih intens karena pengguna dapat mengakses representasi tubuh dan gaya hidup orang lain secara cepat, berulang, dan visual. Perbandingan tersebut sering kali bersifat upward comparison, yaitu membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih menarik, lebih ideal, atau lebih berhasil. Akibatnya, individu dapat mengalami ketidakpuasan tubuh, penurunan kepercayaan diri, atau dorongan untuk mengubah penampilan.

Meskipun demikian, pengaruh media sosial terhadap citra tubuh tidak dapat dipahami secara sederhana sebagai hubungan satu arah. Pengguna tidak selalu

menjadi penerima pasif dari standar kecantikan digital. Mereka dapat menyeleksi konten, mengkritisi penggunaan filter, membatasi paparan, menjadikan konten tertentu sebagai motivasi, atau menolak standar kecantikan yang dianggap tidak sesuai dengan pengalaman dan nilai pribadi. Oleh karena itu, konsep negosiasi digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan bahwa mahasiswi tidak hanya menerima standar kecantikan digital, tetapi juga menafsirkan, memilah, menyesuaikan, dan kadang menolak standar tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagian besar penelitian mengenai media sosial dan citra tubuh dilakukan pada remaja atau mahasiswa di konteks umum. Kajian yang secara khusus menelaah pengalaman mahasiswi pada lingkungan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam, termasuk IAIN Sultan Amai Gorontalo, masih perlu dikembangkan. Konteks kampus Islam penting karena mahasiswi hidup dalam lingkungan sosial yang tidak hanya dipengaruhi budaya digital, tetapi juga nilai kesopanan, etika kepribadian, dan relasi sosial kampus. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melihat apakah media sosial memengaruhi citra tubuh, tetapi bagaimana standar kecantikan digital dinegosiasikan oleh mahasiswi dalam pengalaman sosial mereka.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis negosiasi standar kecantikan digital dan pembentukan citra tubuh mahasiswi IAIN Sultan Amai Gorontalo. Secara khusus, penelitian ini mengkaji pemahaman mahasiswi mengenai citra tubuh, pengalaman mereka ketika berhadapan dengan standar kecantikan pada Instagram dan TikTok, serta strategi yang digunakan dalam merespons tekanan, perbandingan sosial, dan tren kecantikan digital. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap kajian sosiologi media, identitas diri, dan tubuh perempuan muda dalam masyarakat digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian mengenai citra tubuh menempatkan tubuh bukan semata aspek biologis, melainkan objek evaluasi psikososial yang dipengaruhi pengalaman personal, norma sosial, dan representasi media. Cash dan Pruzinsky (2002) menjelaskan bahwa citra tubuh mencakup persepsi, pikiran, perasaan, dan sikap

individu terhadap tubuhnya. Dalam perkembangan mutakhir, Tylka et al. (2023) menegaskan bahwa variabel media sosial perlu dibaca sebagai prediktor, mediator, dan moderator dalam pembentukan citra tubuh, sebab pengguna tidak hanya menerima konten, tetapi juga menafsirkan, membandingkan, dan mengelola paparan visual yang dikonsumsi.

Media sosial, khususnya platform visual seperti Instagram dan TikTok, menjadi ruang produksi dan sirkulasi standar kecantikan. Boyd dan Ellison (2007) menunjukkan bahwa situs jejaring sosial memungkinkan pengguna membangun profil, mengamati representasi diri orang lain, dan mempertahankan relasi sosial. Dalam konteks Indonesia, Nasrullah (2023) menempatkan media sosial sebagai ruang komunikasi dan budaya yang membentuk praktik presentasi diri. Karena itu, standar kecantikan digital dapat dipahami sebagai konstruksi sosial yang diproduksi melalui unggahan foto, video pendek, filter, algoritma, influencer, dan pola interaksi pengguna.

Teori Perbandingan Sosial Festinger (1954) menjadi pijakan untuk memahami mengapa paparan konten kecantikan dapat memengaruhi evaluasi diri. Individu cenderung menilai diri melalui perbandingan dengan orang lain, terutama ketika ukuran objektif tidak tersedia. Dalam media sosial, mekanisme ini menguat karena pengguna berhadapan dengan citra tubuh yang terkurasi dan sering kali lebih ideal. Fardouly dan Vartanian (2016) serta Jiotsa et al. (2021) menunjukkan bahwa frekuensi membandingkan penampilan dengan orang yang diikuti di media sosial berkaitan dengan ketidakpuasan tubuh dan dorongan untuk mencapai tubuh ideal.

Kajian lain menunjukkan bahwa aktivitas berbasis foto dan konten penampilan dapat memperkuat perhatian berlebihan pada tubuh. Holland dan Tiggemann (2016) menemukan hubungan antara penggunaan situs jejaring sosial dan kekhawatiran terhadap citra tubuh serta perilaku makan yang tidak sehat. Perloff (2014) menekankan bahwa perempuan muda menjadi kelompok rentan karena berada pada pertemuan antara tekanan kecantikan, kebutuhan pengakuan sosial, dan intensitas penggunaan media sosial. Dalam konteks penelitian ini, tekanan tersebut terlihat melalui konsumsi skincare, kecenderungan mengikuti tren, dan pengaturan tubuh yang dinegosiasikan oleh mahasiswi.

Namun, media sosial tidak selalu menghasilkan dampak negatif secara deterministik. Pengguna dapat membangun jarak kritis melalui literasi digital, pemilihan konten, pembatasan paparan, dan penerimaan diri. Tamplin et al. (2018) menunjukkan bahwa literasi media sosial dapat melindungi perempuan muda dari dampak negatif paparan gambar ideal terhadap citra tubuh. Smith et al. (2024) juga menemukan bahwa jeda penggunaan media sosial dapat meningkatkan harga diri dan citra tubuh perempuan muda. Dengan demikian, tinjauan pustaka ini menegaskan bahwa negosiasi standar kecantikan digital berlangsung melalui hubungan antara paparan visual, perbandingan sosial, tekanan konsumtif, literasi digital, dan penerimaan diri.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan sosiologis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berupaya memahami makna, pengalaman, dan proses sosial yang dialami mahasiswi ketika berhadapan dengan standar kecantikan digital di media sosial. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali pengalaman subjektif informan secara mendalam, terutama mengenai cara mereka memahami tubuh, membandingkan diri, merawat penampilan, serta membangun kesadaran kritis terhadap konten media sosial.

Penelitian dilaksanakan di IAIN Sultan Amai Gorontalo. Informan ditentukan melalui teknik purposive sampling dengan beberapa kriteria, yaitu mahasiswi aktif berusia 18-24 tahun, aktif menggunakan Instagram dan/atau TikTok, serta memiliki pengalaman mengakses konten yang berkaitan dengan kecantikan, penampilan fisik, gaya hidup, skincare, olahraga, atau diet. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian ini melibatkan enam informan dari fakultas yang berbeda. Jumlah informan dipilih karena data yang diperoleh telah menunjukkan pengulangan tema utama, terutama mengenai standar kecantikan, perbandingan sosial, tekanan mengikuti tren, konsumsi produk kecantikan, dan kesadaran kritis.

Tabel 1. Karakteristik Informan Penelitian

Informan	Usia	Fakultas	Media sosial dominan
Mahasiswa 1	24 Tahun	Syariah	Instagram

Mahasiswa 2	23 Tahun	Ushuluddin dan Dakwah	TikTok
Mahasiswa 3	20 Tahun	Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	TikTok
Mahasiswa 4	22 Tahun	Ekonomi dan Bisnis Islam	Instagram dan TikTok
Mahasiswa 5	21 Tahun	Ushuluddin dan Dakwah	TikTok dan Instagram
Mahasiswa 6	21 Tahun	Ushuluddin dan Dakwah	TikTok

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kebiasaan informan dalam menggunakan media sosial dan jenis konten yang sering mereka akses. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pemahaman informan mengenai citra tubuh, pengalaman ketika melihat konten kecantikan, proses perbandingan sosial, tekanan mengikuti tren, serta strategi menghadapi pengaruh media sosial. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung yang berkaitan dengan proses penelitian dan karakteristik informan.

Analisis data dilakukan secara interaktif mengikuti model Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang mencakup kondensasi atau reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilah data wawancara dan observasi yang relevan dengan fokus penelitian. Data kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa tema, yaitu pemahaman citra tubuh, standar kecantikan digital, perbandingan sosial, tekanan mengikuti tren, internalisasi standar kecantikan, perilaku konsumtif, budaya diet, dan kesadaran kritis. Tahap berikutnya adalah penyajian data dalam bentuk narasi tematik yang dipadukan dengan kutipan wawancara. Kesimpulan ditarik dengan melihat pola hubungan antartema dan mengaitkannya dengan teori perbandingan sosial serta kajian citra tubuh.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan pengalaman antarinforman, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan diberi penjelasan mengenai tujuan penelitian dan keterlibatan mereka bersifat sukarela. Data identitas informan disajikan sebatas

kode informan, usia, fakultas, dan media sosial dominan untuk menjaga kerahasiaan informasi personal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar kecantikan digital tidak bekerja secara tunggal dan mekanis. Media sosial memang menghadirkan standar visual mengenai tubuh langsing, kulit cerah, wajah mulus, penampilan rapi, dan gaya hidup estetik. Namun, informan merespons standar tersebut secara beragam. Sebagian mengalami tekanan, membandingkan diri, dan terdorong mengikuti tren. Sebagian lainnya membangun jarak kritis dengan menyadari adanya filter, penyuntingan, dan konstruksi citra pada media sosial. Temuan ini memperlihatkan adanya proses negosiasi antara standar kecantikan digital dan pengalaman tubuh informan dalam kehidupan sehari-hari.

Pemahaman Mahasiswi tentang Citra Tubuh dan Media Sosial

Seluruh informan memahami citra tubuh sebagai cara seseorang memandang, menilai, dan merasakan kondisi fisiknya. Citra tubuh tidak hanya dipahami sebagai ukuran tubuh, tetapi juga mencakup wajah, warna kulit, berat badan, cara berpakaian, serta kepercayaan diri ketika tampil di lingkungan sosial. Pemahaman ini terbentuk melalui pengalaman pribadi, interaksi dengan teman sebaya, lingkungan kampus, keluarga, dan paparan media sosial.

Instagram dan TikTok menjadi sumber penting bagi informan dalam memperoleh informasi mengenai kecantikan dan penampilan. Kedua platform tersebut menyajikan konten yang mudah diakses, visual, dan berulang. Informan tidak hanya melihat konten secara pasif, tetapi juga menilai, membandingkan, menyimpan referensi, dan terkadang mengikuti saran yang muncul melalui ulasan produk atau tren kecantikan. Dalam konteks ini, media sosial berfungsi sebagai agen sosialisasi baru yang memperluas standar kecantikan di luar lingkungan tatap muka.

Temuan tersebut sejalan dengan gagasan bahwa citra tubuh merupakan hasil interaksi antara persepsi individu dan pengaruh sosial (Cash & Pruzinsky, 2002). Media sosial menjadi ruang sosial yang mempercepat peredaran standar kecantikan sekaligus memperluas objek pembanding. Jika sebelumnya perbandingan lebih

banyak terjadi dengan teman atau lingkungan sekitar, media sosial memungkinkan informan membandingkan diri dengan influencer, selebritas, dan figur yang jauh dari kehidupan sehari-hari.

Standar Kecantikan Digital sebagai Ukuran Penampilan Ideal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar kecantikan yang paling sering ditemui informan di Instagram dan TikTok meliputi tubuh langsing, kulit putih atau cerah, wajah bersih tanpa jerawat, tubuh tinggi, gaya berpakaian rapi, dan penampilan yang dianggap estetik. Standar tersebut tidak selalu dinyatakan secara langsung, tetapi hadir melalui foto, video, tutorial makeup, ulasan skincare, konten fashion, konten olahraga, dan gaya hidup influencer. Paparan yang berulang membuat sebagian informan memandang standar tersebut sebagai ukuran kecantikan yang dominan.

Beberapa informan menjelaskan bagaimana media sosial membentuk pandangan mereka mengenai tubuh dan kecantikan:

“Ketika saya melihat dari Instagram sama Tiktok perempuan yang dibidang cantik itu biasanya yang badan langsing, kulit putih terus mukanya mulus jadi kadang saya berpikir harus seperti itu.”
(Mahasiswa 2)

“Dulu saya tidak terlalu memikirkan standar kecantikan namun setelah sering melihat konten yang ada di Tiktok saya mulai tahu bahwa standar cantik itu harus putih, kurus dan harus rapi penampilannya.” (Mahasiswa 5)

“Iya hampir semua yang viral di Instagram dan Tiktok itu tipenya sama yaitu putih, tinggi dan badan bagus jadi saya sudah menganggap yang ada di media sosial itu sudah mencerminkan standar kecantikan.” (Mahasiswa 4)

Kutipan tersebut memperlihatkan bahwa standar kecantikan digital bekerja melalui pengulangan visual. Konten yang viral cenderung menampilkan tipe tubuh dan wajah tertentu sehingga informan mulai mengidentifikasi pola kecantikan yang dianggap dominan. Mahasiswa 2 dan Mahasiswa 5 menunjukkan adanya perubahan cara pandang setelah sering melihat konten kecantikan, sedangkan Mahasiswa 4 memaknai konten viral sebagai representasi standar kecantikan yang berlaku di media sosial.

Dalam perspektif sosiologis, standar kecantikan digital dapat dipahami sebagai konstruksi sosial yang diproduksi dan direproduksi melalui platform. Influencer dan selebritas media sosial memiliki posisi penting karena mereka tidak hanya menampilkan penampilan fisik, tetapi juga menawarkan gaya hidup, produk, dan kebiasaan yang dianggap mendukung penampilan ideal. Dengan demikian, standar kecantikan tidak hanya menyangkut tubuh, tetapi juga praktik konsumsi, gaya hidup, dan performa diri.

Perbandingan Sosial dan Evaluasi Diri

Salah satu temuan utama penelitian ini adalah munculnya kecenderungan melakukan perbandingan sosial setelah menggunakan media sosial secara intensif. Hampir seluruh informan mengaku pernah membandingkan bentuk tubuh, warna kulit, penampilan wajah, hasil makeup, atau gaya hidup mereka dengan perempuan yang mereka lihat di media sosial. Proses ini menunjukkan bahwa media sosial memperluas ruang evaluasi diri karena informan tidak hanya menilai tubuhnya berdasarkan lingkungan sekitar, tetapi juga berdasarkan figur digital yang sering kali tampil sangat terkurasi.

Temuan ini sejalan dengan Teori Perbandingan Sosial Festinger (1954), yang menjelaskan bahwa individu mengevaluasi diri dengan membandingkan dirinya dengan orang lain. Dalam konteks Instagram dan TikTok, perbandingan sosial menjadi lebih kuat karena pengguna berhadapan dengan representasi visual yang terpilih, disunting, dan ditampilkan secara menarik. Akibatnya, informan dapat merasakan jarak antara kondisi tubuh dirinya dan standar yang tampak ideal di media sosial.

Hal ini terlihat dalam pernyataan informan berikut:

“Jujur kadang saya suka membandingkan diri dengan perempuan yang saya lihat di Tiktok karena hasil make up-nya begitu bagus, terlihat cantik terus ditambah dengan rasa percaya dirinya yang tinggi.”

(Mahasiswa 4)

“Ketika saya melihat teman atau influencer yang lebih cantik, kadang muncul rasa kurang percaya diri, merasa dirinya masih belum cukup baik.” (Mahasiswa 6)

*“Sering sih membandingkan diri dengan orang lain yang penampilannya cukup menarik, sampai saya berpikir ingin memperbaiki diri.”
(Mahasiswa 3)*

Ketiga kutipan tersebut menunjukkan pola perbandingan sosial yang serupa, tetapi dengan respons yang berbeda. Mahasiswa 4 membandingkan diri dengan perempuan di TikTok yang memiliki hasil makeup bagus dan rasa percaya diri tinggi. Mahasiswa 6 merasakan dampak emosional berupa kurang percaya diri dan merasa belum cukup baik. Sementara itu, Mahasiswa 3 menjadikan perbandingan sebagai dorongan untuk memperbaiki penampilan. Dengan demikian, perbandingan sosial tidak selalu menghasilkan dampak yang sama. Ia dapat menjadi sumber tekanan, tetapi juga dapat dimaknai sebagai motivasi untuk merawat diri.

Perbandingan sosial dalam penelitian ini terutama muncul dalam bentuk upward comparison. Informan membandingkan diri dengan figur yang dianggap lebih cantik, lebih percaya diri, atau lebih ideal. Kondisi ini dapat menurunkan kepuasan tubuh karena yang dijadikan pembandingan sering kali bukan realitas sehari-hari, melainkan citra digital yang sudah melalui proses kurasi. Namun, keberadaan kesadaran kritis dapat mengurangi dampak negatif tersebut karena informan mulai memahami bahwa tampilan media sosial tidak selalu mencerminkan kenyataan.

Tekanan Mengikuti Tren dan Perubahan Perilaku Penampilan

Paparan standar kecantikan digital juga menciptakan tekanan untuk mengikuti tren. Tekanan tersebut tidak selalu datang secara langsung, tetapi muncul dari perasaan takut tertinggal, ingin terlihat menarik, ingin memiliki bahan unggahan, atau ingin menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan. Media sosial membentuk ritme sosial baru ketika aktivitas sehari-hari, seperti pergi ke kafe, menggunakan skincare, atau berpenampilan rapi, dipahami sebagai bagian dari performa diri.

Beberapa informan menyampaikan pengalaman mereka sebagai berikut:

“Kadang saya merasa harus mengikuti tren yang ada seperti penampilan ketika kita keluar ke cafe, agar kita tidak ketinggalan dan

nantinya ada bahan story di Instagram karena kalau tidak seperti itu rasanya kurang update.” (Mahasiswa 2)

“Iya ada tekanan, seperti melihat teman-teman sudah menggunakan skincare atau bahkan mengikuti tren tertentu, jadi saya merasa ingin mengikuti sesuatu yang dilihat.” (Mahasiswa 1)

“Sejak di kota saya sering melihat media sosial sampai memakai skincare karena terpengaruh oleh tren yang ada di media sosial terus saya merubah penampilan, namun ini bukan hanya dipengaruhi oleh media sosial, namun faktor lingkungan juga yang mendukung.” (Mahasiswa 5)

Kutipan Mahasiswa 2 menunjukkan bahwa tekanan mengikuti tren tidak hanya berkaitan dengan tubuh, tetapi juga dengan kebutuhan tampil aktual di media sosial. Aktivitas sosial menjadi terkait dengan dokumentasi digital, misalnya membuat story Instagram. Mahasiswa 1 menekankan tekanan dari teman sebaya dan tren skincare, sedangkan Mahasiswa 5 menunjukkan bahwa media sosial bekerja bersama lingkungan sosial. Artinya, media sosial tidak berdiri sendiri, tetapi berinteraksi dengan konteks kota, teman, dan kebiasaan pergaulan.

Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa standar kecantikan digital tidak hanya mengubah cara informan menilai tubuh, tetapi juga memengaruhi praktik sehari-hari. Mahasiswi mulai lebih memperhatikan penampilan, menggunakan skincare, mengikuti tren fashion, menjaga pola makan, dan menyesuaikan diri dengan gaya yang dianggap menarik. Perubahan ini menunjukkan bahwa citra tubuh berhubungan dengan tindakan sosial, bukan hanya persepsi internal.

Internalisasi Standar Kecantikan dan Ketidakpuasan Tubuh

Internalisasi terjadi ketika standar kecantikan yang berasal dari luar diri diserap dan dijadikan ukuran untuk menilai tubuh sendiri. Dalam penelitian ini, internalisasi terlihat ketika informan mulai merasa perlu tampil seperti figur yang dilihat di media sosial. Standar digital mengenai tubuh ideal, wajah mulus, dan penampilan menarik tidak hanya dipahami sebagai informasi, tetapi juga menjadi acuan untuk menilai apakah diri sendiri sudah cukup menarik atau belum.

Sebagian informan mengalami ketidakpuasan tubuh sebagai akibat dari proses internalisasi tersebut. Hal ini tampak dalam kutipan berikut:

“Ketika saya sering menggunakan media sosial, saya jadi lebih memperhatikan penampilan, kadang merasa harus terlihat lebih menarik seperti orang-orang di Tiktok. Kalau saya melihat orang yang menurut saya cantik, saya jadi merasa kurang percaya diri.”
(Mahasiswa 3)

“Kalau saya tetap merawat diri, tapi tidak sampai merasa harus seperti standar kecantikan yang ada pada handphone, saya tetap merawat diri karena kemauan sendiri bukan karena tekanan yang ada di media sosial, hanya saja kalau saya mau lihat produk kecantikan yang bagus sebelum membeli produk itu biasanya masih melihat hasil review yang ada pada Tiktok kalau hasilnya bagus barulah saya beli produk tersebut di online.” (Mahasiswa 1)

Mahasiswa 3 menunjukkan adanya internalisasi yang cukup kuat karena konten TikTok membuatnya merasa harus terlihat lebih menarik. Perasaan kurang percaya diri muncul ketika ia membandingkan diri dengan orang yang dianggap cantik. Sebaliknya, Mahasiswa 1 menunjukkan bentuk negosiasi yang lebih selektif. Ia tetap merawat diri, tetapi menegaskan bahwa keputusan tersebut berasal dari kemauan sendiri, bukan semata-mata tekanan media sosial. Meski demikian, ia tetap menggunakan TikTok sebagai sumber referensi sebelum membeli produk kecantikan.

Perbedaan kedua informan menunjukkan bahwa internalisasi standar kecantikan tidak terjadi secara sama pada setiap individu. Sebagian informan menjadikan standar digital sebagai patokan evaluasi diri, sedangkan sebagian lainnya menempatkan media sosial sebagai referensi yang dapat dipilih sesuai kebutuhan. Di sinilah proses negosiasi terlihat: mahasiswi berada di antara penerimaan, penyesuaian, dan penolakan terhadap standar kecantikan digital.

Perbandingan Sosial dan Tekanan Psikologis

Perbandingan sosial juga berdampak pada kondisi psikologis informan. Beberapa informan mengaku pernah merasa tidak percaya diri, minder, atau merasa tidak cukup baik setelah melihat konten kecantikan di media sosial. Tekanan psikologis tersebut muncul karena tubuh diri sendiri dibandingkan dengan tubuh figur digital yang dianggap lebih ideal. Dampak ini tidak selalu berlangsung lama, tetapi cukup kuat untuk memengaruhi suasana hati dan evaluasi diri.

Tiga informan menggambarkan pengalaman tersebut sebagai berikut:

“Saya pernah merasa tidak percaya diri waktu selesai melihat artis Sandrinna Michelle di Instagram yang badannya terlihat bagus sangat ideal, wajahnya mulus. Saat itu muncul pikiran ternyata saya kurang cantik, kalau dibandingkan dengan yang saya lihat di media sosial.” (Mahasiswa 4)

“Kalau terlalu sering melihat konten kecantikan saya bisa kepikiran terus dan sampai tidak sadar membandingkan diri dengan apa yang saya lihat, padahal saya sudah tahu yang ditampilkan di media sosial itu, tidak semua nyata.” (Mahasiswa 2)

“Saya pernah merasa tidak cantik kalau dibandingkan dengan orang yang ada di media sosial, namun saya ingat bahwa setiap orang itu ada kelebihan masing-masing.” (Mahasiswa 3)

Mahasiswa 4 mengalami penurunan kepercayaan diri setelah melihat figur selebritas yang dianggap memiliki tubuh ideal dan wajah mulus. Mahasiswa 2 menunjukkan adanya konflik antara kesadaran rasional dan respons emosional. Ia mengetahui bahwa media sosial tidak selalu nyata, tetapi tetap dapat terbawa dalam proses perbandingan. Mahasiswa 3 juga mengalami perasaan tidak cantik, tetapi berusaha menyeimbangkan perasaan tersebut dengan mengingat bahwa setiap orang memiliki kelebihan masing-masing.

Temuan ini memperlihatkan bahwa literasi digital tidak selalu langsung menghilangkan dampak emosional media sosial. Informan bisa saja mengetahui bahwa konten media sosial menggunakan filter atau penyuntingan, tetapi tetap merasakan tekanan setelah terpapar visual ideal. Oleh karena itu, literasi digital perlu dipahami bukan hanya sebagai pengetahuan mengenai media, melainkan juga sebagai kemampuan reflektif untuk mengelola emosi, perbandingan sosial, dan penerimaan diri.

Perilaku Konsumtif, Skincare, dan Budaya Diet

Media sosial juga memengaruhi perilaku konsumsi informan. Ulasan produk, rekomendasi influencer, dan testimoni pengguna menjadi sumber pertimbangan sebelum membeli produk kecantikan. Dalam beberapa kasus, informan membeli produk karena tertarik pada hasil yang ditampilkan di TikTok. Selain itu, konten olahraga dan tubuh ideal juga mendorong informan mengatur pola makan atau melakukan olahraga untuk menjaga bentuk tubuh.

Pengalaman tersebut tampak dalam kutipan berikut:

“Ketika saya habis melihat hasil-hasil review skincare di Tiktok, saya sampai kepikiran ingin mencoba produk tersebut dan akhirnya saya memutuskan membelinya. Ketika saya memakai produk itu ternyata cocok dan saya masih menggunakan produk skincare itu sampai sekarang yang dari Emina.” (Mahasiswa 5)

“Saya pernah terpengaruh oleh konten olahraga yang menampilkan badan bagus sampai akhirnya jadi ikut diet, namun bukan diet yang ekstrem seperti tidak makan sampai sehari-hari. Saya lebih menjaga pola makan yang sehat menghindari makanan yang berminyak dan saya melakukan olahraga di kosan, kenapa saya melakukan semua itu karena ingin menjaga bentuk tubuh tetap ideal seperti yang pernah saya lihat di Tiktok.” (Mahasiswa 2)

“Saya pernah terpengaruh oleh produk kecantikan yang banyak ditampilkan di media sosial yaitu Tiktok, dan tanpa sadar membeli produk tersebut.” (Mahasiswa 4)

Kutipan Mahasiswa 5 dan Mahasiswa 4 menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai ruang rekomendasi produk. Ulasan yang tampak meyakinkan membuat informan tertarik mencoba produk kecantikan. Sementara itu, Mahasiswa 2 menunjukkan bahwa konten tubuh ideal dan olahraga memengaruhi praktik pengaturan tubuh. Diet yang dilakukan Mahasiswa 2 tidak ekstrem, tetapi tetap menunjukkan adanya dorongan untuk menjaga tubuh agar sesuai dengan gambaran ideal yang dilihat di TikTok.

Perilaku konsumtif dalam penelitian ini tidak semata-mata berarti pembelian berlebihan, tetapi menunjukkan bagaimana praktik konsumsi kecantikan terbentuk melalui validasi digital. Produk skincare, makeup, dan gaya hidup sehat menjadi bagian dari upaya menegosiasikan citra tubuh. Informan tidak hanya membeli produk karena kebutuhan fisik, tetapi juga karena adanya harapan untuk mendekati standar kecantikan yang beredar di media sosial.

Kesadaran Kritis dan Penerimaan Diri

Meskipun media sosial memiliki pengaruh kuat, penelitian ini menemukan bahwa sebagian informan tidak menerima standar kecantikan digital secara pasif. Mereka mulai menyadari bahwa banyak konten media sosial telah melalui proses penyuntingan, penggunaan filter, pencahayaan, angle kamera, dan pemilihan

momen tertentu. Kesadaran ini membuat informan lebih hati-hati dalam menjadikan media sosial sebagai ukuran kecantikan.

Kesadaran kritis tersebut terlihat dalam pernyataan informan berikut:

“Sekarang saya mulai sadar kalau yang ada di media sosial itu tidak semuanya nyata, sudah banyak yang menggunakan filter.”

(Mahasiswa 4)

“Kalau saya berusaha tidak terlalu terpengaruh karena sudah tahu, itu hanyalah efek cantik yang sudah tersedia dan saat seseorang tersebut dilihat secara langsung itu hanya biasa.” (Mahasiswa 6)

“Menurut saya cantik itu tidak hanya dilihat dari fisik namun bisa juga dilihat dari sifat dan kepribadian orang tersebut.” (Mahasiswa 1)’

Mahasiswa 4 dan Mahasiswa 6 menunjukkan kesadaran terhadap konstruksi visual di media sosial. Mereka memahami bahwa tampilan cantik sering kali dibantu filter dan efek digital. Mahasiswa 1 memperluas makna kecantikan dengan menekankan sifat dan kepribadian. Pernyataan ini penting karena menunjukkan adanya negosiasi nilai: kecantikan tidak sepenuhnya mengikuti standar fisik digital, tetapi juga dihubungkan dengan kualitas diri nonfisik.

Temuan ini memperkuat pentingnya literasi digital sebagai faktor pelindung. Tamplin, McLean, dan Paxton (2018) menunjukkan bahwa literasi media sosial dapat membantu mengurangi dampak negatif paparan gambar ideal terhadap citra tubuh. Dalam penelitian ini, literasi digital muncul dalam bentuk kemampuan mengenali filter, memahami bahwa media sosial tidak selalu nyata, memilih konten yang lebih positif, dan membangun penerimaan diri. Dengan kata lain, negosiasi terhadap standar kecantikan digital terjadi ketika informan mampu mengambil manfaat media sosial tanpa menjadikannya sebagai satu-satunya ukuran nilai diri.

Negosiasi Standar Kecantikan Digital dalam Konteks Mahasiswi IAIN Sultan Amai Gorontalo

Secara keseluruhan, penelitian ini menemukan bahwa mahasiswi IAIN Sultan Amai Gorontalo menegosiasikan standar kecantikan digital melalui tiga

pola. Pertama, pola penerimaan selektif, yaitu ketika informan menerima sebagian standar kecantikan digital sebagai referensi merawat diri, memilih skincare, memperbaiki penampilan, atau menjaga pola hidup sehat. Kedua, pola tekanan dan penyesuaian, yaitu ketika informan merasa kurang percaya diri, membandingkan diri, dan terdorong mengikuti tren agar tidak tertinggal secara sosial. Ketiga, pola kritik dan penerimaan diri, yaitu ketika informan menyadari bahwa kecantikan digital sering kali dikonstruksi melalui filter, penyuntingan, dan performa media sosial sehingga tidak dapat dijadikan ukuran mutlak.

Konteks kampus Islam menjadi latar sosial yang penting karena informan tidak sepenuhnya memaknai kecantikan sebagai urusan fisik. Meskipun data penelitian menunjukkan bahwa media sosial sangat kuat dalam membentuk perhatian terhadap penampilan, terdapat pula pandangan bahwa kecantikan berkaitan dengan sifat, kepribadian, dan cara seseorang membawa diri. Dengan demikian, standar kecantikan digital berhadapan dengan nilai personal dan sosial yang lebih luas. Hal ini menjadi kontribusi penelitian karena citra tubuh tidak hanya dilihat sebagai dampak media sosial, tetapi sebagai hasil negosiasi antara budaya digital, pengalaman sosial, dan nilai diri mahasiswi.

Implikasi penelitian ini menunjukkan perlunya penguatan literasi digital di kalangan mahasiswa, khususnya terkait kemampuan mengenali konstruksi visual, membedakan kebutuhan perawatan diri dan tekanan konsumtif, serta mengelola perbandingan sosial. Kampus dapat mengambil peran melalui edukasi mengenai penggunaan media sosial yang sehat, kesehatan mental, penerimaan tubuh, serta kesadaran bahwa nilai diri tidak hanya ditentukan oleh standar visual yang beredar di ruang digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa standar kecantikan digital berperan dalam pembentukan citra tubuh mahasiswi IAIN Sultan Amai Gorontalo. Instagram dan TikTok menghadirkan representasi kecantikan yang dominan, seperti tubuh langsing, kulit cerah, wajah mulus, penampilan rapi, dan gaya hidup estetik. Paparan terhadap standar tersebut mendorong informan untuk memperhatikan

penampilan, membandingkan diri, mengikuti tren, menggunakan skincare, mengatur pola makan, dan berolahraga.

Namun, pengaruh media sosial terhadap citra tubuh tidak berlangsung secara pasif dan tunggal. Mahasiswi menegosiasikan standar kecantikan digital melalui pengalaman yang beragam. Sebagian informan mengalami ketidakpuasan tubuh, penurunan kepercayaan diri, dan tekanan psikologis setelah membandingkan diri dengan influencer, selebritas, atau pengguna media sosial lainnya. Sebagian lainnya menjadikan media sosial sebagai sumber motivasi untuk merawat diri secara sehat dan lebih selektif dalam memilih konten.

Temuan utama penelitian ini adalah bahwa citra tubuh mahasiswi terbentuk melalui proses negosiasi antara standar kecantikan digital, pengalaman sosial, dan kemampuan literasi digital. Kesadaran bahwa konten media sosial tidak selalu nyata, penggunaan filter, serta pemahaman bahwa kecantikan tidak hanya bersifat fisik menjadi faktor penting dalam membangun penerimaan diri. Dengan demikian, media sosial dapat memberikan dampak negatif maupun positif, tergantung pada cara informan menyaring, memaknai, dan menggunakan konten yang mereka konsumsi.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat Teori Perbandingan Sosial dengan menunjukkan bahwa media sosial memperluas arena pembandingan dan mempercepat proses evaluasi diri. Secara praktis, penelitian ini merekomendasikan perlunya edukasi literasi digital, kesehatan mental, dan penerimaan tubuh di lingkungan kampus. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan informan yang lebih beragam, baik dari sisi jenis kelamin, program studi, maupun perguruan tinggi, serta mengkaji hubungan antara citra tubuh, kesehatan mental, religiusitas, dan intensitas penggunaan media sosial secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2016). Sikap manusia: Teori dan pengukurannya. Pustaka Pelajar.
- boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. Guilford Press.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100-110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 2880. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>
- Laila. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Cet. 2). Rosda Karya.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage Publications.
- Mulyana, D. (2012). *Metode penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2023). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71, 363-377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Smith, O. E., Mills, J. S., & Samson, L. (2024). Out of the loop: Taking a one-week break from social media leads to better self-esteem and body image among young women. *Body Image*, 49, 101715. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101715>
- Stein, J.-P., Krause, E., & Ohler, P. (2021). Every (Insta)Gram counts? Applying cultivation theory to explore the effects of Instagram on young users' body image. *Psychology of Popular Media*, 10(1), 87-97. <https://doi.org/10.1037/ppm0000268>
- Sugiyono. (2012). *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta.

Sukardi. (2013). Metodologi penelitian. Bumi Aksara.

Sumanto. (1991). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktis. Rineka Cipta.

Sumanto. (2014). Teori dan aplikasi metode penelitian. CAPS.

Tamplin, N. C., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2018). Social media literacy protects against the negative impact of exposure to appearance ideal social media images in young adult women but not men. *Body Image*, 26, 29-37. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.05.003>

Tylka, T. L., Rodgers, R. F., Calogero, R. M., Thompson, J. K., & Harriger, J. A. (2023). Integrating social media variables as predictors, mediators, and moderators within body image frameworks: Potential mechanisms of action to consider in future research. *Body Image*, 44, 197-221. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.004>