



Volume 6 (2) (2022): 12-20

The Indonesian Journal of Social Studies

Available at <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpips/index>

Analisis Teori Looking-Glass-Self Cooley: Fenomena Eksistensi Akun Kampus Cantik dan Konstruksinya di Masyarakat

Maya Shafira ¹⁾, Siti Komariah, M.Si., Ph.D. ²⁾, Puspita Wulandari, M. Pd³⁾*

1) Universitas Pendidikan Indonesia

2) Universitas Pendidikan Indonesia

3) Universitas Pendidikan Indonesia

Abstrak

Jagat maya senantiasa mempunyai perannya dalam mendapatkan respons masif dari masyarakat. Penelitian ini mengelaborasi hadirnya akun @/kampus.cantik pada media Instagram dan relasinya terhadap konsep diri serta konstruksinya di masyarakat berdasarkan teori Interaksi Simbolik menurut pandangan Charles Horton Cooley. Metode penelitian dalam tulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka yang mengacu kepada berbagai literatur terkait. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa menganalisis serta mengkollektifkan berbagai bahan pustaka pengkajian melalui buku, jurnal, artikel, serta sumber kredibel lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat relevansi antara teori interaksi simbolik Cooley mengenai Looking Glass Self dengan konsep diri akibat munculnya akun @/kampus.cantik diiringi dengan beredarnya standar kecantikan yang diciptakan oleh masyarakat serta faktor eksternal lainnya. Sehubungan dengan adanya konstruksi sosial tersebut mempertajam standar kecantikan di masyarakat juga menormalisasikan adanya objektifikasi terhadap wanita.

Kata Kunci: Teori Looking-Glass-Self, Akun Kampus Cantik/Ganteng, Konsep Diri, Standar Kecantikan

Abstract

The virtual universe always has its role in getting a massive response from society. This research elaborates on the presence of the @/kampus.cantik account on Instagram media and its relation to self-concept and its construction in society based on the theory of Symbolic Interaction according to Charles Horton Cooley's view. The research method in this paper uses a qualitative approach with literature study methods referring to various related literature. This study uses data collection techniques in the form of analyzing and collecting various literature review materials through books, journals, articles, news websites and other credible sources. The results of the study show that there is relevance between Cooley's symbolic interaction theory regarding the Looking Glass Self and self-concept resulting from the appearance of the @/kampus.cantik account accompanied by the circulation of beauty standards created by society and other external factors. In connection with this social construction, it sharpens beauty standards in society and normalizes the objectification of women.

Keywords: Looking-Glass-Self Theory, Kampus.cantik/ganteng account, Self-concept, beauty standards

*Corresponding author:

E-mail: 2004979@upi.edu

e-ISSN 2615-5966 (Online)

This is an open access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Derasnya arus teknologi serta pengembangan internet yang kian canggih menjadi pendorong kebutuhan masyarakat luas dalam melakukan interaksi serta komunikasi secara instan. Hadirnya internet menjadi penyalur antara masyarakat dengan media yang setiap harinya selalu memberikan “kejutan” baik berupa berita, perbincangan hangat maupun trending topik dalam lingkup global. (Maulidya Indah Mega Saputri & Milda Longgeita Pinem, 2022). Penyebaran informasi di internet yang masif dan instan menyebabkan hadirnya dampak positif maupun negatif sebab internet masa kini dipandang sebagai dua sisi koin yang berbeda. Eksistensi dari internet dewasa ini dapat disebut sebagai tumpuan dari ICT (Information Communication Technology) yang mempunyai peran besar sebagai agen perubahan perilaku masyarakat di masa kini. (Prastiyo, 2018). Kelahiran sosial media merupakan salah satu dampak dari masifnya penggunaan internet sebagai wadah untuk berinteraksi dan berkomunikasi di era digital.

Kemajuan teknologi dapat ditinjau oleh hadirnya beragam sosial media. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *platform* Manajemen Media Sosial HootSuite serta suatu agensi marketing social yakni We Are Social dengan judul “Global Digital Reports 2020” melaporkan bahwasannya sejumlah 64% masyarakat Indonesia telah terhubung dengan jaringan internet terkoneksi dengan (Hanika, 2020:154). Separuh penduduk negara Indonesia pun merupakan pengguna aktif media sosial. Media sosial mempunyai efek yang begitu masif dalam kehidupan maupun gaya hidup masyarakat dewasa ini. Apabila ditinjau beberapa tahun sebelumnya, begitu banyak pengguna smartphone telah bermigrasi kepada dunia digital serta dominan menghabiskan waktunya melalui media sosial. Hal ini disebabkan adanya perkembangan antara kuantitas serta kualitas dari media sosial yang kian meningkat setiap harinya. (Irza, 2021).

Fokus dari penelitian ini adalah bagaimana media Instagram menjadi wadah publikasi di balik akun @/kampus.cantik serta meninjau efek dari keberadaan akun ini terhadap konstruksi sosial di masyarakat. Persepsi khalayak umum mengenai konsep “kecantikan” maupun stereotip “cantik” tidak pernah jauh dari ekpos media. Seiring berjalannya waktu, isu kecantikan senantiasa mengalami tren yang dimodifikasi. Perubahan ini adalah bentuk nyata reaksi masyarakat terhadap keadaan sosial, ekonomi maupun politik yang dilihat oleh kelompok kapitalis dalam rangka melanggengkan hadirnya standar-standar subjektif melalui pembentukan produk ekonominya. (Storey, 2009: 2-5). Mitos kecantikan selanjutnya diciptakan melalui berbagai hembusan diskursif berupa media sinematografi, iklan pemasaran, buku, serta media sosial. Hadirnya revolusi serta penyanjungan dari konsep kecantikan adalah efek dari modernisasi juga akulturasi kebudayaan. Apabila ditinjau berdasarkan perspektif peran, tahap penetrasi konstruksi ini pula didukung oleh modernisasi teknologi. (Maulidya Indah Mega Saputri & Milda Longgeita Pinem, 2022)

Media mendeskripsikan standar kecantikan melalui perspektif yang dianggap provokatif melalui upaya-upaya insidental yang mengelaborasi konsep cantik yang dirasa ideal. Ideal disini berarti mengacu terhadap suatu pernyataan yang dikutip oleh Muzayin Nazaruddin dalam Marlianti (2012:69) dalam Media Jurnalisme dan budaya populer menyatakan bahwa cantik secara konsep yang ditampilkan menurut media yakni “*Bertubuh kurus, proporsi badan langsing, berkulit putih, berambut lurus hitam panjang, berpenampilan modis, senantiasa menjaga penampilan, serta kerap kali melakukan perawatan tubuh supaya terlihat awet muda.*”. Sedangkan realitasnya, rata-rata perempuan di Indonesia mempunyai warna kulit kuning langsung hingga kecoklatan. Justru, warna kulit ini lah yang menjadi ciri khas dari masyarakat Indonesia pada

umumnya. Pada zaman dahulu, penduduk Pulau Jawa beranggapan bahwa perempuan yang mempunyai warna kulit kuning langsung dianggap sebagai perempuan yang cantik. (Irza, 2021).

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk membahas kasus akun kampus cantik yang tengah beredar di masyarakat serta kaitannya dengan konstruksi sosial di masyarakat berdasarkan teori Looking-Glass-Self oleh Charles Horton Cooley.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dari berbagai sumber kredibel seperti buku, artikel, jurnal dan lainnya. Denzin dan Lincoln dalam Yadani (2017:6) memberikan pernyataan bahwasannya penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berlatar alamiah dan bermaksud untuk memberikan penafsiran terhadap fenomena yang tengah berlangsung serta dilakukan dengan mencakup berbagai metode yang ada. Al-Ghazaruty dalam Nilamsari (2017:1) memaparkan bahwasannya penelitian kualitatif diterapkan dalam rangka mengungkap problematika dari berbagai aspek kehidupan misalnya kinerja organisasi pemerintahan, swasta, masyarakat, pemuda, wanita, olah raga, kesenian, kebudayaan dan lainnya yang dapat menjadi kebijakan demi kesejahteraan bersama. (Prayogi, 2021)

Penulisan penelitian dilakukan melalui tahapan penelusuran data berdasarkan berbagai literatur rujukan yang membahas mengenai pembahasan terkait dalam artikel/tulisan mengenai Fenomena Akun Kampus Cantik. Berbagai rujukan dalam penelitian ini dipublikasikan di media publik sehingga mudah untuk di akses secara fleksibel baik melalui kepustakaan maupun internet. Penelitian ini merupakan hasil elaborasi berdasarkan berbagai rujukan yang terkait. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

1. Bagaimana korelasi antara akun kampus cantik dengan konsep dan kepercayaan diri?
2. Bagaimana relevansi antara akun kampus cantik dengan standar kecantikan di masyarakat?
3. Bagaimana korelasi antara akun kampus cantik dengan objektifikasi pada perempuan?
4. Bagaimana tinjauan antara fenomena akun kampus cantik dengan teori *looking-glass-self* oleh Cooley?

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Akun Kampus Cantik serta Kaitannya dengan Konsep dan Kepercayaan Diri

Seiring dengan berkembangnya zaman, teknologi terkhususnya penggunaan media sosial kerap menciptakan standar kecantikan semakin menundukkan derajat perempuan. Hal ini diperparah dengan adanya fakta bahwasannya sebagian besar pengguna media Instagram di dominasi oleh kelompok perempuan. Instagram memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada para penggunanya dalam mengeksplorasi, mengunggah juga memberikan interaksi berupa *like* dan *comment* kepada orang lain. Oleh karenanya, platform Instagram kini berperan sebagai sarana untuk mengaktualisasi dan memberikan validasi individu sebab melalui media sosial performa dan penampilan seseorang akan dinilai dan akan memberikan respons beragam, mulai dari pujian, sindiran hingga hujatan. (Mahanani, 2020:450). Realitasnya, terdapat berbagai efek dari penggunaan Instagram, salah satunya krisis kepercayaan diri. Perilaku percaya diri bukan sifat bawaan ataupun turunan, melainkan didapat berdasarkan pengalaman hidup yang diperoleh melalui pendidikan maupun aktivitas lainnya dalam rangka menciptakan kepercayaan diri. Gutara, Rangka & Prasetyaningtyas (2017) menyatakan bahwasannya tanda seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan yang baik diantaranya mandiri, toleran, optimis, yakin dengan pendapatnya sendiri, tidak egois serta tidak berlebihan. Setiap orang harus mengetahui kualitas

serta potensi yang dimilikinya sehingga ia mampu mengembangkan potensi itu dan mencapai keinginan yang telah direncanakannya.

Kurangnya rasa kepercayaan Diri adalah sikap yang akan memberikan dorongan dalam ketidakcakapan serta bersifat paling merugikan. Adanya anggapan takut merasakan gagal, takut melakukan kesalahan, takut akan adanya penolakan dan jantung yang berdegup kencang diiringi dengan perasaan gundah dan tidak tenang sebelum melakukan suatu perilaku, perbuatan ataupun aktivitas yang ternyata mampu menyita energi seseorang. Bagaimana seseorang merespons rangsangan yang bersumber dari luar akan menentukan konsep diri. Apabila seseorang mempunyai konsep diri yang bernilai positif, maka ia akan merespons suatu rangsangan dengan hal yang positif pula. Ia akan termotivasi untuk berperilaku positif dalam bentuk penerimaan dan pencarian dalam melakukan sesuatu hal (Surya, 2007) dalam (Putri & Adawiyah, 2020). Terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan Diri seseorang (Kartini, 2019) diantaranya keadaan fisik, konsep diri, harga diri, interaksi sosial dan jenis kelamin.

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti dapat dikatakan bahwa hadirnya akun kampus cantik semakin mempertajam konsep “cantik” bagi perempuan, sebab terlihat jelas dari unggahan-unggahan yang ada bahwa perempuan yang ada dalam laman Instagram tersebut adalah mereka yang mempunyai fisik sesuai dengan standar kecantikan yang diciptakan oleh masyarakat. Banyak dari perempuan yang terobsesi untuk ada di akun kampus cantik tersebut sebagai ajang validasi diri oleh khalayak umum. Hal ini didukung dengan kolom komentar yang kerap kali menyanjung kecantikan dari foto perempuan yang ada dalam unggahan tersebut. Namun, selayaknya dua sisi koin, terdapat pula komentar yang mengarah kepada rayuan hingga cacian pada suatu unggahan.



Gambar 1: Komentar dalam salah satu unggahan akun uicantik.id

2. Akun Kampus Cantik dan Relevansinya dengan Standar Kecantikan

Standar kecantikan merupakan acuan yang dijadikan dalam rangka mengukur keelokan seseorang. Cantik secara denotatif yaitu perempuan yang memiliki kulit putih, bebas dari jerawat, bibir tipis dan mata yang indah. Sedangkan makna cantik secara konotatifnya yaitu perempuan yang memakai hijab, memiliki aura positif dan juga pintar (Oktaviani, 2016). (Rohmah, Chozinatul;

Huda, 2020). Secara khusus menurut Goodman (2008) dalam (Morris, 2013), obsesi penggambaran kecantikan dalam budaya saat ini, yaitu di mana perempuan diekspos untuk mempersempit gagasan tentang daya tarik dan digambarkan sebagai anak muda, memiliki tubuh yang kurus, mata besar, bibir penuh, kulit mulus, dan tulang pipi yang tinggi, wanita akan lebih cenderung berpikir penggambaran tersebut nyata dan dapat dicapai. (Sekarwening, 2021). Standarisasi kecantikan muncul melalui pengidealisasi rupa perempuan di dalam media. Di saat media menampilkan rupa-rupa ideal perempuan, disaat itu pula secara tidak sadar masyarakat mulai menetapkan standar-standar kecantikan. Konsumsi terhadap media seperti majalah, baik online maupun cetak, yang banyak membahas tentang perempuan memiliki pengaruh terhadap rasa kurang puas terhadap penampilan diri sendiri. Informasi yang disampaikan oleh media justru seringkali dijadikan sebagai bahan untuk mengoreksi penampilan perempuan. Jadi dapat dikatakan bahwa media berperan sebagai perbandingan sosial bagi perempuan. Pada dasarnya iklan kecantikan dan media terlembah sosial media menjadi suatu barometer tersendiri bagi perempuan. Melalui iklan kecantikan munculah standar-standar cantik yang kemudian selalu diikuti oleh perempuan.

Tekanan yang hadir sebab adanya anggapan ingin mempunyai kecantikan kini menjadi suatu hal yang natural dan dibutuhkan sebab hal ini bersifat biologis, seksual serta evolusioner (Wolf, 2004: 29) dalam (Islamey & Semarang, 2020). Dikutip melalui Plato dalam bukunya yang bertajuk "Symposium" terdapat percakapan familiar mengenai konsep-konsep ideal yang abadi dan tidak akan pernah berubah: "Perempuan senantiasa menderita untuk dapat menjadi sosok yang cantik". Pada akhirnya, perempuan berlomba-lomba agar menjadi "cantik" diiringi dengan standar kecantikan yang realitasnya bias di masyarakat. Hal ini berimbas pada haidrnya konstruksi sosial di khalayak umum, khususnya masyarakat Indonesia bahwasannya cantik itu bertubuh langsing dengan warna kulit putih, bentuk hidung mancung dan bentuk wajah yang simetris. Maka, perempuan lain yang mempunyai rahang maju misalnya maupun mempunyai kulit berwarna coklat, hidung pesek dan berpostur gendut tidak termasuk ke dalam kategori perempuan yang cantik. Pada akhirnya, beberapa perempuan yang terobsesi menjadi cantik memutuskan untuk mengubah fisiknya dengan tujuan diterima di masyarakat. (Shandy, 2022)

Hadirnya akun kampus.cantik menjadi satu hal pendorong yang mempertajam standar kecantikan yang dianggap bias di masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan kriteria-kriteria perempuan yang diunggah pada laman Instagram uicantikid merupakan mereka yang dianggap "cantik" secara konstruksi seperti warna kulit putih, rambut lurus, postur tubuh ramping dan lain sebagainya. Dengan demikian, semakin banyak perempuan yang berlomba-lomba untuk memenuhi standar kecantikan karena unggahan akun kampus cantik yang memperjelas konsep cantik secara denotatif.



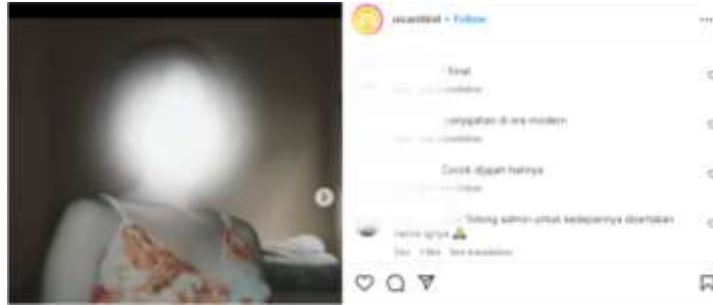
Gambar 2: Laman pada akun Instagram uicantikid yang menampilkan perempuan "cantik" secara denotative

3. Akun Kampus Cantik dan Korelasinya dengan Objektifikasi pada Perempuan

Objektifikasi didefinisikan sebagai suatu perlakuan sebagai hal lain ketika seseorang memberikan perlakuan sebagai objek terhadap suatu hal yang bukan objek, dan sebenarnya merupakan manusia. (Nussbaum 1995:254) dalam (Rizaldy, 2020). Realitasnya, ketika perempuan berperan sebagai "simbol" dalam beberapa seni komersial terlebih periklanan maupun hal yang dipublikasikan kepada media masa, tidak menutup kemungkinan adanya kekaguman terhadap perempuan, tetapi dalam cara yang diskriminatif, tendensius bahkan bersifat subordinat dari hadirnya tanda kekuasaan dari laki-laki. Malangnya, perempuan terkadang berkesan sebagai kelas sosial dan eksistensi dari perempuan sendiri hadir karena adanya kerelaan yang diperlukan oleh laki-laki (Bugin, 2003) dalam (Siswanti et al., 2022). Adanya batasan-batasan yang dilakukan berdasarkan kontrol pusat yang terletak pada laki-laki kepada perempuan menjadi tantangan tersendiri untuk mempunyai posisi yang sama dengan laki-laki. Disposisi tersebut menghadirkan suatu ketimpangan kelas antargender. (Putri Wahyuni, 2021 dalam (Siswanti et al., 2022). Persepsi mengenai perempuan juga didorong dengan hadirnya media massa. Representasi perempuan yang dipublikasikan dalam media masa hingga saat ini menjadi tumpuan masyarakat dalam berpikir dan berperilaku atas perempuan. Stereotip ini hadir dalam beragam media massa seperti sosial media dan televisi, pihak tersebut menyatakan bahwa mereka menjadikan kecantikan wajah serta keelokan tubuh perempuan untuk menarik imajinasi laki-laki. (Redi, 2018).

Perempuan berada di dalam konstruksi budaya yang menganggap bahwa di mana tubuh mereka dipandang, dievaluasi, dikritik serta selalu berpeluang untuk diobjektifikasi. Fredrickson dan Roberts dalam (Razan & Erowati, 2021) menyatakan bahwasannya para ahli dari teori feminisme beranggapan objektifikasi seksual yang kerap kali dirasakan oleh perempuan seiring berkembangnya zaman akan semakin menumpuk dan pada akhirnya mengarahkan mereka untuk memberikan internalisasi objektivitas secara seksual dan berujung menyalahkan diri sendiri hingga mengobjektifikasi diri perempuan itu sendiri. Lebih lanjut, Fredrickson dan Robert mengkaji objektifikasi diri sebagai konsekuensi psikologis pertama yang hadir di antara para perempuan sebagai hasil dari untuk menetap di lingkungan yang menganggap objektifikasi merupakan hal yang wajar. Perempuan kerap kali dianggap sebagai sasaran empuk terjadinya objektivitas (terkhususnya yang berbau seksual) sebab lekukan tubuhnya yang dianggap unik dan tidak biasa. (Calogero, 2012: 574) dalam (Razan & Erowati, 2021).

Relevansi antara akun kampus cantik dengan objektifikasi perempuan ialah terletak pada unggahan yang kerap kali menekankan dan memperlihatkan lekuk tubuh perempuan, diiringi dengan komentar-komentar bernuansa pelecehan dari laki-laki semakin mendorong adanya objektivitas pada akun tersebut. Tentu saja, perempuan berada di posisi subordinat dan tidak berdaya atas apa yang terjadi sebab tidak mempunyai kuasa akan hal yang telah disebar secara masif. Bahkan, perempuan masih harus menerima cacian dan makian hanya karena tubuhnya sendiri. Perempuan disini dikritik, dievaluasi dan dijadikan bahan cemoohan akibat unggahan dari akun kampus cantik.



Gambar 3: Unggahan dan Komentar pada akun uicantik id sebagai bentuk Objektifikasi pada Perempuan

4. Tinjauan teori Looking-Glass-Self dengan Fenomena Akun Kampus Cantik

Looking glass self merupakan teori yang dicetuskan oleh Charles Horton Cooley, teori ini dekat dengan teori konsep diri yang telah terbentuk dan dimiliki oleh setiap individu. Teori ini mendeskripsikan melalui suatu ibarat mengenai diri individu yang sedang menatap kaca (bercermin). Gagasan yang paling dipenting oleh Charles tentang "bercermin diri". Konsep cermin diri ini memperlihatkan mengenai relasi diri maupun bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri bukanlah fenomena tersendiri, tetapi melibatkan orang lain dalam pandangannya. Masyarakat dan individu merupakan suatu fenomena yang sulit untuk dipisahkan, tetapi hanya kolektif serta distributif. Dua aspek inilah yang mempunyai persamaan. Manusia mempunyai kecenderungan yang melekat dan menjangkau, berinteraksi atau bersosialisasi dengan orang-orang dan benda-benda di sekitarnya. Ikatan diri yang diamati oleh Charles begitu kuat sehingga hanya mereka yang melatih imajinasinya pada waktu yang tepat yang dapat benar-benar membebaskan diri, tetapi hanya sedikit kebebasan dari keterbatasan waktu yang dimiliki individu. Setiap orang tidak bisa lepas dari kesan bahwa hidupnya biasa-biasa saja. Seperti yang telah disarankan, emosi seseorang dan emosi masyarakat harus seimbang dan berjalan beriringan. Namun, ia tidak menyarankan agar individu kehilangan diri mereka sendiri dalam masyarakat, melainkan bahwa orang harus bertanggung jawab atas dampak tindakan mereka terhadap orang lain.

Interaksi sosial dengan orang lain dan pembentukan konsep diri disebut bayangan cermin diri, dan konsep diri individu yang melekat pada diri sendiri dengan menentukan apa yang individu pikirkan tentang orang lain yang ada dalam dirinya sendiri. Pemikiran-pemikiran ini adalah bagian dari pemahaman diri individu. Hal ini bersifat reflektif dan spontan melalui orang lain, lebih umum daripada diri individu. Ibaratkan suatu hal yang muncul saat memantul dari cermin. Dengan demikian, cermin adalah hasil dari pikiran orang lain. Pemikiran pribadi tentang ide diri sendiri yang secara spontan senantiasa telah melewati beberapa klaim dan penilaian orang lain melawan berbagai anggapan yang muncul secara tiba-tiba. Metode spontanitas ini melewati beberapa proses seperti: Orang dan cara individu berinteraksi dengan orang lain dan individu berpikir tentang diri mereka sendiri menghasilkan suatu hal yang tidak terpisahkan. Pada akhirnya,

interaksi sosial akan bersifat tetap. Pada akun kampus cantik, terjadi interaksi sosial disana dimana khalayak umum dapat melihat unggahan, memberikan like dan komentar pada setiap unggahan yang tertera pada laman akun kampus.cantik. Lebih jelasnya lagi, banyak perempuan yang pada akhirnya selaras dengan teori ini, sebab mereka kerap kali membanding-bandingkan dirinya dengan wanita lain yang ada dalam unggahan, bahkan banyak perempuan yang terobsesi untuk memiliki fisik yang serupa karena dianggap fisik yang berkaitan telah memenuhi standar kecantikan yang bias di masyarakat. Perempuan menjadi makhluk yang penuh tuntutan dan berusaha tampil semaksimal mungkin karena kehadiran akun kampus cantik ini.

SIMPULAN (12 pt, bold)

Hasil penelitian dari tulisan ini ialah konsep teori looking-glass-self dengan fenomena akun kampus cantik ternyata mempunyai kesinambungan, akun kampus cantik merupakan suatu wadah untuk mempertajam standar kecantikan yang bias di masyarakat. Eksistensi akun kampus cantik memberikan dampak yang signifikan bagi perempuan yang pada akhirnya dikritik, dievaluasi hanya karena suatu unggahan pada platform Instagram. Perempuan pun kerap kali “bercermin” pada akun tersebut dan membandingkan dirinya dengan orang lain (sesuai dengan konsep teori looking-glass-self). Pada akhirnya, perempuan menjadi subordinat akibat hadirnya akun kampus cantik karena tidak memiliki kuasa untuk melawan objektifikasi seksual yang terjadi. Dengan demikian, sebaiknya masyarakat mulai berhenti untuk memberikan atensinya kepada akun-akun kampus cantik agar terciptanya kesetaraan dan keharmonisan antargender di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- CHIKA ANANDA PUTRI IRZA. (2021). KONSEP DIRI PEREMPUAN CANTIK DI INSTAGRAM. *Skripsi*. [https://repository.uir.ac.id/6382/1/CHIKA ANANDA PUTRI IRZA.pdf](https://repository.uir.ac.id/6382/1/CHIKA_ANANDA_PUTRI_IRZA.pdf)
- Islamey, G. R., & Semarang, U. D. (2020). Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah Femina Discourse on Indonesian Women 's Beauty Standards on the Cover of Femina Magazine. *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema, Volume, 2(2)*, 110–119. <https://journal.amikom.ac.id/index.php/pikma>
- Maulidya Indah Mega Saputri, & Milda Longgeita Pinem. (2022). Glorifikasi Kecantikan di Media Sosial: Studi Kasus Isu Eksploitasi Mahasiswi pada Akun Instagram @ugm.cantik. *Journal of Social Development Studies, 3(1)*, 70–85. <https://doi.org/10.22146/jsds.4446>
- Prastiyo, A. (2018). Pemaknaan Objektifikasi Perempuan Sebagai Hasil Doxing Pada Akun Instagram Undip.Cantik. *E-Prints UNDIP, 152(3)*, 28. http://eprints.undip.ac.id/67960/3/BAB_I.pdf
- Prayogi, A. (2021). Pendekatan Kualitatif dalam Ilmu Sejarah: Sebuah Telaah Konseptual. *Historia Madania: Jurnal Ilmu Sejarah, 5(2)*, 240–254. <https://doi.org/10.15575/hm.v5i2.15050>
- Putri, D., & Adawiyah, R. (2020). Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri. *Jurnal Komunikasi, 14(2)*, 135–148.
- Razan, V. F., & Erowati, R. (2021). Perlawanan Objektifikasi Perempuan dalam Karya Utuy Tatang Sontani. *Prosiding Samasta, 885–898*.

Rizaldy, M. I. (2020). *Representasi Objektivikasi Perempuan dalam Media*.

Shandy, A. (2022). Standarisasi Kecantikan Indonesia (Analisis Resepsi Followers pada Konten Instagram @ Menjadimanusia Mengenai Standar Kecantikan Wanita Indonesia). *Skripsi*. [https://repository.mercubuana.ac.id/64180/1/01 Cover.pdf](https://repository.mercubuana.ac.id/64180/1/01%20Cover.pdf)

Siswanti, R., Sunarto, S., & Yusriana, A. (2022). Representasi Objektivikasi Seksualitas Wanita Pada Iklan Kondom Sutra Versi “Mantap – Mantap Makin Mesra” Di Antv Pada Pukul 02.00 WIB Malam. *E-Prints UNDIP, 10*(1), 88–100. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/36052>