

Standar Kecantikan sebagai Modal Simbolik

Difa Dwi Sanjaya^{1*}, Ghania Salsabilla Nihel Fazila², Nesa Utami³, Vieronica Varbi Sununianti⁴, Istiqomah⁵, Deni Aries Kurniawan⁶

¹⁻⁶Program Studi Sosiologi, Universitas Sriwijaya, Indonesia

*Penulis Korespondensi: difadwisanjaya06@gmail.com

Abstract. *The development of social media and popular culture has influenced how society interprets Beauty. Beauty standards are no longer purely subjective, but have become a social construction that tends to be homogeneous and shaped by media and capitalist interests. In this context, Beauty is understood not only as an aesthetic attribute, but also as a form of symbolic capital that holds social value and can influence an individual's position in society. This study aims to analyze how Beauty standards function as symbolic capital and how the processes of construction and internalization occur within social life. The method used is a qualitative approach with a literature review of five scientific journals discussing Beauty, body commodification, and power relations. The findings show that Beauty standards are constructed by media and continuously reproduced in everyday practices. Beauty functions as symbolic capital that provides social advantages through the phenomenon of Beauty privilege. In addition, these standards are internalized within individuals' habitus and contribute to the reproduction of social inequality in society.*

Keywords: *Beauty Privilege; Beauty Standards; Social Construction; Social Media; Symbolic Capital.*

Abstrak. Perkembangan media sosial dan budaya populer telah memengaruhi cara masyarakat memaknai konsep kecantikan. Standar kecantikan tidak lagi bersifat subjektif, melainkan telah menjadi konstruksi sosial yang cenderung homogen serta dipengaruhi oleh media dan kepentingan kapitalisme. Dalam konteks ini, kecantikan tidak hanya dipahami sebagai aspek estetika, tetapi juga sebagai bentuk modal simbolik yang memiliki nilai sosial dan dapat memengaruhi posisi individu dalam masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana standar kecantikan berfungsi sebagai modal simbolik serta bagaimana proses konstruksi dan internalisasinya terjadi dalam kehidupan sosial. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi kepustakaan (*literature review*) terhadap lima jurnal ilmiah yang membahas isu kecantikan, komodifikasi tubuh, dan relasi kuasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar kecantikan dibentuk oleh media dan direproduksi dalam praktik kehidupan sehari-hari. Kecantikan berfungsi sebagai modal simbolik yang memberikan keuntungan sosial melalui fenomena *Beauty privilege*. Selain itu, standar tersebut juga terinternalisasi dalam habitus individu sehingga berkontribusi terhadap reproduksi ketimpangan sosial di masyarakat.

Kata Kunci: *Beauty Privilege; Konstruksi Sosial; Media Sosial; Modal Simbolik; Standar Kecantikan.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dan media sosial pada era modern telah membawa perubahan besar terhadap cara individu membentuk identitas serta merepresentasikan dirinya di ruang publik. Kehadiran berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadikan media sosial bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun citra diri, menunjukkan eksistensi, serta memperoleh pengakuan sosial dari masyarakat luas. Dalam konteks ini, penampilan fisik menjadi salah satu aspek yang mendapatkan perhatian besar, terutama dalam kaitannya dengan bagaimana seseorang dipersepsikan oleh orang lain di lingkungan sosialnya. Tidak jarang, individu menampilkan versi terbaik dari dirinya melalui unggahan foto maupun video yang telah dikurasi sedemikian rupa agar sesuai dengan standar visual yang dianggap menarik oleh masyarakat (Mufidah et al., 2025).

Fenomena tersebut kemudian melahirkan dan memperkuat keberadaan standar kecantikan dalam masyarakat modern. Standar kecantikan yang berkembang saat ini cenderung bersifat homogen, yakni mengarah pada karakteristik fisik tertentu seperti tubuh langsing, kulit putih atau cerah, wajah simetris, hidung mancung, serta bentuk tubuh proporsional. Hal ini sejalan dengan temuan (Aprilianty et al., 2023) yang menyatakan bahwa “masyarakat cenderung memiliki kesamaan dalam memandang kriteria kecantikan, yaitu memiliki tubuh yang kurus, kulit putih bersih, rambut panjang, hidung mancung, tinggi semampai.” Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa definisi mengenai cantik dalam masyarakat bukanlah sesuatu yang terbentuk secara individual, melainkan telah menjadi kesepakatan sosial yang terus direproduksi dan diwariskan melalui interaksi sosial sehari-hari.

Standar kecantikan yang berkembang di masyarakat pada dasarnya bukan merupakan sesuatu yang lahir secara alami, melainkan terbentuk melalui proses konstruksi sosial yang panjang dan dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal, salah satunya media massa dan media digital. Media memiliki kekuatan besar dalam membentuk persepsi masyarakat melalui representasi visual yang terus-menerus ditampilkan. Dalam berbagai iklan, konten promosi, film, maupun media hiburan lainnya, perempuan dengan karakteristik fisik tertentu lebih sering ditampilkan sebagai representasi dari sosok ideal dan menarik. Cahya et al., (2022) menjelaskan bahwa “tubuh perempuan kerap dijadikan komoditas dalam iklan” untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya jual produk. Pernyataan ini menunjukkan bahwa tubuh dan penampilan perempuan tidak lagi hanya dilihat sebagai aspek biologis, tetapi telah berubah menjadi alat pemasaran yang memiliki nilai ekonomi tinggi dalam sistem kapitalisme modern.

Selain melalui iklan, standar kecantikan juga diperkuat oleh budaya populer seperti film, drama, dan media hiburan digital yang secara terus-menerus menampilkan gambaran perempuan ideal. Dalam penelitian mengenai drama *My ID is Gangnam Beauty*, dijelaskan bahwa media secara aktif membentuk persepsi masyarakat mengenai kecantikan melalui penggambaran perempuan yang memiliki “kulit putih, tubuh ramping, tinggi, dan langsing” sebagai representasi dari perempuan ideal. Representasi tersebut kemudian menciptakan ekspektasi sosial bahwa perempuan yang dianggap cantik adalah mereka yang memiliki karakteristik fisik serupa dengan apa yang ditampilkan oleh media. Akibatnya, perempuan yang tidak memenuhi standar tersebut sering kali merasa tidak percaya diri, mengalami tekanan sosial, bahkan terdorong untuk mengubah penampilan demi memperoleh penerimaan sosial.

Dalam perspektif sosiologi, fenomena ini dapat dianalisis menggunakan konsep modal simbolik yang dikemukakan oleh *Pierre Bourdieu*. Bourdieu menjelaskan bahwa modal

simbolik merupakan bentuk modal non-material yang berkaitan dengan pengakuan, prestise, kehormatan, dan legitimasi sosial yang diberikan masyarakat kepada individu tertentu. Dalam konteks ini, kecantikan dapat dipahami sebagai modal simbolik karena penampilan fisik yang sesuai dengan standar dominan mampu memberikan keuntungan sosial bagi individu yang memilikinya. Seseorang yang dianggap menarik secara fisik sering kali memperoleh perlakuan lebih baik, perhatian lebih besar, serta kesempatan yang lebih luas dibandingkan mereka yang dianggap tidak memenuhi standar kecantikan. Dengan kata lain, kecantikan tidak lagi hanya dipahami sebagai persoalan estetika semata, tetapi juga menjadi bentuk kekuasaan sosial yang dapat memengaruhi posisi seseorang dalam struktur masyarakat.

Keuntungan sosial yang diperoleh dari penampilan fisik ini dikenal dengan istilah *Beauty privilege*, yaitu kondisi ketika individu mendapatkan perlakuan istimewa karena dianggap memenuhi standar kecantikan yang berlaku dalam masyarakat. (Aprilianty et al., 2023) mendefinisikan *Beauty privilege* sebagai “memberikan perilaku istimewa terhadap seseorang yang memiliki kriteria cantik atau tampan berdasarkan penilaian masyarakat.” Fenomena ini dapat dilihat dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari lingkungan pendidikan, relasi sosial, hingga dunia kerja. Individu yang dianggap menarik secara fisik cenderung lebih mudah diterima dalam lingkungan sosial, lebih dipercaya, serta dinilai lebih kompeten dibandingkan individu yang tidak memenuhi standar kecantikan dominan. Tidak hanya berhenti pada keuntungan sosial, kecantikan juga bahkan dapat dikonversi menjadi keuntungan ekonomi. Dalam dunia profesional, penampilan fisik sering kali menjadi faktor yang secara tidak langsung memengaruhi penilaian terhadap profesionalitas dan kompetensi seseorang.

Penelitian Jannah (2025) menunjukkan bahwa “pekerja yang dianggap menarik memperoleh pendapatan lebih tinggi dibanding pekerja yang dianggap kurang menarik.” Temuan ini menegaskan bahwa kecantikan telah berkembang menjadi bentuk modal yang dapat dikapitalisasi dalam kehidupan ekonomi, sehingga memperlihatkan bagaimana tubuh manusia dapat menjadi aset sosial sekaligus ekonomi dalam masyarakat modern. Di sisi lain, keberadaan standar kecantikan juga menimbulkan dampak negatif bagi individu yang tidak mampu memenuhi kriteria dominan tersebut. Standar kecantikan dapat menciptakan diskriminasi, tekanan sosial, *body shaming*, hingga kekerasan simbolik terhadap mereka yang dianggap berbeda dari standar umum (Nurdin et al., 2024). Individu yang tidak memenuhi ekspektasi penampilan tertentu sering kali menerima komentar negatif, diperlakukan tidak setara, bahkan diposisikan sebagai “kurang menarik” dalam berbagai interaksi sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa standar kecantikan tidak hanya membentuk persepsi tentang tubuh,

tetapi juga turut menciptakan hierarki sosial yang membedakan individu berdasarkan penampilan fisik mereka.

Berdasarkan fenomena tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana standar kecantikan dalam masyarakat modern dapat dipahami sebagai bentuk modal simbolik dalam perspektif *Pierre Bourdieu*. Selain itu, artikel ini juga akan membahas bagaimana media berperan dalam membentuk dan mereproduksi standar kecantikan, serta bagaimana standar tersebut berdampak terhadap relasi sosial dan ketimpangan dalam kehidupan masyarakat.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *literature review* untuk mengkaji fenomena standar kecantikan sebagai modal simbolik dalam masyarakat modern. Metode *literature review* dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menelaah, mengidentifikasi, serta mensintesis berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik pembahasan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara standar kecantikan, media, dan struktur sosial. Menurut (Sumargi & Kristi, 2017), *literature review* merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengevaluasi, dan menginterpretasikan berbagai penelitian yang telah dipublikasikan guna menghasilkan pemahaman konseptual yang lebih mendalam terhadap suatu fenomena. Pendekatan ini digunakan karena isu mengenai standar kecantikan telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian sebelumnya, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengembangkan analisis melalui perbandingan dan sintesis dari berbagai perspektif akademik yang telah ada.

Dengan demikian, *literature review* tidak hanya berfungsi untuk mengumpulkan informasi, tetapi juga untuk membangun argumentasi teoritis berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Sumber data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah, artikel penelitian, serta publikasi akademik yang membahas isu standar kecantikan, *Beauty privilege*, representasi tubuh perempuan dalam media, modal simbolik, dan kekerasan simbolik. Adapun literatur utama yang digunakan dalam penelitian ini meliputi penelitian Aprilianty et al., (2023) mengenai *Beauty privilege*, Cahya et al., (2022) mengenai komodifikasi tubuh perempuan dalam iklan Riswana et al., t.t. mengenai konstruksi standar kecantikan perempuan, Santi (2006) mengenai representasi tubuh perempuan dalam media, Agustina et al., (2025) mengenai tubuh perempuan sebagai arena sosial, serta beberapa penelitian pendukung lainnya terkait representasi standar kecantikan dalam media populer dan dunia kerja.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian melalui jurnal akademik dan artikel ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan tema pembahasan. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu relevansi terhadap topik penelitian, kredibilitas sumber, serta kesesuaian isi dengan fokus analisis mengenai standar kecantikan dan modal simbolik. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan proses seleksi untuk menentukan literatur yang paling sesuai dan memiliki kontribusi signifikan terhadap pengembangan pembahasan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif-analitis melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu memilah informasi penting dari setiap sumber literatur yang berkaitan langsung dengan fokus penelitian. Tahap kedua adalah kategorisasi data, yaitu mengelompokkan hasil temuan berdasarkan tema-tema utama seperti konstruksi standar kecantikan, pengaruh media dalam pembentukan persepsi tubuh ideal, kecantikan sebagai modal simbolik, *Beauty privilege*, dan dampak sosial dari standar kecantikan. Tahap terakhir adalah interpretasi data, yaitu menafsirkan hasil temuan dari berbagai literatur menggunakan perspektif teori modal simbolik *Pierre Bourdieu* untuk memahami bagaimana standar kecantikan dapat berfungsi sebagai bentuk kekuasaan simbolik dalam kehidupan sosial.

Melalui metode *literature review* ini, penelitian diharapkan mampu memberikan analisis yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai bagaimana standar kecantikan dikonstruksi secara sosial, direproduksi melalui media, serta dimanfaatkan sebagai modal simbolik yang memberikan keuntungan sosial bagi individu tertentu dalam masyarakat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Standar Kecantikan dalam Media dan Kehidupan Sosial

Standar kecantikan yang berkembang di tengah masyarakat modern bukanlah sesuatu yang muncul secara alami, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui proses panjang dalam kehidupan masyarakat. Konstruksi sosial ini terbentuk melalui interaksi antara budaya, media, lingkungan sosial, serta nilai-nilai yang diwariskan secara terus-menerus dari generasi ke generasi. Dalam masyarakat saat ini, standar kecantikan umumnya merujuk pada karakteristik fisik tertentu seperti tubuh yang langsing, kulit putih atau cerah, wajah simetris, hidung mancung, serta penampilan yang dianggap menarik menurut persepsi dominan masyarakat. Kriteria-kriteria tersebut secara perlahan telah menjadi ukuran umum dalam menilai apakah seseorang dianggap menarik atau tidak dalam kehidupan sosial.

Selain itu, standar kecantikan di Indonesia juga masih sangat dipengaruhi oleh pandangan mengenai warna kulit. Kulit putih sering dianggap sebagai representasi kecantikan ideal sedangkan perempuan dengan kulit sawo matang masih sering mengalami stereotip dan diskriminasi sosial seperti dalam penelitian Ifa et al., (2025) menunjukkan bahwa fenomena *colorism* masih kuat dalam masyarakat Indonesia.

Keberadaan media memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk dan menyebarluaskan standar kecantikan tersebut kepada masyarakat luas. Media massa maupun media digital secara konsisten menghadirkan representasi visual perempuan dengan karakteristik fisik tertentu sebagai gambaran ideal mengenai kecantikan. Dalam iklan produk kecantikan, film, drama, majalah, hingga media sosial, perempuan dengan tubuh proporsional dan wajah sesuai standar umum lebih sering ditampilkan sebagai representasi perempuan ideal, sukses, dan menarik. Cahya et al., (2022) menjelaskan bahwa “tubuh perempuan kerap dijadikan komoditas dalam iklan” yang berarti bahwa tubuh perempuan tidak lagi hanya dipahami sebagai bagian dari identitas biologis, tetapi juga telah diposisikan sebagai alat visual yang memiliki nilai jual dalam dunia pemasaran.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen sosial yang membentuk persepsi dan cara pandang masyarakat mengenai tubuh ideal. Ketika media secara terus-menerus menampilkan gambaran fisik tertentu sebagai simbol kecantikan, masyarakat akan secara perlahan menginternalisasi gambaran tersebut sebagai standar umum yang harus diikuti. Akibatnya, muncul pemahaman kolektif bahwa kecantikan hanya dapat dicapai melalui bentuk fisik tertentu yang telah ditetapkan oleh media.

Di era digital, media sosial semakin mempercepat proses penyebaran standar kecantikan melalui budaya visual yang menekankan estetika dan penampilan. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memungkinkan individu untuk terus-menerus melihat konten visual dari orang lain yang sering kali telah melalui proses editing, filter, dan kurasi visual. Kondisi ini menciptakan lingkungan sosial digital yang mendorong individu untuk terus membandingkan dirinya dengan orang lain berdasarkan penampilan fisik. Dalam jangka panjang, paparan yang terus-menerus terhadap konten semacam ini membentuk persepsi bahwa penampilan ideal merupakan syarat penting untuk memperoleh pengakuan sosial di ruang digital maupun dunia nyata.

Selain itu, standar kecantikan juga dapat dipahami sebagai bentuk modal simbolik dalam kehidupan sosial. Penelitian Yudha et al., (2026) menjelaskan bahwa *Beauty pageant* tidak hanya menjadi ajang hiburan atau pencarian bakat tetapi juga menjadi ruang reproduksi

standar kecantikan yang dibentuk oleh media dan budaya populer. Dalam praktiknya, perempuan bahkan anak-anak diarahkan untuk menampilkan citra ideal sesuai standar kecantikan yang dianggap menarik oleh masyarakat.

Hal serupa juga terlihat dalam penelitian Wiliana (2025) mengenai *industry modeling* yang menunjukkan bahwa perempuan tidak hanya bersaing dalam kemampuan tetapi juga dalam membangun citra diri dan *personal branding* di media sosial.

Lebih jauh, keberadaan *influencer* dan *content creator* juga memperkuat reproduksi standar kecantikan dalam masyarakat. Banyak figur publik yang secara tidak langsung menjadi *role model* kecantikan modern karena memiliki pengaruh besar terhadap audiensnya. Penampilan mereka kemudian dijadikan acuan oleh masyarakat, khususnya generasi muda, dalam menentukan bagaimana seharusnya seseorang terlihat agar dianggap menarik. Dengan demikian, media tidak hanya membentuk standar kecantikan secara pasif, tetapi juga secara aktif mereproduksi dan memperkuat standar tersebut dalam kehidupan sosial masyarakat sehari-hari.

Kecantikan sebagai Modal Simbolik dalam Perspektif *Pierre Bourdieu*

Dalam perspektif *Pierre Bourdieu*, kecantikan dapat dipahami sebagai bentuk modal simbolik karena memiliki nilai sosial yang diakui oleh masyarakat dan mampu memberikan keuntungan tertentu bagi individu yang memilikinya Rais, t.t. Modal simbolik merupakan bentuk modal non-material yang berkaitan dengan kehormatan, pengakuan, prestise, dan legitimasi sosial yang diperoleh seseorang dalam suatu lingkungan sosial. Dalam konteks standar kecantikan, individu yang dianggap memenuhi kriteria kecantikan dominan akan memperoleh pengakuan sosial lebih tinggi dibandingkan individu yang tidak memenuhi standar tersebut.

Konsep modal simbolik juga diperkuat oleh Andieni (2024) yang menjelaskan bahwa modal simbolik memiliki kekuatan dalam membentuk identitas dan pengakuan sosial dalam masyarakat. Dalam konteks kecantikan, penampilan fisik tertentu sering dianggap sebagai simbol status sosial yang dapat memberikan keuntungan bagi individu yang memenuhi standar dominan.

Kecantikan menjadi modal simbolik karena penampilan fisik telah memperoleh legitimasi sosial sebagai sesuatu yang bernilai dalam masyarakat modern. Individu yang dinilai menarik secara fisik sering kali dianggap memiliki kualitas lain secara otomatis, seperti lebih percaya diri, lebih kompeten, lebih ramah, bahkan lebih cerdas, meskipun asumsi tersebut belum tentu benar secara objektif. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menilai

individu berdasarkan kemampuan atau kepribadian, tetapi juga berdasarkan penampilan visual yang melekat pada tubuh mereka.

Sebagai modal simbolik, kecantikan juga mampu meningkatkan posisi sosial seseorang dalam lingkungan sosialnya. Individu yang dianggap menarik cenderung lebih mudah diterima dalam kelompok sosial, memperoleh perhatian lebih besar, dan memiliki peluang lebih luas dalam membangun relasi sosial (Alifiya Zahwa Nabila & Syamsul Bakhri, 2025). Mereka lebih sering diperlakukan dengan sopan, mendapatkan respon positif dari lingkungan sekitar, dan lebih mudah memperoleh validasi sosial dalam interaksi sehari-hari. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kecantikan telah menjadi sumber daya sosial yang dapat meningkatkan posisi seseorang dalam struktur masyarakat.

Dalam kerangka Bourdieu, modal simbolik juga dapat dikonversi menjadi bentuk modal lain seperti modal sosial dan modal ekonomi. Artinya, seseorang yang memiliki kecantikan sebagai modal simbolik dapat menggunakannya untuk membangun relasi sosial lebih luas, memperbesar jaringan sosial, hingga memperoleh keuntungan ekonomi. Hal ini membuktikan bahwa kecantikan tidak lagi sekadar persoalan estetika, tetapi telah menjadi sumber kekuasaan simbolik yang memiliki nilai strategis dalam kehidupan masyarakat modern.

***Beauty privilege* sebagai Bentuk Keuntungan Sosial**

Salah satu bentuk nyata dari kecantikan sebagai modal simbolik adalah munculnya fenomena *Beauty privilege*. *Beauty privilege* merujuk pada kondisi ketika individu yang dianggap menarik secara fisik memperoleh perlakuan istimewa dibandingkan individu lain karena penampilannya. Aprilianty et al., (2023) menjelaskan bahwa *Beauty privilege* merupakan “pemberian perilaku istimewa terhadap seseorang yang memiliki kriteria cantik atau tampan berdasarkan penilaian masyarakat.”

Fenomena ini dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Dalam lingkungan pendidikan, mahasiswa atau pelajar yang dianggap menarik sering kali lebih mudah memperoleh perhatian dari lingkungan sekitar. Dalam hubungan sosial, individu yang memiliki penampilan sesuai standar kecantikan lebih mudah mendapatkan teman, pasangan, maupun penerimaan sosial. Bahkan dalam interaksi sederhana sehari-hari, mereka cenderung diperlakukan lebih ramah, lebih dihargai pendapatnya, dan lebih mudah memperoleh simpati dari orang lain.

Beauty privilege juga menunjukkan bahwa masyarakat secara tidak sadar memberikan nilai sosial lebih tinggi kepada individu berdasarkan penampilan fisiknya. Penilaian terhadap seseorang sering kali dipengaruhi oleh persepsi visual sebelum mengenal lebih jauh

kepribadian atau kemampuannya. Dalam banyak kasus, individu yang menarik secara fisik dianggap lebih layak dipercaya dan lebih memiliki kualitas positif dibandingkan individu yang dianggap kurang menarik.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa standar kecantikan telah menciptakan bentuk stratifikasi sosial baru yang didasarkan pada penampilan fisik. Individu yang memenuhi standar dominan memperoleh keuntungan sosial lebih besar, sedangkan mereka yang tidak sesuai dengan standar tersebut harus menghadapi hambatan lebih besar dalam memperoleh pengakuan sosial yang sama.

***Beauty Premium* dalam Dunia Kerja dan Kehidupan Profesional**

Selain memberikan keuntungan dalam hubungan sosial, kecantikan juga dapat menghasilkan keuntungan ekonomi melalui fenomena yang dikenal sebagai *Beauty premium*. *Beauty premium* merujuk pada kondisi ketika individu yang dianggap menarik memperoleh manfaat ekonomi atau profesional lebih besar dibandingkan individu lain.

Dalam dunia kerja modern, penampilan fisik sering kali menjadi salah satu faktor tidak tertulis dalam proses rekrutmen maupun promosi jabatan. Banyak perusahaan secara tidak langsung mempertimbangkan penampilan fisik sebagai bagian dari citra profesional, khususnya dalam bidang pekerjaan yang berhubungan langsung dengan publik. Jannah (2025) menjelaskan bahwa “pekerja yang dianggap menarik memperoleh pendapatan lebih tinggi dibanding pekerja yang dianggap kurang menarik.”

Hal ini menunjukkan bahwa penampilan fisik dapat memberikan keuntungan nyata dalam bentuk pendapatan, kesempatan kerja, dan pengembangan karier. Individu yang dianggap menarik sering kali dinilai lebih profesional, lebih kompeten, dan lebih meyakinkan oleh atasan maupun rekan kerja, meskipun kemampuan aktual mereka belum tentu berbeda secara signifikan dari individu lain.

Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa tubuh telah berubah menjadi aset ekonomi dalam masyarakat modern. Penampilan tidak lagi hanya berfungsi sebagai identitas personal, tetapi juga menjadi bentuk investasi sosial yang dapat memengaruhi peluang ekonomi seseorang. Banyak individu akhirnya terdorong untuk melakukan berbagai upaya memperbaiki penampilan seperti membeli produk kecantikan, melakukan perawatan tubuh, menggunakan make-up, hingga prosedur estetika demi meningkatkan peluang sosial dan profesional mereka.

Perkembangan industri kecantikan juga turut mempengaruhi cara perempuan memandang dirinya sendiri. Penelitian Hasrin & Sidik (2023) menjelaskan bahwa kecantikan telah menjadi bagian dari identitas sosial perempuan. Perempuan tidak hanya dituntut untuk

tampil menarik tetapi juga terdorong untuk memenuhi standar kecantikan melalui konsumsi produk dan perawatan tubuh.

Kekerasan Simbolik dan Dampak Sosial terhadap Individu

Di balik berbagai keuntungan yang diperoleh oleh individu yang memenuhi standar kecantikan, terdapat dampak negatif besar bagi individu yang tidak mampu memenuhi standar tersebut. Standar kecantikan yang terlalu sempit menciptakan tekanan sosial bagi masyarakat untuk terus menyesuaikan diri dengan ekspektasi dominan. Individu yang dianggap tidak memenuhi standar sering kali mengalami diskriminasi, *body shaming*, pengucilan sosial, hingga penurunan rasa percaya diri.

Menurut Wirawanda (2024), standar kecantikan yang berkembang di masyarakat memunculkan tekanan terhadap individu yang tidak memenuhi standar tersebut dan secara halus memaksa mereka untuk berubah agar sesuai dengan ekspektasi sosial. Tekanan ini dapat muncul dalam bentuk komentar negatif, *body shaming*, candaan mengenai fisik, maupun perlakuan diskriminatif yang dianggap normal dalam kehidupan sehari-hari. Individu yang mengalami tekanan semacam ini sering kali merasa kurang percaya diri, tidak puas terhadap tubuhnya sendiri, dan mengalami penurunan *self-esteem*.

Fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk kekerasan simbolik, yaitu bentuk kekerasan yang dilakukan secara halus melalui norma sosial, bahasa, komentar, atau ekspektasi budaya tanpa terlihat sebagai tindakan represif secara langsung. Penelitian Wirawanda (2024) menjelaskan bahwa “standar kecantikan yang ada memunculkan kekerasan pada orang-orang yang tidak memenuhi standar kecantikan kemudian memaksa secara halus untuk berubah.”

Kekerasan simbolik ini sering kali hadir dalam bentuk komentar sederhana seperti kritik terhadap berat badan, warna kulit, bentuk wajah, atau penampilan seseorang. Meskipun terlihat seperti candaan atau saran biasa, komentar semacam itu dapat memberikan tekanan psikologis besar terhadap individu yang menerimanya. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat menurunkan kepercayaan diri, memicu kecemasan sosial, hingga menyebabkan ketidakpuasan terhadap tubuh sendiri (Nurdin et al., 2024).

Penelitian Syahallah Chinta et al., (2023) menunjukkan bahwa standar kecantikan yang berkembang di Indonesia sering memicu perundungan, tekanan sosial, hingga rasa tidak percaya diri pada perempuan terutama remaja. Standar yang sempit membuat individu merasa harus menyesuaikan diri semi memperoleh penerimaan sosial.

Akibat tekanan tersebut, banyak individu kemudian terdorong untuk terus mengubah penampilannya agar sesuai dengan standar dominan. Mereka rela melakukan diet ekstrem, membeli produk kecantikan mahal, hingga menjalani tindakan estetika demi memperoleh

penerimaan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa standar kecantikan telah membentuk hubungan kuasa dalam masyarakat, di mana individu dipaksa secara sosial untuk menyesuaikan tubuhnya dengan ekspektasi kolektif.

Standar Kecantikan dan Reproduksi Ketimpangan Sosial

Pada akhirnya, standar kecantikan tidak hanya memengaruhi persepsi individu terhadap tubuh, tetapi juga turut mereproduksi ketimpangan sosial dalam masyarakat. Standar kecantikan menciptakan hierarki sosial berdasarkan penampilan fisik, di mana individu yang memenuhi standar memperoleh lebih banyak keuntungan sosial, ekonomi, dan simbolik dibandingkan mereka yang tidak memenuhi standar (Kumara et al., 2025).

Kondisi ini menunjukkan bahwa tubuh telah menjadi arena stratifikasi sosial baru dalam masyarakat modern. Penampilan fisik tidak lagi dipandang sebagai karakteristik personal semata, tetapi telah menjadi penentu dalam akses terhadap peluang, pengakuan, dan perlakuan sosial. Dengan kata lain, standar kecantikan telah memperkuat struktur ketidaksetaraan dalam masyarakat dengan menjadikan tubuh sebagai dasar penilaian sosial.

Melalui perspektif Bourdieu, hal ini memperlihatkan bahwa kecantikan sebagai modal simbolik telah berfungsi sebagai alat reproduksi dominasi sosial. Individu yang memiliki modal simbolik berupa kecantikan akan terus memperoleh keuntungan dan mempertahankan posisinya dalam struktur sosial, sedangkan individu yang tidak memiliki modal tersebut akan terus berada pada posisi yang kurang menguntungkan. Dengan demikian, standar kecantikan bukan hanya persoalan selera atau preferensi estetika semata, tetapi merupakan bagian dari struktur sosial yang berkontribusi terhadap reproduksi kekuasaan, dominasi, dan ketimpangan dalam masyarakat modern. Kecantikan juga dapat dipahami sebagai bentuk pertukaran sosial dalam kehidupan masyarakat. Penelitian Nurahmi et al., (2024) mengenai fenomena *trophy wife* menunjukkan bahwa kecantikan perempuan sering diposisikan sebagai simbol keberhasilan dan status sosial dalam relasi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kecantikan tidak hanya memiliki nilai estetika tetapi juga nilai simbolik dalam struktur sosial.

Berdasarkan berbagai penelitian, dapat dipahami bahwa standar kecantikan dalam masyarakat modern bukan hanya berkaitan dengan persoalan estetika tetapi juga berhubungan dengan relasi kekuasaan, status sosial, serta konstruksi budaya yang terus direproduksi melalui media dan interaksi sosial sehari-hari. Kecantikan kemudian berkembang menjadi modal simbolik yang dapat memberikan keuntungan sosial, namun di sisi lain juga melahirkan tekanan dan ketimpangan bagi individu yang tidak sesuai dengan standar dominan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa standar kecantikan dalam masyarakat modern bukanlah sesuatu yang terbentuk secara alami, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial yang dibentuk dan direproduksi melalui berbagai agen sosial seperti media massa, media digital, budaya populer, serta lingkungan sosial masyarakat itu sendiri. Standar kecantikan yang berkembang saat ini cenderung mengarah pada karakteristik fisik tertentu seperti tubuh langsing, kulit putih, wajah simetris, dan penampilan yang sesuai dengan citra visual ideal yang terus ditampilkan oleh media. Melalui representasi yang dilakukan secara berulang dan terus-menerus, media secara tidak langsung menanamkan pemahaman kepada masyarakat bahwa karakteristik fisik tersebut merupakan bentuk kecantikan yang ideal dan layak dijadikan acuan dalam menilai daya tarik seseorang.

Dalam perspektif *Pierre Bourdieu*, kecantikan dapat dipahami sebagai bentuk modal simbolik karena memiliki nilai sosial yang diakui dalam masyarakat dan mampu memberikan keuntungan tertentu bagi individu yang memilikinya. Penampilan fisik yang sesuai dengan standar kecantikan dominan dapat menjadi sumber pengakuan, prestise, dan legitimasi sosial yang meningkatkan posisi seseorang dalam lingkungan sosialnya. Individu yang dianggap memenuhi standar kecantikan umumnya memperoleh perlakuan lebih positif, perhatian lebih besar, serta kesempatan yang lebih luas dalam berbagai aspek kehidupan sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa kecantikan tidak lagi dipandang hanya sebagai persoalan estetika atau penampilan personal, tetapi telah berkembang menjadi sumber daya sosial yang memiliki kekuatan dalam memengaruhi relasi dan posisi individu dalam struktur masyarakat.

Lebih lanjut, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kecantikan sebagai modal simbolik melahirkan fenomena *Beauty privilege* dan *Beauty premium* yang memperlihatkan bagaimana penampilan fisik dapat memberikan keuntungan sosial maupun ekonomi bagi individu. Dalam kehidupan sehari-hari, individu yang dianggap menarik secara fisik cenderung memperoleh perlakuan istimewa, lebih mudah diterima dalam lingkungan sosial, serta lebih dipercaya dalam berbagai interaksi sosial. Dalam dunia profesional, penampilan fisik bahkan dapat memengaruhi peluang kerja, promosi jabatan, hingga tingkat pendapatan seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa kecantikan telah mengalami transformasi menjadi bentuk modal yang dapat dikonversi ke dalam keuntungan material maupun profesional dalam kehidupan masyarakat modern.

Namun demikian, di balik keuntungan yang diperoleh oleh individu yang memenuhi standar kecantikan, terdapat pula konsekuensi sosial yang dialami oleh individu yang tidak sesuai dengan standar dominan tersebut. Standar kecantikan yang sempit menciptakan tekanan

sosial bagi individu untuk menyesuaikan tubuh dan penampilannya dengan ekspektasi masyarakat. Individu yang dianggap tidak memenuhi standar sering kali mengalami diskriminasi, *body shaming*, marginalisasi sosial, hingga kekerasan simbolik dalam bentuk komentar, kritik, dan tekanan sosial yang dilakukan secara halus. Kondisi ini menunjukkan bahwa standar kecantikan bukan hanya menghasilkan keuntungan bagi sebagian orang, tetapi juga menciptakan ketidakadilan sosial dan tekanan psikologis bagi kelompok lain yang berada di luar standar dominan.

Dengan demikian, standar kecantikan dalam masyarakat modern dapat dipahami sebagai bagian dari struktur sosial yang tidak hanya membentuk persepsi mengenai tubuh ideal, tetapi juga berkontribusi terhadap reproduksi ketimpangan sosial dalam masyarakat. Kecantikan sebagai modal simbolik telah menjadi alat yang memengaruhi distribusi pengakuan sosial, kesempatan, serta perlakuan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk mulai membangun kesadaran kritis terhadap standar kecantikan yang berkembang agar tidak terus mereproduksi bentuk diskriminasi berbasis penampilan fisik. Selain itu, diperlukan upaya untuk mendorong pemahaman yang lebih inklusif mengenai konsep kecantikan agar masyarakat dapat melihat keberagaman bentuk tubuh dan penampilan sebagai sesuatu yang setara, bukan sebagai dasar untuk menciptakan hierarki sosial baru dalam kehidupan bermasyarakat.

DAFTAR REFERENSI

- Agustina, D. P., & Listyani, R. H. (2025). Tubuh sebagai arena negosiasi: Perempuan bertato dan strategi bertahan di dunia kerja Surabaya. *14*(0), 141–150.
- Alifiya Zahwa Nabila, & Bakhri, S. (2025). Dilema identitas dan kolonisasi tubuh: Analisis sosiologi standar kecantikan global pada perempuan generasi Z di Indonesia. *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, dan Budaya Nusantara*, *4*(3), 497–508. <https://doi.org/10.55123/sabana.v4i3.7338>
- Andieni, F. (2024). Modal simbolik tradisi Nganggung sebagai bentuk penegasan identitas budaya Melayu Bangka di Kota Pangkalpinang. *Scripta: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, *6*(1). <https://doi.org/10.33019/5agffm83>
- Aprilianty, S., Nur, M., & Abdullah, A. (2023). Konsep beauty privilege membentuk kekerasan simbolik. *IDEAS*, *9*(1), 149–154. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1253>
- Cahya, K. D., Gabriella, S., & Paramadina University Communication Studies Program. (2022). Iklan citra dan WRP. *Jurnal Komunikasi*, *3*(6), 27–37.
- Hasrin, A., & Sidik, S. (2023). Tren kecantikan dan identitas sosial: Analisis konsumsi kosmetik dan objektifikasi diri di kalangan perempuan Kota Palopo. *Jurnal Analisa Sosiologi*, *12*(4). <https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71618>

- Ifa, K., Sudrajat, A., & Tedjomurti, F. (2025). Warna kulit dan stratifikasi sosial: Perjuangan representasi di ruang media sosial TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(2), 58–66. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v14i2.81746>
- Jannah, D. N. (2025). Beauty premium: Make-up sebagai modal simbolik dalam peningkatan pendapatan perempuan di dunia kerja. 3(2), 33–44.
- Kumara, A. L., Zahira, N., & Sudiwijaya, E. (2025). Representasi kulit putih sebagai standar kecantikan perempuan di Indonesia dalam iklan Scarlett Whitening. *Jurnal Audiens*, 6(4), 592–600. <https://doi.org/10.18196/jas.v6i4.559>
- Mufidah, A., Mubarrok, Z. A., Az-zahra, F., Wulandari, C. A., Rosita, H., Nabila, A. C., Novika, R. I., & Dewi, R. (2025). Representasi standar kecantikan perempuan Indonesia dalam konten endorsement produk kecantikan TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(1), 97–110. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v14i1.80014>
- Nurahmi, S. H., Hariyadi, H., & Widyastuti, T. R. (2024). Pertukaran kecantikan dan status sosial serta pergeseran makna pada fenomena trophy wife: Analisis semiotika pada unggahan YouTube podcast Sobat Konglo. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(4), 1891–1900. <https://doi.org/10.54082/jupin.582>
- Nurdin, et al. (2024). Pengaruh negatif standar kecantikan dalam media sosial terhadap citra diri remaja perempuan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.
- Rais, K. Q. (2025). *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bandar Lampung*.
- Riswana, et al. (n.d.). Konstruksi standar kecantikan perempuan di kalangan mahasiswa Universitas Mataram.
- Santi, S. (2006). Kecantikan dan mode: Representasi tubuh dan identitas perempuan. 3(2), 7–17.
- Sumargi, A. M., & Kristi, A. N. (2017). Well-being orang tua, pengasuhan otoritatif, dan perilaku bermasalah pada remaja. *Jurnal Psikologi*, 44(3), 185. <https://doi.org/10.22146/jpsi.25381>
- Syahallah, C., et al. (2023). Dampak standar kecantikan bagi perempuan di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Wiliana, D. A. (2025). Praktik persaingan antar model (peragawati) dalam agensi Dluxmodel Surabaya. 14(03).
- Wirawanda, R. A. Y. (2024). Representasi kekerasan simbolik dalam drama *My ID is Gangnam Beauty* terkait standar kecantikan.
- Yudha, et al. (2026). Kontestasi nilai dan eksploitasi simbolik dalam beauty pageant anak di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi (SENADA)*, 9.