

## KONSEP DIRI PEREMPUAN CANTIK DI *INSTAGRAM*

<sup>1</sup>Chika Ananda Putri Irza; <sup>2</sup>Ivan Taufiq; <sup>3</sup>Budi Hermanto

<sup>1,2&3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Riau

Email: <sup>1</sup>anandachika@student.uir.ac.id; <sup>2</sup>ivantaufiq@comm.uir.ac.id;  
<sup>3</sup>budihermanto@comm.uir.ac.id

Diterima: 06-01-2022    Disetujui: 19-01-2022    Diterbitkan: 19-01-2022

### Abstrak

*Artikel ini membahas mengenai konsep diri perempuan cantik di Instagram berdasarkan dari fenomena standar beauty di Instagram. Dampak dari standar kecantikan ini membuat perempuan tidak percaya diri, membandingkan diri dengan perempuan lain di Instagram dan kehilangan motivasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi Alfred Schutz. Penelitian ini menggunakan aspek dari konsep diri yaitu Pengetahuan, Harapan, dan Penilaian. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang merupakan pengguna instagram. Hasil penelitian adalah informan memanfaatkan informasi yang ada di Instagram untuk dapat menambah wawasan. Para informan juga belajar untuk mencintai diri sendiri dan merasa jauh lebih nyaman dan termotivasi dengan versi diri mereka saat ini. Para informan justru belajar dari pengalaman sebelumnya agar bisa terus memperbaiki diri sehingga kelak menjadi orang yang lebih baik.*

**Kata Kunci:** *Konsep Diri, Perempuan Cantik, Instagram.*

### Abstract

*This article discusses how the self-concept of beautiful women on Instagram by the phenomenon of beauty standards on Instagram. The impact of this image of beauty standards makes women feel insecure, comparing themselves to others on Instagram and losing their motivation. This research method uses a qualitative descriptive with a phenomenological approach. This research uses aspects of self-concept, through Knowledge, Expectations, and Assessment. As a result of this study, nformants use the information on Instagram to be able to add insight. The informants also learned to love themselves and felt much more comfortable and motivated with their current version of themselves. The*

*informants actually learn from previous experiences so that they can continue to improve themselves so that in the future they become better people.*

**Keywords:** *Self-Concepts, Beautiful Women, Instagram*

## PENDAHULUAN

Kecantikan bagi seorang perempuan memiliki arti serta peran yang sangat penting. Nikmah (2016:167) mengatakan bahwa semenjak dini perempuan telah diajarkan untuk selalu menganggap penampilan fisiknya itu adalah salah satu faktor penting untuk menunjang rasa bangga dan kepercayaan diri. Tidak heran jika sekarang banyak sekali perempuan yang melakukan perubahan pada penampilan dan perawatan diri tetapi tanpa disadari malah mengabaikan kualitas yang terdapat dalam dirinya, seperti kecerdasan, kepribadian, dan lain sebagainya.

Membahas tentang kecantikan dari perempuan, Sebagian masyarakat menganggap bahwa cantik itu sebagai suatu bentuk yang relatif, artinya pandangan setiap orang mengenai “cantik” itu berbeda-beda. Namun sebagian masyarakat lainnya menganggap bahwa “cantik” merupakan hal yang universal. Hal ini bisa terjadi karena adanya ukuran dari standar, kriteria, serta nilai untuk mendapatkan label “cantik”. Kasiyan mengatakan bahwa dalam masyarakat umum, perempuan dikatakan cantik tidak hanya dari bentuk wajahnya saja tetapi juga berdasarkan dari warna kulit yang putih, mulus, dan bentuk tubuh yang menonjolkan lekukan tubuh (Worotitjan, 2014).

Media menjadi salah satu yang menggambarkan standar kecantikan dengan cara yang provokatif yang secara konstan mendeskripsikan konsep kecantikan yang ideal. Artian ideal ini merujuk pada pernyataan dari Muzayin Nazaruddin bahwa di Media Jurnalisme dan budaya populer mengungkapkan konsep cantik yang kurus, langsing, putih, berambut hitam panjang, modis, dan selalu menjaga penampilan, serta rutin melakukan perawatan tubuh agar tetap awet muda (Marlianti, 2012). Pada dasarnya, orang Indonesia yang memiliki warna kulit yang cerah cenderung terdapat warna kekuningan yang terkesan lebih *warm* atau hangat.

Dalam masyarakat modern, teknologi, informasi, dan komunikasi sangat diperlukan. Dengan kemunculan *smartphone* tentu memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan utamanya yaitu berkomunikasi. Menurut riset *platform* Manajemen Media Sosial *Hootsuite* dan sebuah agensi marketing sosial yaitu *We Are Social* yang bertajuk “*Global Digital Report 2020*” menyatakan bahwa hampir 64% para penduduk Indonesia sudah terkoneksi dengan jaringan internet (Hanika & Witjaksono, 2020). Jika dilihat beberapa tahun kebelakang ini banyak sekali pengguna *smartphone* yang menghabiskan waktunya di media sosial. Hal ini terjadi dikarenakan adanya peningkatan dalam bentuk kuantitas dan kualitasnya. Penggunaanya pun berasal dari berbagai usia dan kalangan sosial.

Penelitian ini meneliti konsep diri perempuan cantik di *Instagram* dan berfokus pada media sosial *Instagram*. Kelebihan dari media sosial yang diluncurkan pada tahun 2010 ini menyediakan berbagai fitur untuk mengubah tampilan foto, video, serta dapat dibagikan ke media sosial lainnya. Pada bulan Januari 2018 dilakukan survey *Wearesocial.com* yang menunjukkan bahwa media sosial *Instagram* menempati posisi ke 4 dari 12 media sosial yang paling banyak digunakan dengan angka 38%. Sedangkan untuk urutan negara, Indonesia meraih posisi ke 3 dengan pengguna yang mencapai 53 juta (Erniwati, 2020).

Dengan terus memunculkan inovasi-inovasi pada fitur-fitur *Instagram* dapat menarik perhatian penggunanya. Salah satu fitur yang cukup terkenal saat ini adalah fitur *Instagram Stories* atau singkatnya *Instastory/Snapgram*. Fitur ini bertujuan untuk mengunggah video atau foto yang hanya punya waktu 24 jam sampai akhirnya akan terhapus secara otomatis. Lalu ada juga fitur Highlight yang kan penggunanya untuk memilah beberapa postingan dari *Instastories* untuk dijadikan satu folder *moment* yang dapat dilihat kapan saja dan siapa saja.

Ada beberapa penelitian yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Penelitian pertama berjudul “Konstruksi Perempuan Cantik di kalangan Siswi SMAN 1 Sooki Mojokerto” dalam penelitian ini menemukan bahwa konstruksi perempuan cantik yang diperlihatkan oleh media nyatanya berbeda pandangan dengan siswi SMAN 1 Sooki Mojokerto. Media mengkonstruksikan “cantik” itu harus putih, bersih, langsing, tinggi. Sedangkan siswi menyebutkan bahwa “cantik” itu berlandaskan pada kebudayaan jawa, yaitu sopan santun, bertutur kata halus, dan lemah gemulai.

Pada penelitian selanjutnya berjudul “Konsep Diri Wanita Model *Fashion Show* di Pekanbaru” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi internal wanita model *fashion show* terdiri dari 3 yaitu identitas, diri pelaku, penerima. Sedangkan untuk dimensi eksternal wanita model *fashion show* terdiri dari 5 yaitu, diri fisik, diri etik, diri pribadi, diri keluarga, dan diri sosial.

Kemudian penelitian selanjutnya yang berjudul “Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi Cantik di Masyarakat”. Hasil menunjukkan bahwa strategi coping yang dilakukan oleh perempuan ini sebagai upaya pemenuhan standarisasi cantik ideal di lingkungannya. Terdapat 2 strategi, yaitu mengatasi masalah kurang cantik dengan perawatan dan memodifikasi emosi dengan cara mengubah pemahaman tentang makna cantik.

*Instagram* membebaskan para penggunanya untuk bereksplorasi serta dengan bebas memposting apa saja berdasarkan apa yang ingin penggunanya perlihatkan kepada pengikut akun *Instagram* lainnya. Dengan hal ini *Instagram* menjadi wadah untuk aktualisasikan diri individu karena melalui media sosial penampilan seseorang akan mendapatkan penilaian yang bisa berupa pujian, sindiran, atau hujatan (Mahanani, Laraswati, Salsadilla, Nabilah, & Wibowo, 2020).

Seiring dengan berkembangnya media sosial serta teknologi membuat standar kecantikan semakin memojokkan posisi perempuan. Bahan ditambah dengan fakta bahwa mayoritas pengguna *Instagram* didominasi oleh kaum perempuan. Pada tahun 2017 Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah terbanyak dan 89% dengan perempuan mendominasi 63% (Putra, 2019:2). Penelitian yang dilakukan oleh *Pew Research Center* menyatakan bahwa perempuan lebih sering upload *selfie* di jejaring sosial dibanding dengan laki-laki (Nguyen, 2014).

Valkenburg, Peter dan Schoutten (2006) mengatakan bahwa dengan adanya *like* dan komentar yang positif akan membuat seseorang bisa merasa bahwa dirinya didukung oleh orang lain dan bisa mengevaluasi dirinya serta meningkatkan harga dirinya secara positif. Sebaliknya, jika seseorang mendapatkan *feedback negative* seperti jumlah *like* yang sedikit, *view* yang berkurang, dan komentar yang buruk justru akan menurunkan harga diri seseorang (Adishesa, 2020:28). Dampak tersebut akan merubah dirinya baik itu ke dalam hal yang positif atau negatif.

Perlu diketahui bahwa terdapat istilah *body shaming* dan *face shaming*. Hal ini terjadi hampir setiap hari baik itu di internet maupun di dunia nyata dan sangat mempengaruhi perempuan. Jika di internet, *body* dan *face shaming* dilakukan melalui media sosial dan salah satu media sosialnya tersebut adalah *Instagram* (Pricilia, 2018:2). Dampaknya pun sangat besar karena seorang individu bisa kehilangan rasa percaya dirinya yang memunculkan pikiran bahwa dirinya tidak lebih baik dari orang lain. Sifat percaya diri ini bukan sifat bawaan atau turunan tetapi diperoleh individu melalui pengalaman hidupnya yang ia tanamkan dari pendidikan atau kegiatan yang ia ikuti dalam upaya guna membentuk kepercayaan dirinya. Gutara, Rangka & Prasetyaningtyas menyebutkan bahwa ciri-ciri orang yang mempunyai percaya diri baik, yaitu mandiri, toleransi, optimis, yakin dengan pendapat diri sendiri, tidak egois dan tidak berlebihan (Aziz, 2018).

Kini bermunculan akun *beauty vlogger* atau *influencer* yang menyajikan informasi-informan mengenai kecantikan melalui *Instagram*. *Beauty vlogger* ini biasanya menjunjung tinggi *self-love* yang dimana mereka mengingatkan para pengikutnya untuk bisa mencintai diri sendiri. Tetapi dengan adanya *beauty vlogger* ini bisa menjadi gambaran bagaimana standar kecantikan di *Instagram* dan menjadikan *beauty vlogger* sebagai panutannya dalam memperbaiki diri.

Standar kecantikan merupakan suatu bentuk dari sebuah fenomena yang didasari oleh adanya anggapan bahwa perempuan cantik merupakan perempuan yang sempurna dari fisik dan dianggap menarik oleh lawan jenis. Littlejohn mengatakan bahwa fenomenologi membuat sebuah pengalaman nyata sebagai data pokok dari sebuah realitas. Fenomena ini mengacu pada kemunculan suatu peristiwa atau kondisi yang dilihat. Maka dari itu, fenomenologi merupakan cara yang digunakan manusia untuk bisa

memahami dunia melalui pengalaman hidup secara langsung (Yadani & Wirman, 2017).

Teori Interaksi sosial berasal dari sebuah pemikiran realitas yang memiliki proses yang cukup cepat dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan serta keadaan sekitarnya. Individu merupakan pelaku aktif yang dimana konsep dirinya pun menjadi sangat penting dalam terjadinya sebuah interaksi. Perlu diketahui bahwa emosi, nilai, keyakinan, kebiasaan, kejadian masa lalu serta masa depan memiliki pengaruh dalam terbentuknya konsep diri. Arrieani (2008) menyatakan bahwa seorang individu tidak dapat memaknai suatu simbol jika tidak adanya individu lain yang membantunya berperan sebagai cerminan untuk dirinya sendiri (Laksmi, 2018).

Maka dari itu pentingnya melakukan komunikasi baik itu interpersonal dengan orang lain maupun intrapersonal dengan diri sendiri untuk bisa bertindak dan melakukan sesuatu. Berdasarkan konsep dasar teori interaksi simbolik menurut George Herbert Mead bahwa seseorang memerlukan bantuan orang lain dalam memahami ataupun menilai dirinya sendiri (Laksmi, 2018).

Berkaitan dengan standar kecantikan yang ada di *Instagram* saat ini tentu akan berpengaruh pada bentuk konsep dirinya. jika perempuan tidak percaya diri dengan dirinya sendiri, perempuan akan berusaha untuk merubah dirinya sesuai dengan standar kecantikan yang terlihat di *Instagram*. Dalam prosesnya hal ini mencakup untuk bisa memahami diri sendiri terutama dalam proses hubungan dengan orang lain dan cara individu memperlakukan dirinya dan lingkungan di sekitarnya yang memiliki kedudukan yang sangat penting.

## **KERANGKA TEORI**

### **Konsep Diri**

Menurut Calhoun dan Acocella dalam (Ghufron, 2011) mengatakan bahwa terdapat 3 aspek-aspek konsep diri yaitu pertama, Pengetahuan Aspek ini merupakan hal yang diketahui oleh individu mengenai dirinya, baik secara fisik, usia, jenis kelamin, suku, bangsa, pekerjaan, agama, dan lain sebagainya. Kedua, Harapan Individu harus memiliki suatu pandangan atau harapan untuk dirinya di masa depan. Individu memiliki harapan untuk menjadi kepribadian yang lebih baik, ideal, dan unik. Ketiga, Penilaian seorang individu harus menjadi penilai mengenai dirinya sendiri. Hasil dari evaluasi atau penilaian ini disebut dengan harga diri. jika penilaian tidak memenuhi harapan dan standar dirinya, maka akan semakin rendah pula *self esteem*.

Menurut (Rakhmat, 2003) menjelaskan bahwa konsep diri bukan hanya sekedar gambaran tetapi merupakan suatu bentuk penilaian seseorang terhadap dirinya yang pada akhirnya akan memunculkan suatu perasaan dan juga pikiran dari individu tersebut. Begitu juga setiap orang tetap memerlukan

orang lain dalam hal ini, namun antar pribadi tetap menjadi hal yang paling utama (Liliweri, 2015)

Menurut Calhoun dan Acocella dalam (Zuraida, 2018) telah membagikan konsep diri menjadi 2 bagian, yaitu pertama, Konsep Diri Positif Konsep diri positif merupakan suatu penilaian yang baik terhadap dirinya. Individu yang memiliki konsep diri yang positif akan dapat menerima kekurangan serta kelebihan di dalam dirinya. Ketika konsep diri positif maka individu dapat menerapkan realitas tentang keadaan dirinya. Kedua, Konsep Diri Negatif Individu yang memiliki konsep diri negatif akan kecenderungan untuk tidak stabil dan tidak memiliki perasaan. Individu tidak akan mengetahui kelebihan serta kekuatan yang ia miliki dan akan terus merasa kurang dan tidak baik.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk dapat memahami kenyataan sosial dari perspektif narasumber. Menurut Denzin dan Lincoln bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah untuk bisa menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan melibatkan berbagai metode yang ada (Yadani & Wirman, 2017).

Dalam penelitian ini juga menggunakan pendekatan Fenomenologi. Seperti yang dipaparkan oleh Kuswarno dalam (Yadani & Wirman, 2017) bahwa fenomenologi memperlihatkan sebuah pengalaman langsung individu, sejauh mana pengalaman itu secara erat berhubungan dengan suatu topik. Penelitian fenomenologi menangkap seluruh pengalaman subyektif dari narasumber penelitian (Moehakar & Handayani, 2019)

Pemilihan untuk informan menggunakan teknik *Linear Snowball Sampling*. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk bergerak secara linear dari satu informan ke informan lainnya (Bungin, 2013). Adapun subjek dari penelitian ini adalah seorang perempuan berusia 18-22 tahun dan berstatus seorang mahasiswi di Universitas Perguruan Tinggi yang lokasinya berada di kota Pekanbaru. Terdapat 4 informan yang cukup mumpuni dalam memberikan informasi yang peneliti butuhkan pada penelitian ini yang mana setiap informan harus memiliki kriteria yaitu mengetahui atau mengikuti tren kecantikan seperti *makeup, skincare, style* berpakaian, dll. Informan adalah pengguna aktif *Instagram*. Pengguna aktif disini adalah mahasiswa aktif mengupload foto atau mengunggah hal menarik di *Instagram*, dan menyukai atau *like* suatu postingan di *Instagram*. Dan informan merupakan pengguna *Instagram* yang telah lebih dari 2 tahun dan sudah berpengalaman dalam mengeksplorasi semua fitur yang ada di *Instagram*.

Peneliti melakukan wawancara secara mendalam untuk memperoleh keterangan tujuan penelitian dengan memberikan pertanyaan kepada informan. Tetapi karena telah terjadi pandemi Covid-19 maka peneliti

melakukan wawancara secara *online* dengan *Zoom Meeting* dan *Video Call Whatsapp*. Kegiatan observasi pun dilakukan dengan cara pengamatan langsung aktivitas perempuan di media sosial *Instagram*.

Terdapat 4 tahap dalam analisis yang digunakan Moustakas (Sunarto, 2017), Pertama adalah *Epoche*, yang merupakan langkah awal dengan cara memisahkan data subjek dengan data subjektif dari peneliti. Berikutnya adalah Reduksi Fenomenologi, dalam konteks ini fenomena tidak hanya dilihat dari objek eksternal tetapi juga dari objek internal. Kualitas pengalaman subjek menjadi fokus pengamatan dan penulis harus mengamati dan mendeskripsikan. Tahapan ketiga adalah Variasi Imajinatif, menemukan sebuah makna struktural yang memicu terjadinya makna tekstural. Hal yang dimaksud adalah perasaan dan pikiran subjek mengenai fenomena yang dialaminya. Tahapan terakhir adalah Sintesis yang mana merupakan tahap perangkaian dari sebuah fenomena yang telah peneliti temukan dan menjadikannya sebuah esensi dari pengalaman yang dikemukakan dan ditulis secara deskriptif.

## **PEMBAHASAN**

Hasil dari penelitian ini mengenai konsep diri perempuan cantik di *Instagram*, dimana pengalaman yang telah dialami oleh para informan membentuk suatu pandangan dan sikap terhadap dirinya. Hal ini berkaitan dengan fisik, psikis, dan sosial dari individu tersebut. Untuk tahap analisis, peneliti telah menyiapkan daftar pertanyaan sebagai pedoman ketika wawancara dengan informan, serta pengumpulan data dan analisis data dilakukan oleh peneliti sendiri.

Informan pertama bernama Dinda, berusia 21 tahun dan berkuliah di Universitas Riau jurusan Hubungan Internasional. Informan kedua bernama Dewi, berusia 21 tahun dan berkuliah di Universitas Islam Riau jurusan Ilmu Komunikasi. Informan ketiga bernama Metta, berusia 20 tahun dan berkuliah di Universitas Riau jurusan D3 Perpajakan. Lalu informan keempat bernama Shania, berusia 20 tahun dan berkuliah di UIN Suska Riau jurusan Ilmu Komunikasi.

Untuk memperoleh hasil dari penelitian ini mengacu pada rumusan masalah yaitu konsep diri dengan berpedoman pada aspek-aspek konsep diri yaitu:

### **Pengetahuan**

Peneliti menanyakan hal-hal yang diketahui oleh para informan mengenai dirinya yang menggunakan *Instagram* dan standar kecantikan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada 4 informan mahasiswi yaitu rata-rata para informan sudah lama aktif menggunakan *Instagram*. Untuk informan Dinda, ia telah menggunakan *Instagram* sudah

lebih dari 7 tahun dimulai dari tahun 2014. Sedangkan informan Metta telah menggunakan *Instagram* dari tahun 2012.

Informasi yang dicari oleh para informan ini kebanyakan mengenai kecantikan dan informan seputar kuliah, beasiswa, *volunteer*, dan seminar. Hal ini para informan manfaatkan untuk menambah ilmu serta mengasah *skill* yang mereka miliki agar kelak berguna untuk diri sendiri dan orang banyak terutama karena mereka menggunakan *Instagram* dan memiliki jumlah *followers* yang banyak tentu ilmu yang para informan dapatkan dan sampaikan kepada *followers* akan sangat berguna.

Berkaitan dengan aspek pengetahuan para informan mengenai fenomena standar kecantikan cukup baik. Informan Dewi dan Metta mengetahui bahwa di *Instagram* para perempuan harus menunjukkan sisi yang bagus di setiap foto yang di upload seperti muka yang mulus, putih, bebas jerawat serta tidak ada bekas jerawatnya agar hasil foto terlihat baik dan tidak mendapatkan *feedback* negatif. *Feedback* negatif ini bisa berupa *like* yang berkurang atau mendapatkan komentar yang tidak bagus. Sedangkan dua informan lain seperti Dinda dan Shania mengetahui bahwa standar kecantikan yang diperlihatkan di *Instagram* kini adalah *perfect, good looking*, dan mengikuti tren.

### **Harapan**

Berkaitan dengan aspek harapan, peneliti mengetahui bahwa keempat informan ini memiliki harapan baik untuk mereka kedepannya. Seperti informan Dinda, ia berharap bahwa dirinya bisa memberikan hal-hal positif untuk orang disekitarnya dan masyarakat luas khususnya perempuan yang masih kesulitan untuk membangkitkan rasa percaya dirinya. Pola pikirnya pun berubah bahwa cantik itu gak harus terlihat sempurna. Perempuan itu cantik dengan cara mencintai dan menghargai diri sendiri.

Informan Shania juga berharap bahwa jangan sampai ada stigma menjustifikasi orang lain. Informan Dewi berharap semoga dirinya tetap bisa konsisten untuk percaya diri seperti saat ini. Pembentukan konsep diri pada para informan tentu ada sebuah harapan yang diusahakan untuk tercipta dalam dirinya. Para informan ini menyampaikan bahwa ingin sekali bisa lebih mencintai diri sendiri karena para informan ini merasa sebelumnya kurang begitu memperhatikan dan menghargai dirinya sendiri. Selama ini para informan terlalu sibuk memikirkan perkataan orang lain yang padahal itu tidaklah begitu penting. Para informan juga berharap orang-orang jangan terlalu cepat untuk menilai seorang individu hanya dari fotonya saja di *Instagram*.

Perempuan cantik bukan hanya fisik tetapi juga tutur kata yang sopan serta *attitude* dan *manner* yang baik pula di media sosial *Instagram*. Setelah para informan ini berhasil untuk membangkitkan kembali rasa percaya diri, motivasi dengan mengetahui kekuatan dalam dirinya, para informan pun mulai mengasah *skill* yang dimiliki untuk menunjang karir mereka kelak



setelah lulus kuliah. Para informan juga berusaha untuk memperbaiki kekurangan yang dimiliki. Sehingga akhirnya para informan lebih konsisten dan bersemangat dalam menjalani hidup.

### **Penilaian**

Peneliti mengetahui bahwa penilaian para informan terhadap dirinya mengenai standar kecantikan yang ada di *Instagram* sudah baik dari segi memahami dan menerima diri apa adanya. Para informan sudah tidak peduli lagi dengan standar kecantikan yang ada dan menganggap bahwa diri mereka “cantik”. Hal ini bisa terjadi karena para informan belajar dari pengalaman di masa lalu dan mencoba untuk memperbaiki diri. Setiap perempuan memiliki kualitas dirinya masing-masing.

Berkaitan dengan hal ini, informan Dinda mengatakan bahwa dari dulu dirinya ingin dibilang “pintar” ketimbang “cantik” dan sekarang Dinda mulai memperbaiki penampilannya serta ingin menaikkan kualitas diri supaya nanti bukan hanya dipandang cantik luarnya (*outside*) saja tetapi juga cantik dalamnya (*inside*). Informan Dewi juga mengatakan bahwa kekurangan yang dimiliki bisa membuat seseorang menjadi lebih percaya diri karena kekurangan bukan suatu hal yang bisa menghambat diri untuk maju. Sedangkan informan Metta mengatakan jika perempuan dengan tutur kata yang baik, memiliki *attitude* yang bagus serta dapat memberikan hal positif di media sosial merupakan perempuan cantik baginya. Informan Shania mengungkapkan bahwa cintailah diri sendiri dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan diri. Memahami setiap orang itu berbeda-beda, punya ciri khas masing-masing agar dikemudian hari tidak perlu merasa minder.

Struktur peran dan status sosial ini salah satunya yang membuat konsep diri seseorang menjadi negatif karena enggan untuk melakukan perubahan pada dirinya. Sedangkan seseorang dengan konsep diri yang positif mampu melihat melihat dan menilai sisi lain dalam dirinya. Individu akan lebih terbuka pikirannya untuk mengambil sisi positif dari perkataan orang lain tentang dirinya.

Para informan ini merasa senang, nyaman, termotivasi, dan lebih percaya diri dengan dirinya sekarang. Para informan mengaku bahwa tidak ada gunanya untuk mendengarkan perkataan orang yang ingin menjatuhkannya. Lingkungan sekitar pun turut berperan penting dalam membangkitkan rasa percaya diri para informan, salah satunya memiliki teman yang *supportive*. Para informan bisa berubah menjadi kepribadian yang lebih baik berkat adanya orang yang selalu percaya dengannya. Para informan menyadari setiap perempuan itu cantik dengan keunikannya serta mampu mengubah rasa *insecure* menjadi rasa bersyukur.

### **KESIMPULAN**

Peneliti menyimpulkan bahwa perempuan yang berstatus mahasiswi ini memiliki konsep diri positif yang berdasarkan pada Pengetahuan, Harapan, dan Penilaian. Berkaitan dengan aspek pengetahuan bahwa ternyata di *Instagram* banyak sekali informasi yang dapat para informan temui, seperti informasi perkuliahan, lomba, beasiswa, bahkan informan seputar kecantikan. Hal ini sangat menguntungkan bagi para informan karena ilmu yang didapatkan berguna untuk dirinya dan juga orang lain.

Berkaitan dengan standar kecantikan para informan belajar untuk bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan yang ada tetapi dengan beberapa pertimbangan apakah hal ini membuat informan nyaman dan percaya diri. Apalagi para informan berstatus mahasiswa dan bukan siswa sekolah. Tentu lingkungan sudah berubah.

Berdasarkan aspek harapan, para informan berharap bisa lebih menghargai dan mencintai diri sendiri seperti sekarang ini. Kemudian aspek penilaian, para informan merasa jauh lebih nyaman dan lebih termotivasi dengan dirinya yang sekarang. Para informan justru belajar dari pengalaman sebelumnya agar bisa terus memperbaiki diri sehingga kelak menjadi orang yang lebih baik.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adishesa, M. S. (2020). Hubungan Intensitas Pengguna Instagram dan Self Esteem Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikolog MIND SET*, Vol.11, No.1.
- Aziz, A. R. (2018). Keefektifan Layanan Informasi Berbasis Instagram Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Siswa. *Bimbingan dan Konseling*, Vol.1, No.3.
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Predana Media.
- Erniwati, E. &. (2020). Perubahan Perilaku Komunikasi Kaum Perempuan Pengguna Instagram Stories di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.9, No.2.
- Ghufron, N. &. (2011). *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hanika, P., & Witjaksono. (2020). Sosialisasi Literasi Media Digital di Jakarta (Studi Eksperimen Penggunaan Youtube Terhadap Siswa Sekolah Dasar di Jakarta). *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, Vol.4, No.2.
- Laksmi. (2018). Teori Interaksionisme Simbolik dalam Kajian Ilmu Perpustakaan dan Informasi. *Journal of Library and Information Science*, Vol.1, No.1.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar-Personal*. Jakarta: Predanamedia Group.
- Mahanani, M., Laraswati, D., Salsadilla, R., Nabilah, H., & Wibowo, H. (2020). Pelatihan Konsep Diri Remaja Putri Untuk Membangun Pemahaman

- Tentang Standar Kecantikan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.3, No.3.
- Marlianti, N. &. (2012). Representasi Tubuh Perempuan Dalam Rubrik Kecantikan di Majalah Femina Edisi Mei 2011. *Jurnal Komunikologi*, Vol.9, No.2.
- Moehakar, F., & Handayani, B. (2019). Fenomenologi Literasi Media pada Remaja di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ranah Komunikasi*, Vol.3, No.1.
- Mustaqimmah, N., & Sari, N. D. (2021). Konsep Diri Generasi Z Pengguna Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Medium*, 148-166.
- Nguyen. (2014). Exploring The Selfie Phenomenon : The Idea Of Self-Preservation And Its Implications Among Young Women. *Smith College School For Social Work*, 36-39.
- Nikmah, K. (2016). Perubahan Konsep Kecantikan Menurut Iklan Kosmetik di majalah Femina Tahun 1977-1995. *e-Journal Pendidikan Sejarah*, Vol.4, No.1.
- Pricilia, C., & Yoanita, D. (2018). Pengaruh Bodily Shame di Instagram Terhadap Konsep Diri Remaja Perempuan. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol.7, No.2.
- Putra, M. (2019). Kemanfaatan Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Remaja Wanita di Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.2, No.1.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Riau, M. I., & Sari, G. G. (2018). Konsep Diri Perokok Di Universitas Islam Riau. *Jurnal Medium*, 27-38.
- Sunarto. (2017). Studi Fenomenologi : Esensi Pengalaman Konsumsi Media Lokal di Kota Semarang. *Pertemuan Forum Dekan Ilmu-Ilmu Sosial PTN Se-Indonesia*.
- Worotitjan, H. (2014). Konstruksi Kecantikan Dalam Iklan Kosmetik Wardah. *Jurnal E-Komunikasi*, Vol.2, No.2.
- Yadani, F., & Wirman, W. (2017). Pengalaman Komunikasi dan Konsep Diri Pengungsi Asal Afghanistan di Kecamatan Rumbai. *JOM FISIP*, Vol. 4, No.2.
- Zuraida. (2018). Konsep Diri Pada Remaja Dari Keluarga Yang Bercerai. *Kognisi Jurnal*, Vol.2, No.2.