

STANDAR KECANTIKAN DI INSTAGRAM: PEMAKNAAN ANAK KOS TERHADAP INFLUENCER @eriskaapril_**Maya Ch. Keluanan¹, Aelsthri Ndandara², Jacklin S. Manafe³, Imanta I. Perangin Angin⁴**Email: mayakeluanan@gmail.com¹, aelsthri.ndandara@staf.undana.ac.id²,
jacklin.manafe@staf.undana.ac.id³, imanta.i.peranginangin@staf.undana.ac.id⁴**Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana**

Abstrak: Instagram menjadi salah satu media sosial yang berperan dalam membentuk dan mereproduksi standar kecantikan di kalangan perempuan muda melalui berbagai representasi visual yang ditampilkan secara berulang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemaknaan anak kos terhadap standar kecantikan yang ditampilkan oleh influencer @eriskaapril_ di Instagram serta mengidentifikasi peran influencer dalam pembentukan standar kecantikan tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi terhadap sepuluh informan yang dipilih secara purposive di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang. Data dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anak kos memaknai kecantikan sebagai penampilan yang bersih, terawat, menarik, dan didukung oleh praktik perawatan diri yang konsisten. Paparan terhadap konten influencer mendorong munculnya perbandingan diri, meskipun informan tetap melakukan negosiasi terhadap standar kecantikan yang ditampilkan. Selain itu, influencer @eriskaapril_ berperan sebagai referensi kecantikan melalui representasi visual, aktivitas self-care, dan gaya hidup yang estetik. Validasi sosial berupa komentar dan likes turut memperkuat legitimasi standar kecantikan yang ditampilkan di Instagram.

Kata Kunci: Standar Kecantikan, Instagram, Pemaknaan, Influencer, Anak Kos.

Abstract: Instagram has become a social media platform that shapes and reproduces beauty standards among young women through repeated visual representations. This study aims to analyze how boarding-house students interpret beauty standards portrayed by the influencer @eriskaapril_ on Instagram and to identify the influencer's role in shaping those standards. The study employed a qualitative approach using a case study design. Data were collected through observation, semi-structured interviews, and documentation involving ten purposively selected informants in Lasiana Village, Kupang City. Data were analyzed using the Miles, Huberman, and Saldaña model. The findings reveal that boarding-house students interpret beauty as a clean, well-groomed, and attractive appearance supported by consistent self-care practices. Exposure to influencer content encourages self-comparison, although participants actively negotiate the beauty standards presented. The study also finds that @eriskaapril_ serves as a beauty reference through visual representations, self-care activities, and an aesthetic lifestyle. Furthermore, social validation in the form of comments and likes strengthens the legitimacy of the beauty standards displayed on Instagram.

Keywords: Beauty Standards, Instagram, Meaning-Making, Influencer, Boarding-House Students.

PENDAHULUAN

Di tengah dominasi budaya visual digital, kecantikan tidak lagi dipahami sekadar sebagai karakteristik fisik individu, melainkan sebagai standar sosial yang terus diproduksi, dipertukarkan, dan dinormalisasi melalui media sosial. Instagram sebagai platform berbasis visual menjadi ruang yang sangat berpengaruh dalam proses tersebut karena memungkinkan pengguna menampilkan, mengonsumsi, dan mengevaluasi berbagai representasi penampilan secara berkelanjutan. Melalui foto, video, filter, dan fitur penyuntingan lainnya, Instagram menghadirkan gambaran mengenai tubuh, wajah, serta gaya hidup yang dianggap menarik dan ideal. Paparan visual yang berlangsung secara terus-menerus menjadikan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi,

tetapi juga sebagai arena konstruksi makna yang membentuk cara individu memahami kecantikan dan menilai dirinya dalam kehidupan sosial.

Kuatnya pengaruh Instagram dalam membentuk standar kecantikan terlihat dari tingginya intensitas penggunaan platform tersebut, terutama di kalangan perempuan dan generasi muda. Laporan *We Are Social* (2024) menunjukkan bahwa Instagram masih menjadi salah satu media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi di Indonesia dan didominasi oleh pengguna usia produktif. Berbagai penelitian menemukan bahwa paparan terhadap konten kecantikan di media sosial mendorong munculnya perbandingan sosial, ketidakpuasan terhadap tubuh, serta kecenderungan menyesuaikan diri dengan standar penampilan yang dianggap ideal. Kondisi ini menjadi semakin relevan pada kalangan mahasiswa yang tinggal di kos karena mereka berada pada fase pembentukan identitas diri, memiliki intensitas interaksi digital yang tinggi, dan menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber utama dalam memperoleh referensi mengenai penampilan, gaya hidup, dan penerimaan sosial. Akibatnya, standar kecantikan yang berkembang di Instagram tidak hanya memengaruhi cara mahasiswa memandang orang lain, tetapi juga memengaruhi cara mereka mendefinisikan dan mengevaluasi dirinya sendiri.

Kajian mengenai standar kecantikan di media sosial telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Berbagai studi menunjukkan bahwa Instagram berperan dalam membentuk persepsi kecantikan, memengaruhi kepercayaan diri, serta mendorong munculnya ketidakpuasan terhadap tubuh pada perempuan dan remaja (Khoerunnisa et al., 2021; Jannah et al., 2023; Sihotang & Natalia, 2025). Penelitian lain juga menegaskan bahwa standar kecantikan yang direproduksi melalui media dan budaya populer dapat menimbulkan tekanan sosial, rasa insecure, serta stigma terhadap individu yang tidak sesuai dengan gambaran kecantikan dominan (Syahallah et al., 2023). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi individu mengenai kecantikan sekaligus memengaruhi pengalaman sosial yang menyertainya.

Meskipun demikian, penelitian terdahulu umumnya lebih berfokus pada dampak psikologis penggunaan Instagram, seperti kepercayaan diri, body image, dan persepsi individu terhadap kecantikan. Kajian yang menempatkan standar kecantikan sebagai hasil konstruksi sosial yang dimaknai dalam pengalaman sehari-hari pengguna media sosial masih relatif terbatas, khususnya pada kelompok mahasiswa anak kos. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji bagaimana influencer berperan sebagai agen pembentuk dan penyebar standar kecantikan yang kemudian diinternalisasi oleh pengikutnya. Padahal, influencer tidak hanya menampilkan citra fisik tertentu, tetapi juga menghadirkan representasi gaya hidup yang berkontribusi dalam membentuk definisi mengenai kecantikan yang dianggap ideal. Berangkat dari kesenjangan tersebut, penelitian ini menggunakan perspektif *Beauty Myth* Naomi Wolf untuk memahami bagaimana standar kecantikan direproduksi melalui media sosial dan dimaknai oleh anak kos melalui paparan konten influencer Instagram @eriskaapril_.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemaknaan anak kos terhadap standar kecantikan yang ditampilkan di Instagram serta menganalisis peran influencer @eriskaapril_ dalam membentuk standar kecantikan menurut perspektif anak kos. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiologi media dan budaya populer dengan menunjukkan bagaimana standar kecantikan digital dibentuk, dinegosiasikan, dan diinternalisasi dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, khususnya mereka yang hidup dalam lingkungan kos sebagai ruang sosial yang intens dan dinamis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memahami pemaknaan anak kos terhadap standar kecantikan di Instagram serta peran

influencer @eriskaapril_ dalam membentuk standar kecantikan tersebut. Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Lasiana, Kecamatan Kelapa Lima, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Informan dipilih secara purposive dengan kriteria mahasiswa yang tinggal di kos, aktif menggunakan Instagram, mengenal atau pernah mengakses konten @eriskaapril_, dan bersedia menjadi informan penelitian. Penelitian melibatkan 10 informan yang terdiri atas mahasiswa perempuan pengguna aktif Instagram.

Data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, artikel ilmiah, serta dokumen yang relevan dengan penelitian. Analisis data dilakukan secara interaktif menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi terhadap akun Instagram @eriskaapril_, wawancara mendalam dengan sepuluh informan anak kos di Kelurahan Lasiana, serta dokumentasi yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk memahami bagaimana anak kos memaknai standar kecantikan yang ditampilkan di Instagram dan bagaimana peran influencer dalam membentuk standar kecantikan tersebut. Proses analisis dilakukan dengan mengidentifikasi pola-pola pemaknaan, pengalaman, serta pandangan informan terhadap representasi kecantikan yang mereka konsumsi melalui media sosial.

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa standar kecantikan yang ditampilkan oleh akun Instagram @eriskaapril_ dimaknai secara beragam oleh anak kos. Sebagian informan memandang kecantikan sebagai penampilan yang bersih, terawat, dan menarik, sementara sebagian lainnya menunjukkan sikap yang lebih selektif terhadap standar kecantikan yang berkembang di media sosial. Selain itu, influencer tidak hanya berperan sebagai figur yang menampilkan kecantikan secara visual, tetapi juga menjadi referensi gaya hidup, perawatan diri, serta sumber legitimasi terhadap standar kecantikan yang dianggap ideal.

Untuk mempermudah pemahaman terhadap temuan penelitian, hasil penelitian ini disajikan ke dalam dua tema utama yang mengacu pada tujuan penelitian. Tema pertama membahas pemaknaan standar kecantikan oleh anak kos terhadap representasi kecantikan yang ditampilkan di Instagram. Tema kedua membahas peran influencer @eriskaapril_ dalam membentuk standar kecantikan menurut perspektif anak kos. Setiap tema diuraikan berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

Konstruksi Makna Kecantikan di Kalangan Anak Kos

1. Penampilan Terawat sebagai Simbol Kecantikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa anak kos memaknai kecantikan tidak lagi semata-mata berdasarkan warna kulit atau karakteristik fisik tertentu, melainkan lebih menekankan pada kondisi penampilan yang terlihat bersih, sehat, dan terawat. Pemaknaan tersebut muncul setelah informan mengamati berbagai unggahan yang ditampilkan oleh akun Instagram @eriskaapril_. Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar konten yang diunggah memperlihatkan wajah yang tampak glowing, penggunaan make up yang natural, rambut yang tertata rapi, serta gaya berpakaian yang mengikuti tren perempuan muda. Karakteristik tersebut menjadi salah satu referensi yang digunakan informan dalam memahami makna kecantikan.

Menurut sebagian besar informan, kecantikan yang ditampilkan oleh @eriskaapril_ tidak hanya terletak pada wajah yang menarik, tetapi juga pada kesan bersih dan terawat yang

ditampilkan secara konsisten dalam setiap unggahan. Informan I-1 mengungkapkan bahwa:

“Kalau lihat dia itu bukan harus putih, tapi mukanya kelihatan bersih, glowing, sama penampilannya rapi jadi kelihatan cantik.” (I-1, wawancara 12 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kecantikan dipahami sebagai kondisi penampilan yang mencerminkan kebersihan dan perawatan diri, bukan semata-mata ditentukan oleh warna kulit. Temuan serupa juga disampaikan oleh Informan I-4 yang menjelaskan bahwa:

“Menurut saya yang bikin dia kelihatan cantik itu karena selalu terawat. Rambutnya rapi, kulitnya bersih, terus penampilannya juga cocok di setiap postingan.” (I-4, wawancara 13 Januari 2026).

Selain itu, Informan I-6 menambahkan bahwa kecantikan yang ditampilkan influencer lebih berkaitan dengan usaha yang dilakukan untuk menjaga penampilan dibandingkan faktor bawaan sejak lahir.

“Kalau saya lihat dia cantik karena kelihatan rajin merawat diri. Jadi bukan soal putih saja, tapi lebih ke bagaimana dia menjaga penampilannya.” (I-6, wawancara 15 Januari 2026).

Berdasarkan berbagai pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa anak kos memaknai kecantikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan upaya merawat diri secara konsisten. Kecantikan tidak lagi dipersepsikan sebagai atribut fisik yang bersifat alami, melainkan sebagai hasil dari kebiasaan menjaga kebersihan, kesehatan kulit, cara berpakaian, serta kemampuan menampilkan diri secara rapi dalam kehidupan sehari-hari.

Table 1. Temuan Pemaknaan Kecantikan sebagai Penampilan Terawat

Indikator Temuan	Deskripsi Temuan
Wajah bersih dan glowing	Menjadi karakteristik kecantikan yang paling sering disebut informan
Penampilan rapi	Dipandang sebagai unsur penting dalam membentuk kesan cantik
Perawatan diri (self-care)	Dianggap sebagai faktor utama yang mendukung kecantikan
Kecantikan sebagai proses	Dipahami sebagai hasil usaha dan perawatan yang dilakukan secara berkelanjutan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa anak kos memaknai kecantikan sebagai hasil dari penampilan yang bersih, sehat, dan terawat, bukan semata-mata ditentukan oleh karakteristik fisik bawaan. Pemaknaan tersebut dapat dipahami melalui konsep beauty myth Naomi Wolf yang menjelaskan bahwa standar kecantikan merupakan konstruksi sosial yang terus direproduksi melalui media dan budaya populer. Melalui unggahan yang menampilkan wajah glowing, rambut rapi, serta penampilan yang terkelola dengan baik, @eriskaapril_ merepresentasikan bentuk kecantikan yang kemudian diterima informan sebagai gambaran perempuan yang menarik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Bakti dan Winduwati (2023) yang menunjukkan bahwa audiens Instagram memaknai representasi visual yang ditampilkan di media sosial sebagai acuan dalam memahami konsep kecantikan dan citra tubuh ideal.

2. Perbandingan Sosial dalam Pembentukan Makna Kecantikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa unggahan akun Instagram @eriskaapril_ tidak hanya menjadi sumber informasi mengenai kecantikan, tetapi juga menjadi acuan bagi sebagian anak kos dalam menilai kondisi fisik dan penampilan diri mereka. Paparan terhadap konten yang menampilkan wajah yang tampak mulus, kulit yang cerah, tubuh yang proporsional, serta gaya hidup yang teratur mendorong munculnya kecenderungan untuk membandingkan diri dengan figur yang ditampilkan dalam media sosial.

Berdasarkan hasil observasi terhadap akun @eriskaapril_, sebagian besar unggahan menampilkan citra perempuan muda dengan penampilan yang konsisten, baik dari segi riasan, cara berpakaian, maupun aktivitas yang dilakukan. Konsistensi visual tersebut menciptakan kesan bahwa kecantikan merupakan sesuatu yang dapat dicapai apabila seseorang mampu memenuhi karakteristik yang sama. Kondisi inilah yang kemudian menjadi salah satu faktor munculnya perbandingan diri di kalangan informan.

Informan I-9 mengungkapkan bahwa:

“Menurut saya, ia menampilkan standar kecantikan seperti kulit putih, halus, dan badan ideal. Melihat kulitnya yang putih dan halus membuat saya ingin memiliki kulit yang sama bagusnya.” (I-9, wawancara 14 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa visual yang ditampilkan influencer menjadi referensi dalam mengevaluasi kondisi diri sendiri. Informan tidak hanya mengagumi penampilan yang dilihat, tetapi juga mulai membandingkannya dengan kondisi fisiknya saat ini.

Hal serupa disampaikan oleh Informan I-3 yang mengaku sering membandingkan penampilannya dengan konten yang ditampilkan influencer.

“Kadang jadi bandingin diri sendiri, apalagi kalau lihat dia selalu rapi dan kelihatan perfect di setiap postingan.” (I-3, wawancara 14 Januari 2026).

Menurut Informan I-3, unggahan yang terus-menerus menampilkan kesan sempurna membuat dirinya merasa terdapat jarak antara kondisi yang dimiliki dengan penampilan yang ditampilkan oleh influencer. Meskipun tidak selalu menimbulkan rasa rendah diri, kondisi tersebut membuat informan lebih memperhatikan kekurangan yang dimilikinya.

Temuan yang sama juga diungkapkan oleh Informan I-8 yang menyatakan bahwa:

“Kalau lihat postingannya sering merasa masih kurang. Jadi kadang terpikir harus lebih merawat diri lagi supaya kelihatan lebih menarik.” (I-8, wawancara 15 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa perbandingan diri tidak selalu menghasilkan respons negatif, tetapi juga dapat memunculkan motivasi untuk melakukan perawatan diri. Namun demikian, dorongan tersebut tetap berangkat dari adanya standar tertentu yang dijadikan sebagai ukuran dalam menilai diri.

Berdasarkan hasil wawancara, bentuk perbandingan yang dilakukan informan tidak hanya berkaitan dengan kondisi kulit atau wajah, tetapi juga mencakup bentuk tubuh, cara berpakaian, gaya hidup, hingga tingkat kepercayaan diri yang ditampilkan influencer. Dengan kata lain, standar kecantikan yang berkembang di Instagram dipahami secara lebih luas daripada sekadar aspek fisik semata.

Table 2. Temuan Perbandingan Diri Akibat Paparan Konten Kecantikan

Indikator Temuan	Deskripsi Temuan
Membandingkan kondisi kulit	Informan membandingkan warna dan kondisi kulit dengan influencer
Membandingkan penampilan fisik	Meliputi wajah, tubuh, dan cara berpakaian
Dorongan memperbaiki diri	Muncul keinginan untuk lebih merawat diri
Influencer sebagai acuan	Penampilan influencer dijadikan ukuran kecantikan ideal

Temuan penelitian menunjukkan bahwa paparan terhadap konten @eriskaapril_ mendorong sebagian informan untuk membandingkan kondisi fisik, penampilan, dan gaya hidup mereka dengan sosok influencer yang dianggap merepresentasikan kecantikan ideal. Perbandingan tersebut muncul ketika informan menjadikan karakteristik yang ditampilkan influencer sebagai tolok ukur dalam mengevaluasi diri sendiri. Dalam konteks media sosial, fenomena ini berkaitan dengan proses validasi sosial yang membuat individu menilai dirinya berdasarkan standar yang memperoleh pengakuan dari lingkungan digital. Temuan ini sejalan dengan penelitian Asrianto dan Rochmaniah (2024) yang menunjukkan bahwa audiens media sosial cenderung membentuk penilaian dan pemaknaan terhadap diri melalui representasi yang diterima serta respons sosial yang berkembang di ruang digital.

3. Negosiasi dan Resistensi terhadap Standar Kecantikan

Meskipun sebagian informan mengakui adanya pengaruh dari konten yang mereka konsumsi di Instagram, hasil penelitian menunjukkan bahwa anak kos tidak sepenuhnya menerima standar kecantikan yang ditampilkan oleh influencer sebagai satu-satunya ukuran kecantikan. Sebagian informan justru menunjukkan sikap yang lebih selektif dan kritis dalam memaknai representasi kecantikan yang mereka lihat.

Berdasarkan hasil wawancara, beberapa informan berpendapat bahwa kecantikan merupakan sesuatu yang bersifat relatif dan tidak dapat disamaratakan untuk setiap orang. Menurut mereka, setiap individu memiliki karakteristik, kondisi ekonomi, serta pengalaman hidup yang berbeda sehingga standar kecantikan yang diterapkan juga tidak selalu sama.

Informan I-5 mengungkapkan bahwa:

“Sebagai anak kos, standar kecantikan tersebut tidak terlalu memengaruhi kepercayaan diri saya karena saya memiliki standar kecantikan versi diri sendiri.” (I-5, wawancara 15 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan tetap memiliki pandangan pribadi mengenai kecantikan meskipun sering terpapar konten kecantikan di media sosial. Informan tidak menjadikan apa yang ditampilkan influencer sebagai standar yang harus diikuti sepenuhnya.

Pandangan serupa disampaikan oleh Informan I-1 yang menjelaskan bahwa:

“Saya suka lihat kontennya, tapi tidak merasa harus mengikuti semuanya karena setiap orang punya kelebihan masing-masing.” (I-1, wawancara 12 Januari 2026).

Menurut informan, konten yang ditampilkan influencer dapat dijadikan sebagai referensi atau sumber inspirasi, tetapi tidak harus dijadikan sebagai patokan mutlak dalam menilai diri sendiri. Sikap tersebut menunjukkan adanya kemampuan untuk memilah informasi yang diterima dari media sosial.

Informan I-10 juga mengungkapkan bahwa:

“Menurut saya cantik itu relatif. Yang penting nyaman dengan diri sendiri dan tetap merawat diri sesuai kemampuan.” (I-10, wawancara 16 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa faktor kenyamanan diri dan penerimaan terhadap kondisi pribadi menjadi bagian penting dalam pemaknaan kecantikan. Bagi sebagian informan, kecantikan tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik yang ideal, tetapi juga berkaitan dengan rasa percaya diri dan kemampuan menerima diri sendiri.

Selain itu, beberapa informan menyadari bahwa konten yang ditampilkan di Instagram telah melalui proses pemilihan dan pengeditan tertentu. Kesadaran tersebut membuat mereka tidak sepenuhnya mempercayai bahwa apa yang ditampilkan di media sosial merupakan gambaran nyata dari kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa anak kos tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai individu yang aktif dalam menafsirkan dan memaknai standar kecantikan yang berkembang di media sosial. Mereka memiliki kemampuan untuk menerima, menyesuaikan, maupun menolak standar yang dianggap tidak sesuai dengan nilai dan pengalaman yang dimiliki.

Table 3. Temuan Negosiasi Makna Kecantikan

Indikator Temuan	Deskripsi Temuan
Memiliki standar pribadi	Informan memiliki definisi cantik versi masing-masing
Sikap selektif terhadap media	Tidak seluruh standar media sosial diterima
Menyesuaikan dengan kondisi diri	Kecantikan dipahami sesuai kemampuan dan kebutuhan
Penerimaan diri	Kepercayaan diri tidak sepenuhnya bergantung pada standar media

Temuan penelitian menunjukkan bahwa anak kos tidak menerima standar kecantikan yang ditampilkan influencer secara mutlak, melainkan melakukan penyesuaian berdasarkan pengalaman, nilai, dan kondisi pribadi yang dimiliki. Kondisi ini dapat dijelaskan melalui Teori Resepsi Stuart Hall yang memandang audiens sebagai pihak yang aktif dalam menafsirkan pesan media, sehingga makna yang diterima tidak selalu sama dengan makna yang dikonstruksikan oleh pembuat pesan. Pernyataan informan yang memiliki standar kecantikan sendiri, menganggap kecantikan bersifat relatif, serta menyadari adanya proses seleksi dan pengeditan konten menunjukkan adanya proses negosiasi terhadap pesan yang diterima. Temuan ini sejalan dengan penelitian Farid dan Iskandar (2022) yang menemukan bahwa audiens media memiliki kemampuan untuk menafsirkan, menyesuaikan, bahkan

menolak makna yang disampaikan media sesuai dengan konteks sosial dan pengalaman masing-masing.

Peran influencer @eriskaapril_ dalam membentuk standar kecantikan menurut perspektif anak kos

1. Influencer sebagai Referensi Kecantikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @eriskaapril_ tidak hanya dipandang sebagai akun hiburan atau media berbagi aktivitas sehari-hari, tetapi juga menjadi salah satu referensi bagi anak kos dalam memahami dan menilai standar kecantikan di media sosial. Melalui unggahan yang menampilkan wajah yang terawat, gaya berpakaian yang mengikuti tren, serta aktivitas yang berkaitan dengan perawatan diri, influencer tersebut membangun citra yang dianggap merepresentasikan kecantikan perempuan muda masa kini.

Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar unggahan pada akun @eriskaapril_ memperlihatkan konsistensi dalam menampilkan penampilan yang rapi dan estetik. Konten berupa selfie, aktivitas olahraga, perawatan diri, penggunaan make up, serta dokumentasi aktivitas sehari-hari ditampilkan dengan kualitas visual yang baik dan pencahayaan yang mendukung. Konsistensi tersebut menciptakan kesan bahwa penampilan yang ditampilkan merupakan gambaran ideal mengenai perempuan yang cantik, modern, dan percaya diri.

Kondisi tersebut memengaruhi cara anak kos memandang kecantikan. Informan I-6 mengungkapkan bahwa:

“Penampilannya sangat memengaruhi persepsi saya tentang kecantikan yang ideal. Saat melihat kontennya, saya merasa harus tampil cantik seperti dirinya.” (I-6, wawancara 15 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa influencer menjadi salah satu sumber referensi dalam membentuk persepsi mengenai kecantikan. Penampilan yang ditampilkan tidak hanya dilihat sebagai ekspresi personal, tetapi juga sebagai gambaran mengenai bagaimana perempuan seharusnya tampil di ruang digital.

Temuan serupa disampaikan oleh Informan I-2 yang menjelaskan bahwa:

“Kalau lihat postingannya, saya jadi tahu tren make up atau cara berpakaian yang lagi banyak disukai. Jadi kadang saya ikut cari referensi yang mirip.” (I-2, wawancara 13 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa influencer tidak hanya memengaruhi persepsi mengenai kecantikan, tetapi juga menjadi sumber informasi mengenai tren penampilan yang sedang berkembang. Melalui konten yang diunggah, anak kos memperoleh gambaran mengenai gaya berpakaian, cara merawat diri, hingga bentuk penampilan yang dianggap menarik oleh lingkungan sosialnya.

Selain itu, Informan I-7 mengungkapkan bahwa:

“Menurut saya dia memang cocok dijadikan panutan soal penampilan karena kelihatannya selalu rapi dan tahu cara merawat diri.” (I-7, wawancara 15 Januari 2026).

Pernyataan tersebut memperlihatkan bahwa influencer memperoleh legitimasi sebagai figur yang dianggap memiliki pengetahuan dan pengalaman mengenai kecantikan. Akibatnya, apa yang ditampilkan dalam unggahan sering kali dijadikan acuan oleh pengikutnya dalam memahami penampilan yang dianggap ideal.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa pengaruh influencer tidak selalu muncul dalam bentuk tindakan langsung untuk meniru seluruh penampilan yang ditampilkan. Namun, kehadiran influencer sebagai figur publik membuat konten yang dibagikan memiliki nilai referensi yang lebih tinggi dibandingkan unggahan pengguna biasa. Informan cenderung menganggap bahwa penampilan yang ditampilkan influencer merupakan gambaran mengenai standar kecantikan yang sedang berkembang di media sosial.

Dengan demikian, akun Instagram @eriskaapril_ berperan sebagai referensi kecantikan bagi anak kos. Melalui konten yang ditampilkan secara konsisten, influencer menjadi sumber rujukan dalam membentuk persepsi mengenai penampilan yang dianggap menarik, ideal, dan layak ditampilkan di ruang digital.

Table 4. Temuan Influencer sebagai Referensi Kecantikan

Indikator Temuan	Deskripsi Temuan
Sumber referensi kecantikan	Influencer dijadikan acuan dalam memahami kecantikan
Referensi tren penampilan	Menjadi sumber informasi mengenai make up, fashion, dan gaya hidup
Figur yang dipercaya	Dianggap memiliki pengalaman dan pengetahuan tentang kecantikan
Pembentuk persepsi ideal	Membantu membentuk gambaran mengenai perempuan yang dianggap cantik

Temuan penelitian menunjukkan bahwa @eriskaapril_ berperan sebagai sumber referensi dalam membentuk pemahaman anak kos mengenai kecantikan, tren penampilan, dan cara merawat diri. Peran tersebut dapat dipahami melalui konsep opinion leader, yaitu individu yang memiliki kemampuan memengaruhi pandangan dan preferensi audiens melalui informasi yang disampaikan secara konsisten. Informan tidak hanya menjadikan influencer sebagai sumber inspirasi penampilan, tetapi juga sebagai figur yang dianggap memiliki pengetahuan mengenai kecantikan dan gaya hidup. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lintang dan Jamil (2021) yang menunjukkan bahwa figur populer di media sosial memiliki pengaruh dalam membentuk persepsi dan preferensi audiens karena dipandang sebagai sumber rujukan yang lebih kredibel dibandingkan pengguna biasa.

2. Representasi Lifestyle dan Self-Care sebagai Standar Kecantikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar kecantikan yang ditampilkan oleh akun Instagram @eriskaapril_ tidak hanya dibangun melalui penampilan fisik, tetapi juga melalui representasi gaya hidup (lifestyle) dan aktivitas perawatan diri (self-care). Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar konten yang diunggah tidak hanya memperlihatkan wajah yang terawat atau penggunaan make up, tetapi juga aktivitas olahraga di gym, perawatan rambut, nail art, penggunaan softlens, perawatan bulu mata, serta berbagai aktivitas yang menunjukkan upaya menjaga penampilan. Temuan ini menunjukkan bahwa kecantikan yang direpresentasikan oleh influencer tidak berdiri sendiri sebagai atribut fisik, melainkan terhubung dengan gaya hidup tertentu yang dianggap mendukung terbentuknya penampilan ideal.

Bagi anak kos, representasi tersebut membentuk pemahaman bahwa kecantikan tidak hanya berkaitan dengan wajah yang menarik, tetapi juga mencakup kemampuan untuk merawat diri secara konsisten. Dalam berbagai wawancara, informan menyebut bahwa penampilan @eriskaapril_ terlihat menarik karena didukung oleh rutinitas perawatan diri dan gaya hidup yang teratur. Dengan demikian, kecantikan dipersepsikan sebagai sesuatu yang harus diusahakan melalui berbagai aktivitas yang mendukung penampilan.

Informan I-2 mengungkapkan bahwa:

“Dia bukan cuma soal muka, tapi lifestyle juga, kayak gym, self-care, jadi kelihatan lebih ideal.” (I-2, wawancara 13 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kecantikan dipahami secara lebih luas daripada sekadar kondisi fisik. Aktivitas olahraga, menjaga pola hidup, dan merawat diri dipandang sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kecantikan itu sendiri. Menurut informan, seseorang dianggap cantik bukan hanya karena memiliki wajah yang menarik, tetapi juga karena menunjukkan usaha dalam menjaga dan mengelola penampilannya.

Temuan serupa disampaikan oleh Informan I-4 yang menyatakan bahwa:

“Yang saya lihat dari dia bukan cuma cantik, tapi memang kelihatan rajin merawat diri. Jadi orang lihat juga merasa dia lebih menarik.” (I-4, wawancara 14 Januari 2026).

Menurut informan, aktivitas self-care yang sering ditampilkan dalam unggahan memberikan kesan bahwa kecantikan merupakan hasil dari kedisiplinan dan perhatian terhadap diri sendiri. Akibatnya, aktivitas seperti menggunakan skincare, menjaga kebersihan diri, berolahraga, dan memperhatikan cara berpakaian menjadi bagian dari standar kecantikan yang berkembang di media sosial.

Selain itu, Informan I-8 menjelaskan bahwa:

“Kalau lihat kontennya, saya jadi merasa merawat diri itu penting. Bukan harus sama persis seperti dia, tapi minimal lebih peduli sama penampilan sendiri.” (I-8, wawancara 15 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa influencer tidak hanya membentuk persepsi mengenai kecantikan, tetapi juga memengaruhi cara informan memandang pentingnya perawatan diri. Konten yang ditampilkan mendorong informan untuk lebih memperhatikan kondisi penampilan dan kesehatan diri dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa gaya hidup yang ditampilkan influencer turut menjadi bagian dari standar kecantikan yang dipahami oleh anak kos. Aktivitas seperti olahraga di gym, penggunaan produk kecantikan, menjaga penampilan, serta kemampuan mengelola citra diri di media sosial dipersepsikan sebagai karakteristik perempuan yang cantik dan modern. Dengan demikian, kecantikan tidak lagi dipahami semata-mata sebagai kondisi fisik, tetapi juga sebagai hasil dari gaya hidup yang mendukung terbentuknya penampilan yang dianggap ideal.

Temuan ini menunjukkan bahwa influencer berperan dalam memperluas definisi kecantikan di kalangan anak kos. Kecantikan tidak hanya diukur dari penampilan luar, tetapi juga dari kemampuan individu dalam mengelola tubuh, menjaga kesehatan, serta menjalani gaya hidup yang dianggap positif dan menarik.

Table 5. Temuan Peran Influencer melalui Lifestyle dan Self-Care

Indikator Temuan	Deskripsi Temuan
Self-care sebagai bagian kecantikan	Perawatan diri dipandang sebagai unsur penting dalam membentuk kecantikan
Gaya hidup sehat	Aktivitas olahraga dan menjaga kesehatan menjadi bagian dari standar kecantikan
Penampilan sebagai hasil usaha	Kecantikan dipahami sebagai sesuatu yang perlu diupayakan
Influencer sebagai model lifestyle	Gaya hidup influencer menjadi referensi bagi anak kos

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kecantikan dipahami informan tidak hanya melalui penampilan fisik, tetapi juga melalui gaya hidup dan aktivitas self-care yang ditampilkan oleh influencer. Aktivitas seperti olahraga, penggunaan produk perawatan diri, menjaga kebersihan tubuh, dan mengelola penampilan dipersepsikan sebagai bagian dari karakteristik perempuan yang cantik dan modern. Temuan ini dapat dijelaskan melalui konsep impression management yang menekankan bagaimana individu membangun citra diri tertentu melalui penampilan dan aktivitas yang ditampilkan kepada publik. Melalui representasi gaya hidup yang konsisten, @eriskaapril_ membangun kesan bahwa kecantikan merupakan hasil dari usaha dan pengelolaan diri yang berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Bakti dan Winduwati (2023) yang menunjukkan bahwa audiens Instagram tidak hanya memaknai kecantikan dari aspek fisik, tetapi juga dari representasi identitas dan gaya hidup yang ditampilkan dalam konten media sosial.

3. Validasi Sosial dalam Penguatan Standar Kecantikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran influencer dalam membentuk standar kecantikan tidak hanya berasal dari konten visual yang diunggah, tetapi juga diperkuat oleh respons dan interaksi yang muncul dari pengikutnya. Berdasarkan hasil observasi pada akun Instagram @eriskaapril_, berbagai unggahan yang menampilkan potret diri, aktivitas perawatan diri, maupun gaya hidup estetik memperoleh banyak komentar positif dan tanda suka (likes) dari pengikutnya. Komentar-komentar tersebut umumnya berisi pujian terhadap wajah, kulit, bentuk tubuh, maupun penampilan yang ditampilkan.

Pada salah satu unggahan selfie yang diamati peneliti, ditemukan berbagai komentar seperti “cantik banget”, “kulitnya bagus”, “glowing sekali”, dan “tirus banget”. Keberadaan komentar-komentar tersebut menunjukkan bahwa penampilan yang ditampilkan memperoleh

pengakuan dan apresiasi dari audiens. Secara tidak langsung, pengakuan tersebut memperkuat anggapan bahwa karakteristik fisik tertentu merupakan bentuk kecantikan yang layak untuk dihargai dan dijadikan acuan.

Bagi anak kos, tingginya respons positif yang diterima influencer menjadi salah satu alasan mengapa konten tersebut dianggap memiliki pengaruh. Informan melihat bahwa penampilan yang mendapatkan banyak pujian cenderung dianggap lebih menarik dibandingkan penampilan lainnya.

Informan I-8 mengungkapkan bahwa:

“Kalau lihat banyak yang komentar cantik atau puji penampilannya, jadi merasa memang itu yang dianggap cantik sama banyak orang.” (I-8, wawancara 15 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa komentar dan respons audiens menjadi sumber informasi bagi informan dalam memahami standar kecantikan yang berkembang di media sosial. Penilaian terhadap kecantikan tidak hanya berasal dari pengamatan pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh respons sosial yang muncul dari pengguna lain.

Temuan serupa disampaikan oleh Informan I-1 yang menyatakan:

“Kadang yang bikin saya sadar kalau dia dianggap cantik itu karena hampir semua komentarnya positif.” (I-1, wawancara 12 Januari 2026).

Menurut informan, banyaknya komentar positif menciptakan kesan bahwa penampilan yang ditampilkan memang sesuai dengan standar kecantikan yang diakui secara luas. Akibatnya, karakteristik yang sering dipuji menjadi lebih mudah diterima sebagai bentuk kecantikan ideal.

Selain itu, Informan I-7 mengungkapkan bahwa:

“Kalau sering lihat orang lain puji penampilannya, secara tidak sadar jadi ikut menganggap itu sebagai standar yang bagus.” (I-7, wawancara 15 Januari 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa proses pembentukan standar kecantikan tidak hanya berlangsung melalui konten visual, tetapi juga melalui interaksi sosial yang terjadi di media sosial. Likes, komentar, dan bentuk respons lainnya berperan dalam memperkuat makna yang melekat pada penampilan tertentu.

Berdasarkan hasil penelitian, validasi sosial menjadi salah satu faktor penting yang memperkuat pengaruh influencer terhadap pengikutnya. Semakin banyak respons positif yang diterima sebuah unggahan, semakin kuat pula legitimasi terhadap standar kecantikan yang ditampilkan. Dalam konteks ini, influencer tidak bekerja sendiri dalam membentuk standar kecantikan, tetapi didukung oleh audiens yang secara terus-menerus memberikan pengakuan terhadap representasi kecantikan yang ditampilkan.

Table 6. Temuan Validasi Sosial dalam Pembentukan Standar Kecantikan

Indikator Temuan	Deskripsi Temuan
Komentar positif	Memperkuat penilaian bahwa penampilan tertentu dianggap cantik
Likes dan engagement	Menjadi indikator penerimaan sosial terhadap standar kecantikan
Pengakuan dari audiens	Membentuk legitimasi terhadap representasi kecantikan influencer
Penguatan standar kecantikan	Karakteristik yang sering dipuji cenderung dianggap sebagai kecantikan ideal

Temuan penelitian menunjukkan bahwa komentar positif, likes, dan berbagai bentuk interaksi pada unggahan @eriskaapril_ berperan dalam memperkuat persepsi informan mengenai standar kecantikan yang dianggap ideal. Banyaknya apresiasi yang diberikan audiens membuat karakteristik tertentu, seperti kulit yang bersih, wajah menarik, dan penampilan estetik, memperoleh legitimasi sosial yang lebih kuat. Dalam perspektif validasi sosial, individu cenderung menganggap sesuatu bernilai atau benar ketika mendapatkan pengakuan dari banyak orang. Temuan ini sejalan dengan penelitian Asrianto dan Rochmaniah (2024) yang menunjukkan bahwa respons dan penerimaan audiens di media

sosial berperan dalam membentuk serta memperkuat makna yang dilekatkan pada suatu representasi. Dengan demikian, standar kecantikan yang ditampilkan influencer tidak hanya dibangun melalui konten visual, tetapi juga melalui dukungan sosial yang diberikan oleh audiens secara kolektif.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa anak kos memaknai standar kecantikan di Instagram sebagai penampilan yang bersih, terawat, menarik, dan didukung oleh kemampuan merawat diri secara konsisten. Kecantikan tidak lagi dipahami semata-mata berdasarkan warna kulit atau karakteristik fisik tertentu, tetapi juga mencakup kondisi wajah yang sehat, penampilan yang rapi, serta gaya hidup yang mendukung citra diri positif. Meskipun paparan konten kecantikan di Instagram mendorong terjadinya perbandingan diri, anak kos tidak sepenuhnya menerima standar kecantikan yang ditampilkan secara mutlak. Mereka tetap melakukan negosiasi makna dan membangun pemahaman mengenai kecantikan berdasarkan pengalaman, kondisi, dan nilai yang dimiliki masing-masing.

Penelitian ini juga menemukan bahwa influencer @eriskaapril_ berperan dalam membentuk standar kecantikan melalui representasi visual yang menampilkan penampilan fisik yang terawat, aktivitas self-care, serta gaya hidup yang estetik. Influencer berfungsi sebagai referensi kecantikan bagi anak kos dalam memahami penampilan yang dianggap ideal di media sosial. Selain itu, komentar, likes, dan berbagai bentuk respons positif dari pengikut turut memperkuat legitimasi terhadap standar kecantikan yang ditampilkan. Temuan ini menunjukkan bahwa standar kecantikan di Instagram terbentuk melalui interaksi antara representasi visual influencer, validasi sosial dari audiens, dan proses pemaknaan yang dilakukan oleh pengguna media sosial.

Temuan penelitian ini menguatkan pandangan bahwa kecantikan merupakan konstruksi sosial yang diproduksi dan direproduksi melalui media digital. Namun demikian, penelitian ini terbatas pada anak kos di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang, serta berfokus pada satu influencer sebagai objek kajian, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan seluruh keragaman pengalaman pengguna Instagram dalam memaknai standar kecantikan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu melibatkan kelompok sosial yang lebih beragam dan objek kajian yang lebih luas untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pembentukan standar kecantikan di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrianto, I. D., & Rochmaniah, A. (2024). Followers' reception of Anies Baswedan's image on the @pinterpolitik social media account. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 18(1), 37–47. <https://doi.org/10.24090/komunika.v18i1.9267>
- Bekti, N. A., & Winduwati, S. (2023). Audience reception analysis of the meaning of body positivity in @micellahalim's Instagram story. *IJASSH*, 1(1), 9–16. <https://doi.org/10.24912/ijassh.v1i1.25679>
- Briandana, R., Dwityas, N. A., & Mayde, P. C. (2023). Audience reception of acculturation in parenting style on Indonesian-Korean YouTube channel. *International Journal of Communication and Society*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.31763/ijcs.v5i2.991>
- Farid, M., & Iskandar, D. (2022). Resepsi khalayak pemberitaan fasilitas isolasi mandiri mewah anggota DPR di Merdeka.com. *Bandung Conference Series: Journalism*, 2(1), 28–31. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v2i1.1274>
- Lintang, N., & Jamil, A. (2021). The students' reception of @Lambe_Turah's gossip account posts in public relation students at Mercu Buana University. <https://doi.org/10.4108/eai.28-9-2020.2307371>
- Machado, M., Burrowes, P. C., & Rett, L. (2020). Proposta de um modelo de literacia para as novas enunciações publicitárias. *Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática*,

- 19(40). <https://doi.org/10.5902/2175497740462>
- Mega, T. C., & Pratisara, G. (2023). Audience reception of infidelity in the film *Noktah Merah Perkawinan*. *Symposium of Literature, Culture and Communication (Sylection)* 2022, 3(1), 276. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.13978>
- Nafalitha, D., Syamsi, K., Claresta, T. D., & Saputri, M. (2023). Representing queer in popular literature: Reader analysis on Casey McQuiston's *Red, White & Royal Blue*. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 6(7). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v6-i7-61>
- Nurjanah, A., & Indah, T. (2022). Analysis of Instagram user reception against the use of Korean actors as local skincare brand ambassadors @somethincofficial. *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 2(2), 108–115. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v2i2.3779>
- Oktayusita, S. H., Suparno, B. A., & Rochayanti, C. (2020). Reception analysis of millennials generation to ads in social media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 125–136. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3696>
- Rachim, I. N., & Wibowo, A. A. (2024). Analisis resepsi pada gangguan mental bipolar dalam film *Ku Kira Kau Rumah*. *Communications*, 6(1), 19–44. <https://doi.org/10.21009/communications.6.1.2>
- Sihombing, L. H. (2023). The values of character education in the animated movie *Pororo, the Little Penguin*. *Komunika: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 17(1), 103–113. <https://doi.org/10.24090/komunika.v17i1.7983>
- Utami, P. D. S., & Nur, F. A. (2023). Analysis of audience reception of the Gojek advertising message “BTS X Gojek New Gang Version of GoFood.” *Symposium of Literature, Culture and Communication (Sylection)* 2022, 3(1), 933. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.14178>
- Wahyuni, Y. (2023). Reciting Surah al-Kahf in the month of Ramadan: A case study of live streaming on Instagram by Dompot Dhuafa Community Media. *Tafse: Journal of Qur'anic Studies*, 8(2), 208–224. <https://doi.org/10.22373/tafse.v8i2.19922>