

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Kecantikan kini menjadi standar sosial yang dapat mempengaruhi persepsi dan interaksi antar individu. Dalam masyarakat modern, konsep kecantikan tidak hanya berkaitan pada penilaian terhadap fisiknya saja. Kompetensi, kepribadian, dan nilai sosial seseorang juga kini menjadi nilai dalam cantik (Wahyuni et al., 2018).

Dalam buku berjudul *Beauty Pays: Why Attractive People Are More Successful* (2011), Daniel S. Hamermesh mengatakan bahwa kecantikan memiliki nilai. Peluang, pendapatan, dan perlakuan sosial yang lebih baik tersedia untuk orang yang dinilai menarik secara fisik (Daniel S. Hamermesh, n.d.).

Dalam buku *Survival of the Prettiest: The Science of Beauty* (2012), Nancy Etcoff menjelaskan bahwa persepsi manusia terhadap kecantikan adalah faktor biologis. Etcoff berpendapat bahwa standar kecantikan yang ada saat ini bukan semata-mata hasil dari pengaruh lingkungan atau budaya. Kecantikan terbentuk secara alami seiring waktu melalui proses perkembangan yang terjadi saat ini. (Nancy Etcoff, 2012).

Dengan berkembangnya media digital dan budaya visual dalam kehidupan sehari-hari, penampilan fisik kini semakin diperhatikan sebagai salah satu faktor yang memengaruhi cara orang menilai dan memperlakukan seseorang. Dari hal inilah kemudian menciptakan

fenomena yang disebut sebagai *beauty privilege* (Sagita Putra & Wulandari, 2023). *Beauty privilege* berakar dari kecenderungan masyarakat untuk menilai seseorang berdasarkan daya tarik fisik. Fenomena ini dikenal juga sebagai *lookism*, yaitu diskriminasi berdasarkan penampilan.

Pandangan tentang kecantikan terus berubah seiring waktu dan bisa berbeda di setiap budaya. Secara umum, kecantikan sering dihubungkan dengan sesuatu yang enak dilihat dan memberikan kesan positif, baik dari penampilan luar maupun dari sifat dan kepribadian seseorang. Dalam konteks fisik, kecantikan sering dihubungkan dengan tubuh yang ramping, kulit cerah, rambut panjang, dan penampilan menarik. Namun, kecantikan juga bisa terlihat dari hal-hal lain, seperti kecerdasan, kesuksesan dalam karier, atau kelebihan lain yang membuat orang lain merasa kagum. (Endarini, 2023).

Dalam buku *Beauty Pays*, Daniel M. Hamermesh menjelaskan bahwa seiring dengan berkembangnya standart kecantikan munculah istilah *beauty privilege* atau hak istimewa yang diperoleh individu dengan penampilan fisik yang menarik. Buku ini menjelaskan bahwa *beauty privilege* adalah keuntungan yang dimiliki seseorang karena memenuhi standar kecantikan saat ini yang berlaku di masyarakat. Hak istimewa ini antara lain yaitu mendapatkan perlakuan yang lebih baik dari lingkungan sosial, peluang kerja yang lebih besar, dan

penerimaan sosial yang lebih luas, terlepas dari kepribadian atau kemampuan individu tersebut (Rasyid et al., 2024).

Di dunia hiburan, terutama di platform media sosial seperti Instagram, penampilan fisik bisa menarik perhatian publik dan membangun jumlah pengikut yang banyak. Influencer dengan penampilan menarik dan ramah lebih memudahkan untuk terjalin kedekatan emosi dengan para pengikutnya.

Dalam dunia kerja dan kehidupan sosial, orang yang dianggap cantik cenderung dinilai lebih kompeten, pintar dan layak mendapatkan kesempatan yang lebih banyak (Sabrina et al., 2025).

Hal ini berkaitan dengan teori *halo effect* yang dikemukakan oleh Brigham (1991), dimana persepsi positif pada satu aspek penampilan fisik mempengaruhi penilaian terhadap aspek lain seperti kecerdasan atau kepribadian (Tridayakisni, 2009). Sebuah riset dari *Infirms* (2004) menunjukkan bahwa orang yang dianggap menarik secara fisik memiliki peluang sekitar 52% lebih besar untuk mendapatkan pekerjaan yang dianggap bergengsi, dan bahkan bisa mengalami kenaikan gaji yang cukup besar selama 15 tahun masa kerjanya. Padahal, secara ideal seseorang seharusnya dipilih dan dihargai dalam karier berdasarkan kemampuan dan kinerjanya, bukan hanya dari penampilannya (*New Study Unveils Career Impact of Attractiveness\_ Higher Salaries and Prestigious Roles Over Time - INFORMS (1), n.d.*).

Fenomena *beauty privilege* tidak hanya berlangsung di kehidupan nyata, tetapi juga hadir di ranah digital, khususnya dalam industri konten dan media sosial. Hal ini terlihat jelas dalam perjalanan karier para influencer, yang sangat dipengaruhi oleh standar kecantikan yang berkembang di masyarakat. Niki mengatakan jika, *Beauty Privilege* berpengaruh nyata terhadap karir influencer, di mana standar kecantikan yang berlaku di masyarakat mempengaruhi peluang dan kesuksesan seseorang di dunia digital (Niki Anartia et al., 2023).

Salah satu platform digital yang sering digunakan oleh semua kalangan yaitu Instagram. Instagram merupakan media sosial yang sangat populer dan fokus pada tampilan visual seperti foto dan video. Selain untuk hiburan, Instagram juga menjadi tempat berbagi informasi dan berkomunikasi dengan cara yang cepat dan praktis. Di platform inilah para influencer bisa membangun citra diri dan memengaruhi pandangan banyak orang, termasuk soal standar kecantikan dan keuntungan karirnya sebagai influencer yang didapatkan karena penampilan yang menarik (N. Nurhasanah & Saepudin Kanda, 2024).

Penelitian menunjukkan bahwa konten visual di media sosial instagram memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi dan standar sosial, termasuk standar kecantikan yang ideal sehingga menciptakan standar sosial baru yang memengaruhi cara individu memandang dirinya sendiri dan orang lain (L. Nurhasanah & Sutabri, 2024).

Dalam hal ini, Instagram menjadi wadah munculnya fenomena *beauty privilege*, yang merupakan keuntungan sosial dan karir yang didapat oleh individu dengan penampilan menarik sesuai standar kecantikan yang berlaku (Niki Anartia et al., 2023).

Untuk memahami bagaimana *beauty privilege* bekerja secara nyata di dunia digital, khususnya di media sosial berbasis visual seperti Instagram, bisa dilihat contoh dari salah satu figur publik yang tengah populer saat ini yaitu Malaikha Dayanara.

Malaikha Dayanara adalah seorang selebriti Instagram yang dikenal melalui aktivitasnya di Instagram. Dengan penampilan fisik yang menarik dan dapat dikatakan seperti standar kecantikan populer saat ini yang diidam-idamkan oleh semua wanita Indonesia. Malaikha berhasil membangun karier yang sukses sebagai influencer, model, dan brand ambassador di beberapa produk kecantikan, termasuk L'Oréal, yang bekerja sama langsung dengan ibunya, Melanie Masriel, selaku direktur di L'Oréal Indonesia.

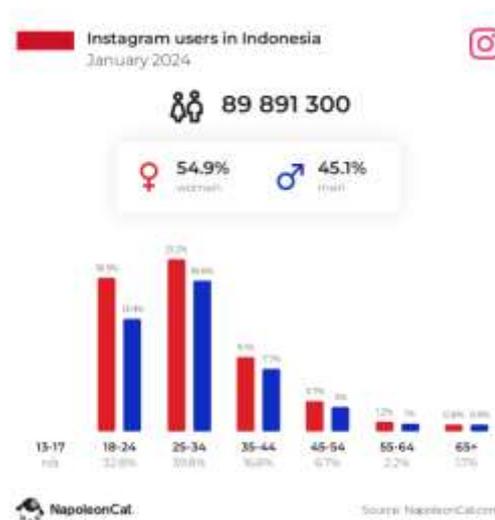
Bagi para influencer seperti Malaikha Dayanara, Instagram bukan hanya tempat berbagi konten, tetapi juga sebagai sarana strategis untuk membangun dan memperkuat *personal branding*. Dengan penampilan fisik menarik, Malaikha dapat menarik lebih banyak *followers*, meningkatkan *engagement*, serta memperoleh peluang kerja sama dengan berbagai *brand*. Dalam hal ini, *Beauty privilege* memiliki pengaruh besar dalam menunjang karir *influencer* di

instagram. *Influencer* yang memiliki daya tarik fisik cenderung lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari para *followers*nya untuk *endorsement* di instagram, meskipun pencapaian mereka sering kali dianggap semata-mata karena penampilan (Niki Anartia et al., 2023).

Konten yang diunggah oleh Malaikha tidak hanya menampilkan kecantikan fisik, tetapi juga membangun narasi tentang gaya hidup, kesuksesan dan aspirasi yang diidamkan banyak orang. Namun, fenomena ini juga menimbulkan tantangan, seperti tekanan untuk selalu tampil sempurna dan kecenderungan masyarakat menilai kesuksesan hanya dari aspek visual, bukan dari kompetensi atau pencapaian lain (Arifah & Anggapuspa, 2023).

Instagram sendiri memiliki jumlah pengguna yang sangat luar biasa.

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Instagram 2024



Sumber : <https://napoleontat.com/stats/instagram-users-in>

[indonesia/2024/01/](#)

Berdasarkan pada gambar grafik di atas dapat terlihat jika jumlah pengguna instagram di Indonesia pada Januari 2024 baik laki-laki maupun perempuan sejumlah 89. 891. 300 juta jiwa yang sudah memiliki akun dan dapat menggunakannya.

Oleh karena itu, peneliti memilih Instagram sebagai media penelitian dikarenakan jumlah pengguna yang paling tinggi berada pada usia 25 hingga 34 tahun dimana usia ini adalah usia untuk membranding diri dengan cara melihat siapa *role mode* yang akan dijadikan sebuah motivasi dan inspirasi pada seseorang berdasarkan pada artikel tentang digital analisis oleh laman [upgraded.id](https://upgraded.id) (<https://upgraded.id/data-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>).

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa mayoritas pengguna Instagram adalah perempuan. Hal ini dapat diartikan bahwa banyak perempuan yang ingin menunjukkan identitasnya baik dari segi fisik, pendidikan, pekerjaan dan lain-lain kepada khalayak melalui media sosial.

Dari paparan di atas, maka penelitian ingin mengkaji secara kuantitatif untuk mengangkat penelitian skripsi dengan judul : ***“Pengaruh Beauty Privilege Terhadap Kesuksesan Karir Selebgram Malaikha Dayanara”***.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Bagaimana “Pengaruh *Beauty Privilege* Terhadap Kesuksesan Karir Selebgram Malaikha Dayanara?”.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui “Pengaruh *Beauty Privilege* Terhadap Kesuksesan Karir Selebgram Malaikha Dayanara. ”

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang, perumusan masalah dan tujuan yang telah ditulis, adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1.4.1. Manfaat teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini yakni diharapkan dapat menambah literatur akademik terkait komunikasi digital, khususnya dalam kajian tentang identitas, representasi dan kapital sosial di media sosial instagram juga tentang *beauty privilege* yang sebelumnya banyak dibahas dalam konteks sosiologi dan psikologi, kini diaplikasikan dalam ranah media sosial terkait penelitian yang berjudul “Pengaruh *Beauty Privilege* Terhadap Kesuksesan Karir Selebgram Malaikha Dayanara”.

#### **1.4.2. Manfaat praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan wawasan bagi para influencer atau content creator tentang bagaimana persepsi kecantikan dapat mempengaruhi peluang kerja, berkolaborasi merek dan strategi personal branding pada media sosial selanjutnya terkait penelitian yang berjudul “Pengaruh *Beauty Privilege* Terhadap Kesuksesan Karir Seelebgram Malaikha Dayanara”.

#### **1.5. Batasan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan diatas, untuk mempermudah dan memahami penelitian diperlukan batasan penelitian guna tidak melebar lebih jauh dari rumusan permasalahan, sebagai berikut:

Penelitian ini dilakukan di media sosial instgaram dengan membatasi responden pada followers akun instagram Malaikha Dayanara yang berusia remaja akhir yaitu kisaran 18 - 35 tahun. Data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner online kepada *followers* Malaikha melalui instagram.