

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap seratus responden aktif pengikut akun Instagram Malaikha Dayanara, dapat diambil kesimpulan bahwa beauty privilege berperan sangat penting dalam menunjang kesuksesan karir Malaikha Dayanara sebagai seorang influencer di platform digital berbasis visual seperti Instagram. Temuan penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden, yang didominasi oleh perempuan usia dewasa muda, menilai penampilan fisik Malaikha sebagai faktor utama yang memengaruhi persepsi mereka terhadap kompetensi, profesionalisme, dan pencapaian kariernya di media sosial.

Penilaian positif terhadap penampilan Malaikha tidak hanya terbatas pada aspek visual, tetapi juga meluas pada anggapan mengenai kemampuan, kepribadian, dan profesionalismenya. Sebagian besar responden setuju bahwa daya tarik fisik Malaikha memberikan keuntungan sosial dan profesional, yang tercermin dalam meningkatnya kepercayaan diri, peluang kolaborasi, serta penerimaan dan pengaruh di lingkungan digital. Hal ini selaras dengan teori halo effect, di mana penampilan menarik dapat membentuk persepsi positif pada aspek-aspek lain yang dimiliki seseorang.

Selain itu, indikator kesuksesan karir seperti kecerdasan emosional, komunikasi efektif, citra diri positif, pengaruh sosial, dan peran sosial juga memperoleh penilaian yang tinggi dari responden. Ini menandakan

bahwa keberhasilan Malaikha tidak hanya didukung oleh modal visual, tetapi juga oleh kemampuannya membangun relasi, menjaga citra diri, serta berinteraksi secara efektif dengan audiens. Dengan demikian, beauty privilege menjadi modal awal yang sangat kuat, namun tetap perlu dilengkapi dengan kompetensi komunikasi dan personal branding yang konsisten.

Secara statistik, pengaruh beauty privilege terhadap kesuksesan karir Malaikha Dayanara mencapai angka yang sangat signifikan, yaitu sebesar 79,7%. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa di era digital, khususnya pada platform yang mengutamakan aspek visual seperti Instagram, penampilan fisik menjadi salah satu penentu utama keberhasilan karir. Namun demikian, faktor non-visual seperti kepribadian, kemampuan komunikasi, dan pengalaman tetap relevan sebagai penunjang keberlanjutan karir.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa beauty privilege memberikan kontribusi besar terhadap kesuksesan karir di media sosial, namun keberhasilan yang berkelanjutan tetap memerlukan integrasi antara modal visual dan kualitas personal lainnya. Hasil ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi praktisi media sosial dan peneliti selanjutnya dalam memahami dinamika personal branding dan karir di era digital.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Untuk individu di dunia media sosial an industri kreatif

Penting untuk menyadari bahwa meskipun penampilan fisik dapat membuka peluang tertentu, kesuksesan jangka panjang tetap membutuhkan kompetensi, konsistensi dan profesionalisme. Oleh karena itu, *beauty privilege* sebaiknya dipandang sebagai nilai tambah, bukan sebagai satu-satunya modal untuk membangun karir.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Penelitian ini hanya memfokuskan pada satu objek dan satu platform (instagram). Oleh karena itu, disarankan untuk melakukan studi lanjutan dengan objek berbeda atau menambahkan variabel baru seperti kemampuan komunikasi, manajemen konten atau engagement rate agar mendapatkan pemahaman yang lebih holistik terhadap kesuksesan karir di media sosial.

3. Untuk masyarakat umum dan audiens pengguna media sosial

Diharapkan untuk lebih kritis dalam menilai kesuksesan seseorang di media sosial. Standar kecantikan tidak seharusnya menjadi satu-satunya indikator keberhasilan dan penting untuk tetap menghargai keunikan, kreativitas serta nilai-nilai kerja keras di balik pencapaian seseorang.

4. Untuk pihak akademik dan pembuat kebijakan

Temuan ini menunjukkan adanya konstruksi sosial terkait penampilan yang masih sangat kuat di masyarakat digital. Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan pendidikan literasi media dan kesadaran kritis terhadap representasi visual di sekolah, kampus datau komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh Elemen Visual Pada Konten Instagram Rintik Sedu Dalam Meraih Engagement Audiens. *Jurnal Barik*, 4(3), 141–151. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Basir, N. S. D., Tsalatsa, S. L., & Kresna, M. T. (2022). Persepsi wanita dalam menentukan standar kecantikan di tiktok dan instagram. *Seminar Nasional Ilmu Sosial*, 1, 566–575.
- Creswell, J. W. (2014). Design Research kuantitaif Kualitatif. *Annaba*.
- Daniel S. Hamermesh. (n.d.). *B E a U T Y P a Y S* (2011th ed.). Princeton University Press.
- David G. Mayers. (1964). Social Psychology. In *The Journal of nutrition* (Vol. 24).
- Dr. Jalaluddin Rakhmat, M. S. (2018). *Psikologi Komunikasi* (Tjun Surjaman (ed.); edisi revi). PT Remaja Rosdakarya.
- DR. W.A Gerungan. (2010). *Psikologi Sosial* (Januar Budhi (ed.); edisi keti). PT Refika Aditama.
- Endarini, J. D. D. W. M. T. D. W. (2023). The Concept of Beauty Implied in Nikaya Konsep Kecantikan yang Tersirat dalam Nikaya. *Jurnal Nyadassana*, 2, 17–18.
- Hildawati. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa*.
- New Study Unveils Career Impact of Attractiveness_ Higher Salaries and Prestigious Roles Over Time - INFORMS (1)*. (n.d.).
- Niki Anartia, Riska Amaretha, & Ridma Meltareza. (2023). Analisis Perspektif Influencer Pada Beauty Privilege Dalam Sosial Media Instagram. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i1.679>
- Nurhasanah, L., & Sutabri, T. (2024). *Analisis Dampak Konten Visual terhadap Kesejahteraan Psikologis pada Media Sosmed Instagram*.
- Nurhasanah, N., & Saepudin Kanda, A. S. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Masyarakat. *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 33–39. <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.922>
- Rasyid, S. A., Cinu, S., Wijaya, N., Sinala, A., Uja, S. K., & Riskan, A. (2024). Konstruksi Media Sosial Dalam Pembentukan Perilaku Konsumen Kecantikan (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8887–8901. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/14152>

- Sabrina, B., Abelia, E., & Sijabat, R. (2025). *Pengalaman Perempuan dalam Menghadapi Beauty Privilege dan Diskriminasi di Tempat Kerja*. 3.
- Sagita Putra, M. A. A., & Wulandari, E. P. (2023). Analysis of Factors Affecting Followers Purchase Intention on Instagram Social Media. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 203–217. <https://doi.org/10.38043/jimb.v8i2.4586>
- Siti Humayra, Z., Zahra Jauza, A., Firdaus Gusman, M., Tepi Al Haq, R., & Wijaya, R. (2023). Beauty Privilege: Benarkah Sebagai Penentu Potensi Kepercayaan Diri Siswa? *Journal of Student Research (JSR)*, 1(4), 10–22.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Issue April).
- Tridayakisni, Hu. (2009). *Psikologi Sosial* (Andi Firmansyah (Ed.); cetakan ke). UMM Press.
- Wahyuni, S., Erianjoni, E., & Hasti Hasmira, M. (2018). Makna Cantik Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang Angkatan 2015. *Jurnal Perspektif*, 1(4), 51. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v1i4.46>
- Wolfe, S. A. (2001). Survival of the Prettiest: The Science of Beauty. In *Plastic and Reconstructive Surgery* (Vol. 107, Issue 7, p. 1906). <https://doi.org/10.1097/00006534-200106000-00044>