

Representasi Wanita Gen – Z Berjerawat di Media Sosial Instagram

Rizka Gusriatara¹, Dindin Dimyati²

¹ Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, rizkagusriatara@student.telkomuniversity.ac.id

² Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia, rakeanwastu@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The prevalence of beauty standards on social media, particularly Instagram, has been demonstrated to exert significant pressure on women, particularly those affected by acne. The objective of this research was to analyze and understand how Gen Z women with acne represent themselves on Instagram. This study employs Stuart Hall's theory of representation, which encompasses several focal points, including reflection, construction, and intention. It utilizes a qualitative method, adopting a phenomenological approach to explore the in-depth experiences of the informants. The data presented herein were collected through a combination of in-depth interviews, observational studies, and documentation of Gen Z women who actively use Instagram and have acne skin conditions. The present study demonstrates that informants employ a variety of strategies to construct self-representations, including the use of filters, the concealment of facial features, and the deliberate avoidance of uploading facial photographs. The analysis reveals a clear interconnection between the informants' self-representations on Instagram and their exposure to social beauty standards that prioritize smooth skin as a symbol of aesthetic perfection. This finding underscores the profound influence of the social environment and media on individuals' self-presentation. These representations are not solely a means of self-expression; they also serve as a means of adapting to social pressures. The result of this study is that Gen Z women with acne form self-representations based on social stigma and digital media pressure. This research is expected to inform efforts to create a more inclusive social media environment that reflects the diversity of physical appearance.

Keywords: Instagram, acne, social media, self-representation, beauty standards, and Gen Z women.

Abstrak

Standar kecantikan yang ditampilkan di media sosial, khususnya Instagram, sering kali menciptakan tekanan bagi wanita, terutama mereka yang memiliki kondisi kulit wajah berjerawat. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan memahami bagaimana wanita Gen Z yang berjerawat merepresentasikan dirinya di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan teori representasi Stuart Hall yang memiliki beberapa fokus yaitu refleksi, konstruksi, dan intensi serta penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk mengeksplorasi pengalaman mendalam para informan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap wanita Gen Z yang aktif menggunakan Instagram dan memiliki kondisi kulit berjerawat. Penelitian ini menunjukkan bahwa para informan membentuk representasi diri dengan berbagai strategi, seperti menggunakan filter, menyembunyikan bagian wajah tertentu, atau memilih tidak mengunggah foto wajah sama sekali, dimana representasi diri para informan di Instagram tidak lepas dari paparan standar kecantikan sosial yang menekankan kulit mulus sebagai simbol kecantikan ideal. Temuan ini menunjukkan adanya dampak yang cukup kuat dari lingkungan sosial dan media terhadap cara individu menampilkan diri. Representasi yang dibentuk bukan hanya sebagai ekspresi diri, tetapi juga sebagai bentuk adaptasi terhadap tekanan sosial. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa wanita Gen Z berjerawat membentuk representasi diri yang berdasarkan oleh stigma sosial dan tekanan media digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya membentuk media sosial yang lebih inklusif terhadap keberagaman penampilan fisik.

Kata Kunci: Instagram, kulit berjerawat, media sosial, representasi diri, standar kecantikan, wanita Gen – Z

I. PENDAHULUAN

Penampilan fisik kerap dianggap sebagai faktor krusial dalam merepresentasikan diri, terutama bagi wanita di era digital saat ini. Media sosial, khususnya Instagram, memainkan peran signifikan dalam membentuk dan menyebarkan standar kecantikan yang seringkali tidak realistik, dengan penekanan pada kulit wajah yang mulus dan bebas noda. Di Indonesia, standar kecantikan yang dominan di media sosial seperti Instagram umumnya merepresentasikan kecantikan ideal seperti kulit wajah yang mulus, cerah, dan tanpa kekurangan. Hal ini memicu tekanan psikologis bagi sebagian besar wanita, terutama mereka yang memiliki kondisi kulit wajah berjerawat. Berdasarkan data ZAP Beauty Index (2020), sekitar 40% wanita Indonesia mengalami masalah kulit berjerawat, dan 67,8% di antaranya adalah Generasi Z yang pernah mengalami *body* atau *face shaming* akibat kondisi tersebut. Kondisi ini menimbulkan tekanan, khususnya bagi wanita Generasi Z (Gen-Z) yang aktif menggunakan Instagram dan memiliki permasalahan kulit berjerawat. Jerawat, sebagai kondisi dermatologis yang umum, tidak hanya berdampak pada aspek fisik tetapi juga psikologis, seperti penurunan kepercayaan diri, penurunan interaksi sosial, hingga depresi Dewi & Winduwati., (2023). Data dari Dermatalogi Kosmetika Indonesia tahun 2016 menunjukkan tingginya persentase *face shaming* yang dialami wanita Gen-Z akibat jerawat.

Representasi wanita berjerawat di Instagram menjadi isu penting. Banyak wanita Gen-Z berjerawat merasa tidak nyaman menampilkan kondisi kulit mereka secara nyata dan apa adanya, sehingga memilih menggunakan filter atau menyembunyikan wajahnya. Hal ini menciptakan ketidaksesuaian antara realitas dan gambaran yang ditampilkan di media sosial. Fenomena ini, ditambah maraknya penggunaan Instagram dan stigma sosial terkait jerawat, serta dampaknya pada kesehatan mental, mendasari urgensi penelitian ini. Penelitian sebelumnya telah membahas standar kecantikan di media sosial (Basir et al., 2022), komunikasi intrapersonal remaja berjerawat (Ayu & Destiwati, 2022), dan representasi kecantikan di media daring (Sahan & Witarti, 2021), selanjutnya ada penelitian dari (Makarim et al., 2020; Wisnu et al., 2023) yang sama-sama membahas bagaimana strukstur kecantikan dibangun, dikritisi, dan menunjukkan adanya perwujudanserta pengucilan sosial perempuan dalam media sosial berbasis institusi. Sementara tinjauan literatur Internasional yang menjadi acuan dalam penelitian ini membahas bahwa media sosial berkontribusi terhadap ketidakpuasan tubuh dan gangguan psikologis akibat paparan gambaran kecantikan yang tidak realistik (Digennaro & Tescione, 2024; Jiotics et al., 2021; Xu et al., 2023). Namun, penelitian yang spesifik mengkaji representasi wanita Gen-Z berjerawat di Instagram menggunakan teori representasi Stuart Hall masih terbatas.

Teori representasi Stuart Hall, dengan tiga fokus utamanya yaitu refleksi (makna sebagai cerminan realitas), konstruksi (makna dibentuk melalui bahasa dan interpretasi), dan intensi (makna berdasarkan maksud pencipta), menjadi landasan teoritis utama. Teori ini relevan untuk menganalisis bagaimana wanita Gen-Z berjerawat direpresentasikan dan merepresentasikan diri mereka di Instagram, serta bagaimana media sosial tersebut mengkonstruksi makna terkait jerawat dan kecantikan.

II. TINJAUAN LITERATUR

Penelitian ini berangkat dari fenomena sosial yang menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran besar dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap gambaran diri wanita dengan kondisi kulit berjerawat dan berkaitan dengan standar kecantikan yang ada di media sosial khususnya Instagram. Representasi yang ditampilkan di media sosial sering kali tidak mencerminkan realitas, melainkan konstruksi idealisasi yang berfokus pada kulit mulus, cerah, dan bebas jerawat sebagai simbol kecantikan perempuan. Standar tersebut menimbulkan tekanan pada wanita, terutama Gen-Z, yang memiliki kondisi kulit berjerawat dan menjadi sasaran *face/body shaming* (Basir et al., 2022; Seekis & Lawrence, 2023). Studi Digennaro dan Tescione (2024) menemukan bahwa paparan terhadap konten kecantikan di media sosial berdampak signifikan pada ketidakpuasan tubuh dan tekanan psikologis, terutama pada perempuan. Penelitian Jiotics et al. (2021) juga mengungkapkan bahwa seringnya

membandingkan penampilan diri dengan pengguna lain di media sosial berkaitan erat dengan meningkatnya kecemasan, stres, dan keinginan untuk tampil sempurna.

Penelitian-penelitian terdahulu telah banyak membahas mengenai standar kecantikan (Adani et al., 2021; Makarim et al., 2020; Wisnu et al., 2023), representasi perempuan di media feminis (Sahan & Witarti, 2021), serta komunikasi intrapersonal pada remaja putri berjerawat (Ayu & Destiwati, 2022). Namun, masih terbatas penelitian yang secara spesifik menyoroti bagaimana wanita Gen-Z dengan kulit berjerawat merepresentasikan dirinya di media sosial Instagram, serta bagaimana mereka membentuk gambaran dirinya di tengah tekanan sosial dan media digital. Penelitian ini mencoba mengisi celah tersebut melalui teori representasi Stuart Hall, yang mencakup tiga pendekatan: refleksi (makna sebagai cerminan realitas), konstruksi (makna dibentuk melalui bahasa dan budaya), dan intensi (makna berasal dari tujuan komunikator) (Hall, 2013; 2015). Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan secara komprehensif bagaimana realitas sosial, persepsi personal, dan konstruksi media bersinggungan dalam praktik representasi digital.

Dalam konteks ini, Instagram menjadi media sosial yang relevan karena menekankan pada aspek visual yang kuat dan memungkinkan pengguna mengelola gambaran dirinya melalui fitur seperti filter, *caption*, dan *insta-story* (Hu, 2014; Luo & Hancock, 2020). Beberapa studi juga menunjukkan bahwa perempuan cenderung mengedit atau menyembunyikan kondisi wajah mereka karena tekanan sosial dan rasa tidak percaya diri (Garcia & Winduwati, 2023; Montana & Junaidi, 2022). Media sosial bukan lagi sekadar media berbagi, tetapi menjadi arena performatif di mana identitas dan representasi dikonstruksi dan dipertaruhkan.

Berdasarkan teori representasi dan didukung oleh studi-studi empiris sebelumnya, maka dapat dikembangkan hipotesis kualitatif eksploratif bahwa wanita Gen-Z yang memiliki kondisi kulit wajah berjerawat cenderung merepresentasikan dirinya di Instagram dengan cara-cara tertentu sebagai bentuk respons terhadap tekanan sosial dan standar kecantikan yang tidak realistik. Hipotesis ini akan dianalisis melalui pendekatan fenomenologi untuk menggali makna, intensi, dan proses konstruksi representasi dari perspektif para informan.

Dengan demikian, kombinasi antara teori representasi Stuart Hall dan temuan empiris sebelumnya menjadi pondasi yang kuat untuk memahami bagaimana wanita Gen-Z dengan kondisi kulit berjerawat tidak hanya menjadi objek dari konstruksi sosial, tetapi juga sebagai subjek yang aktif dalam mengelola representasi dirinya di ruang digital yang dipenuhi akan nilai dan norma.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi dipilih untuk menggali dan memahami pengalaman subjektif serta makna yang diberikan oleh wanita Gen-Z berjerawat terkait representasi diri mereka di Instagram. Paradigma yang digunakan adalah interpretif, yang menekankan pemahaman makna subjektif yang terbentuk melalui interaksi sosial dan pengalaman personal.

Subjek penelitian adalah wanita Gen-Z berusia 18-27 tahun yang aktif menggunakan Instagram (2-4 jam per hari) dan memiliki kondisi kulit wajah berjerawat. Objek penelitian adalah representasi wanita Gen-Z berjerawat di Instagram, termasuk bagaimana mereka direpresentasikan dan merepresentasikan diri. Informan penelitian terdiri dari lima wanita Gen-Z yang memenuhi kriteria (Disa, Giofanny, Silsi, Lisa, Syifa) dan satu informan ahli, yaitu seorang praktisi media dan dosen (Achmad Supardi, Ph.D.).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: wawancara mendalam (dilakukan secara daring melalui Zoom Meeting), observasi non-partisipan terhadap akun Instagram informan dan konten terkait, serta dokumentasi (foto, unggahan, artikel). Data primer diperoleh langsung dari informan, sementara data sekunder berasal dari studi literatur, jurnal, dan sumber relevan lainnya.

Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman (2020), yang meliputi tiga tahapan: reduksi data (pemilihan dan pemfokusan data relevan), penyajian data (pengorganisasian informasi), dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan memverifikasi informasi dari berbagai sumber data (wawancara, observasi, dokumen) untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas temuan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis hasil penelitian didasarkan pada tiga elemen utama teori representasi Stuart Hall: refleksi, konstruksi, dan intensi.

A. Representasi sebagai Refleksi

Pendekatan reflektif mengkaji sejauh mana Instagram mencerminkan realitas pengalaman wanita Gen-Z dengan jerawat. Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan signifikan antara pengalaman nyata informan dengan apa yang umumnya ditampilkan di Instagram. Para informan mengungkapkan bahwa Instagram lebih sering menampilkan citra wajah yang "mulus dan glowing," yang merepresentasikan standar kecantikan ideal. Disa menyatakan bahwa representasi di Instagram "sangat tidak realistik" karena ungahannya sendiri berbeda dengan kondisi aslinya akibat penggunaan filter. Lisa juga berpendapat bahwa jerawat di Instagram "masih jauh dari realita" karena banyak yang menyembunyikannya. Giofanny mengakui bahwa apa yang ada di Instagram "tidak 100% sama dengan realita".

Informan ahli, Achmad Supardi, Ph.D., menguatkan bahwa Instagram belum sepenuhnya merepresentasikan realitas wanita berjerawat secara apa adanya, karena konten yang tampil seringkali telah melalui proses seleksi dan dikurasi oleh logika pasar serta algoritma yang mendorong representasi "rapi," "bersih," dan "ideal". Temuan ini sejalan dengan penelitian Ligariaty & Irwansyah (2021) yang menyatakan bahwa representasi wanita berjerawat sering mencerminkan standar kecantikan yang tidak realistik. Dengan demikian, Instagram lebih cenderung merefleksikan realitas yang dimanipulasi ketimbang cerminan asli kondisi kulit berjerawat.

B. Representasi sebagai Konstruksi

Pendekatan konstruktif menekankan bahwa makna dibentuk melalui interaksi sosial dan bahasa, dan Instagram secara aktif membangun realitas tertentu mengenai wanita dan jerawat. Penggunaan filter dan *editing* diakui secara umum oleh informan untuk menyembunyikan jerawat dan menampilkan versi diri yang lebih "baik". Silsi menyebutnya sebagai cara "menutupin dosa-dosa di wajah". Representasi diri yang selektif juga menjadi strategi utama, di mana informan cenderung mengunggah foto hanya saat kulit mereka dalam kondisi baik. Lisa menjelaskan bahwa ia menunjukkan jerawat yang "kondisinya sudah mendingan" dan "masih enak buat dilihat orang".

Algoritma Instagram, menurut informan ahli, memiliki logika pasar yang mendorong konten estetik dan viral, seringkali sejalan dengan standar kecantikan ideal (kulit mulus, bebas jerawat). Ini secara tidak langsung membentuk persepsi bahwa jerawat "tidak pantas tampil". Syifa berpendapat bahwa "cantik di Instagram tuh kadang lebih soal 'gimana kamu tampil di layar', bukan bagaimana kamu beneran nyaman sama diri kamu sendiri". Kepentingan komersial juga turut mengkonstruksi narasi jerawat, di mana konten "acne fighter" seringkali berujung pada iklan atau *endorsement* produk. Disa, dari pengalamannya, menyadari bahwa banyak yang menunjukkan wajah berjerawat bukan murni berbagi, melainkan ada "udang dibalik batu" atau tujuan komersil. Informan ahli juga menyebut bahwa jerawat pun bisa menjadi "aset" jika dikemas dengan tepat untuk strategi *marketing*. Konstruksi ini menciptakan "realitas terkuras" di mana wanita berjerawat merasa perlu menyesuaikan diri.

C. Representasi sebagai Intensi

Pendekatan intensional berfokus pada niat atau motivasi di balik cara wanita Gen-Z menampilkan (atau tidak menampilkan) jerawat mereka. Intensi utama mayoritas informan adalah menyembunyikan jerawat untuk menampilkan sisi terbaik diri dan mencari validasi sosial (seperti *likes* dan pujian), serta menghindari penilaian negatif. Disa, misalnya, ingin teman-teman lamanya mengingat visualisasi dirinya yang mulus. Giofanny memposting saat merasa "oke dan cantik". Silsi termotivasi keinginan untuk "dapatkan like pengen eksis aja". Lisa memandang Instagram sebagai "album kenang-kenangan" dan akan mengakalinya dengan filter jika ada jerawat.

Ketakutan akan penilaian negatif dan keinginan menjaga citra diri yang baik sangat kuat. Syifa memiliki dua akun Instagram: satu publik (diedit) dan satu privat (lebih bebas berekspresi, termasuk berbagi *acne journey*). Ini menunjukkan intensi yang berbeda tergantung audiens dan kenyamanan. Tekanan eksternal dari lingkungan sosial dan Instagram itu sendiri signifikan. Disa merasa "sangat amat tertekan" oleh standar

kecantikan di Instagram. Giofanny merasakan tekanan saat *breakout* dan melihat wajah mulus orang lain. Sebagai respons, beberapa informan seperti Syifa berusaha untuk "menerima aja" dan "bodo amatan," atau mengadopsi strategi seperti mematikan kolom komentar atau meng-unfollow akun yang membuatnya tidak nyaman. Meskipun ada intensi minor untuk aktivisme atau menormalisasi jerawat, motif komersial seringkali lebih dominan.

Bagan hasil menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan temuan secara logis, menghubungkannya dengan sumber referensi yang relevan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

- a. Refleksi: Instagram cenderung tidak merefleksikan realitas kondisi kulit wanita Gen-Z berjerawat secara autentik. Terdapat kesenjangan signifikan antara kondisi jerawat yang dialami dengan apa yang ditampilkan, di mana mayoritas informan secara sadar menyembunyikan atau meminimalisir tampilan jerawat melalui berbagai cara, menghasilkan versi diri yang ideal dan terpoles.
- b. Konstruksi: Instagram secara aktif mengkonstruksi makna "cantik" yang ideal, seringkali mengecualikan kondisi kulit berjerawat. Standar kecantikan dominan (kulit mulus, putih) diperkuat oleh algoritma platform dan kepentingan komersial, mengkonstruksi jerawat sebagai "ketidaksempurnaan" yang perlu disamaraskan atau bahkan dieksplorasi untuk tujuan pemasaran.
- c. Intensi: Intensi utama informan dalam merepresentasikan diri adalah menyembunyikan jerawat demi menampilkan citra diri yang lebih baik, mencari validasi sosial, dan menghindari penilaian negatif. Tekanan standar kecantikan sangat memengaruhi intensi ini, meskipun ada juga upaya untuk keterbukaan di ruang yang lebih privat atau sebagai bentuk penerimaan diri.

Secara keseluruhan, Instagram berperan sebagai mediator yang ikut membentuk cara wanita Gen-Z berjerawat menampilkan diri mereka, di mana representasi yang ditampilkan seringkali merupakan hasil kurasi yang dipengaruhi oleh pandangan sosial dan intensi pribadi untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang sulit dicapai.

B. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

- a. Saran Akademik: Penelitian lebih lanjut mengenai representasi diri kelompok marginal di era digital, khususnya terkait standar kecantikan dan dampaknya, perlu dikembangkan dalam kurikulum Ilmu Komunikasi, Kajian Media, dan Gender. Kolaborasi interdisipliner (komunikasi, psikologi, studi perempuan) dapat memperdalam pemahaman isu ini.
- b. Saran Praktis:
 1. Bagi Pengguna Media Sosial: Ciptakan lingkungan digital yang lebih supportif dengan menghindari komentar negatif, *body shaming*, atau *face shaming*. Media sosial seharusnya menjadi ruang aman untuk berekspresi.
 2. Bagi Wanita Gen-Z Berjerawat: Lebih bijak dan kritis dalam menggunakan Instagram. Jangan jadikan standar kecantikan digital sebagai tolok ukur nilai diri; fokus pada *self-acceptance* dan kesehatan mental.
 3. Bagi *Influencer* dan *Content Creator*: Promosikan keberagaman bentuk kecantikan, termasuk kondisi kulit berjerawat. Representasi yang jujur dan tanpa filter dapat berdampak positif bagi generasi muda.

REFERENSI

- At Thariq, M. D., Lesmana, A. C., & Gunawan, W. (2023). Deconstruction Beauty Standars: Unpad Geulis Instagram Account. *Masyarakat: Jurnal Sosiologi*.
- Ayu, D. I., & Destiwati, R. (2022). KOMUNIKASI INTRAPERSONAL REMAJA PUTRI BERJERAWAT DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRINYA. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Basir, N. S., Tsalatsa, S. L., & Kresna, M. T. (2022). Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di TikTok dan Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*.
- Digennaro, S., & Tescione, A. (2024). Scrolls and self-protection, navigating the link between social network and body dissatisfaction in preadolescents and adolescents: a systematic review. *Frontiers in Education*.
- Garcia, G., & Winduwati, S. (2023). Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle. *Koneksi*.
- Hall, S. (2015). *The Work of Representation. Representation: Culture representation and signifying practices*.
- Hall, S., Evans, J., & Nixon, S. (2013). *Representation: Cultural representation and signifying practices*. London: The Open University SAGE.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Khambampati, S. (2014). A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types.
- Jiaqing, X., Alivi, M. A., & Dharejo, N. (2023). The Impact of Social Media on Women's Body Image Perception: A Meta-Analysis of Well-being Outcomes. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*.
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social Media Use and Body Image Disorder: Association between Frequency of Comparing One's Own Physical Appearance to That of People Being Followed on Social Media and Body Dissatisfaction and Drive for Thinness. *International Journal Environmental Research and Public Health*.
- Luo, M., & Hancock, J. T. (2020). Self-disclosure and social media: motivations and psychlogical well-being. *Current Opinion in Psychologi*.
- Makarim, N. H., Dimyati, D., & Kurniullah, A. Z. (2020). THE USE OF INSTAGRAM ACCOUNT IN CONSTRUTING THE CONCEPT OF BEAUTY: A CASE ON "UNPAD GEULIS". *ASPIRATION Journal*.
- Mathew, B., Huberman, M., & Saldana, J. (2020). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook*. London: SAGE.
- Montana, A. Y., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh Instagram @Feminist Terhadap Perubahan Pandangan Standar Kecantikan Wanita Indonesia. *Kiwi*.
- Saffana, N. (2020) *Zap beauty index, Riset Mengenai Perkembangan Industri kecantikan, HerStory*. Available at: <https://herstory.co.id/read272/zap-beauty-index-riset-mengenai-perkembangan-industri-kecantikan> (Accessed: 20 Oktober 2024).
- Sahan, M. Y., & Witarti, D. I. (2021). *Representasi Perempuan Cantik di Media Feminis Daring Jurnal Perempuan dan Magdalene Women 's Beauty Representation in Online Feminist Media Jurnal Perempuan and Magdalene*. 09(02), 210–229.
- Seekis, V., & Lawrence, R. (2023). How Exposure to body neutrality content on TikTok affects body image and mood. *Body Image* 47.
- W, S. C., D.H, A. G., & A., M. L. (2023). Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*.