

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembahasan tentang kecantikan tidak bisa dipisahkan dari perempuan. Secara alami, perempuan cenderung ingin diperhatikan dan terlihat lebih menonjol dibandingkan orang lain. Banyak perempuan yang ingin dianggap cantik dan menginginkan *prestise* agar lebih menonjol. Dalam perspektif gender, laki-laki dan perempuan memiliki karakteristik budaya yang berbeda. Misalnya, perempuan sering digambarkan dengan sifat yang lembut, emosional, anggun, dan keibuan. Sebaliknya, laki-laki digambarkan dengan sifat yang kuat, maskulin, rasional, dan tegas (Fakih, 2010:8-9).

Menjadi perempuan yang dianggap cantik tidaklah sesederhana seperti yang diucapkan. Hal ini karena banyak sekali pandangan masyarakat mengenai standar kecantikan. Misalnya, kecantikan sering kali dikaitkan dengan kulit putih, tubuh langsing, tinggi ideal, rambut hitam lurus, bulu mata lentik, hidung mancung, dan wajah yang mulus. Sementara dari sikap dan perilakunya, seorang perempuan harus memiliki sifat lemah lembut, sopan, anggun, ramah, perhatian, pintar, dan penuh kasih sayang (Prabowo, 2020). Banyak orang mengatakan bahwa cantik itu *relative*, artinya setiap orang memiliki makna cantik masing-masing. Namun, pada faktanya masih banyak orang yang terpaku pada standar kecantikan yang sudah dijelaskan di atas. Hal inilah yang menjadikan patokan seseorang meskipun tiap orang memiliki persepsi masing-masing.

Beberapa waktu lalu, ZAP Clinic, sebuah klinik kecantikan ternama di Indonesia, melakukan survei *online* dengan melibatkan 17.889 perempuan di Indonesia. Survei ini bertujuan untuk mengeksplorasi pandangan, tindakan, dan kebiasaan perempuan Indonesia terkait industri kecantikan. Hasil dari survei ZAP Beauty Index (2020) menunjukkan temuan yang cukup mengejutkan: 73,1 persen perempuan di Indonesia menganggap bahwa kulit putih, bersih, dan *glowing* adalah definisi kecantikan. Ini mengindikasikan bahwa masih banyak perempuan yang percaya jika memiliki kulit putih dianggap sebagai standar kecantikan. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh L. Ayu Saraswati (2013: 108),

yaitu status kelas seseorang ditandai dari warna kulitnya. Hal ini berarti bahwa warna kulit yang putih menjadi idaman bagi perempuan.

Sejarah, hiburan, budaya, adat istiadat, dan media merupakan beberapa sumber standar kecantikan. Di Indonesia, standar kecantikan dimulai pada masa kolonial. Produk kecantikan didistribusikan dan diperdagangkan oleh penjajah Eropa ketika masuk ke Indonesia. Media digunakan sebagai alat promosi produk iklan sabun Palmolive yang dimuat di majalah *De Huisvrouw* pada tahun 1937. Pada masa penjajahan Jepang standar kecantikan berubah lagi. Pada tahun 1943 sebuah majalah menerbitkan kolom kecantikan bernama “Djawa Baroe dan Gadis Nippon”. Menurut Andreas (2019), majalah tersebut menampilkan wanita Jepang yang dianggap cantik dengan kulit putih hal ini mendorong gagasan bahwa wanita harus cantik dengan warna kulit putih. Dalam representasi kecantikan perempuan *modern* saat ini, standar kecantikan menjadi lebih beragam, sebagian karena pengaruh media, buku, dan tren globalisasi, yang mencakup pemahaman berbeda tentang apa itu kecantikan (Utomo, 2017). Fenomena standar kecantikan telah menyebabkan terbentuknya struktur sosial standar kecantikan yang dikonstruksikan oleh media.

Media massa menciptakan standar kecantikan melalui film, sinetron, iklan, dan kontes puteri Indonesia. Dalam hal ini, standar kecantikan digunakan oleh media sebagai alat untuk menjual produk kecantikan di dunia kapitalis karena standar kecantikan yang dikonstruksi dapat menggambarkan kesempurnaan perempuan yang menarik di masyarakat (Prabowo, 2020). Media berperan dalam membentuk cara orang berpikir tentang standar kecantikan yang seharusnya, dan secara tidak langsung masyarakat menormalisasi hal tersebut.

Pada media sosial pun turut berperan aktif dalam menyebarkan konsep tentang kecantikan perempuan, seperti Instagram, Tiktok, Youtube, hingga *influencer* yang saat ini ramai diperbincangkan karena keahliannya dalam mengulas suatu produk yang dapat memengaruhi seseorang untuk membeli maupun menggunakan produk tersebut, tidak hanya itu seorang *influencer* dijadikan panutan oleh perempuan untuk memperbaiki penampilannya. Menurut Data Reportal, pada Januari 2022, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191, 4 juta

orang dengan mayoritas penggunaannya adalah perempuan sebanyak 52,6%. Media memberikan pesan yang menarik tentang kecantikan pada masyarakat khususnya perempuan, dengan menjadikan persepsi tersebut sebagai kiblat kecantikan.

Fenomena kecantikan kini juga memengaruhi remaja. Masa remaja, yang merupakan transisi antara masa kanak-kanak dan dewasa, melibatkan berbagai tantangan perkembangan dalam aspek fisik, kognitif, dan sosio-emosional (Santrock, 2019). Rentang usia ini, yang mencakup masa pubertas dari sekitar usia 10 hingga 19 tahun, sering kali ditandai dengan pencarian perhatian dari lingkungan sekitar. Pada tahap ini, anak perempuan sering menggunakan berbagai produk seperti *parfume*, *make-up*, dan pakaian untuk tampil menarik. Mereka melakukan ini bukan hanya untuk menunjukkan kedewasaan, tetapi untuk menegaskan eksistensi mereka sebagai perempuan. Penampilan yang menarik dianggap dapat mempermudah beberapa aspek kehidupan, seperti dalam pencarian kerja, di mana penampilan fisik seperti "*good looking*" sering menjadi salah satu kriteria. Ini relevan di SMAN 10 Garut, di mana tidak semua siswa melanjutkan ke perguruan tinggi.

Pencarian penampilan menarik, kini telah merambah ke lingkungan sekolah. Dunia sekolah yang biasanya identik dengan pakaian dan penampilan formal, kini dipengaruhi oleh gaya berpakaian remaja masa kini. Gaya ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari siswa sekolah menengah di Indonesia, di mana mereka berlomba-lomba untuk menonjol dan menunjukkan eksistensi mereka. Ketika memasuki masa remaja, banyak perempuan mulai meyakini bahwa penampilan fisik adalah faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan diri dan mendapatkan pujian dari orang lain. Menurut Joseph A. DeVito (2013), persepsi adalah "cara seseorang menyadari stimulus yang mempengaruhi dirinya".

Adanya standar kecantikan saat ini tentunya memberikan dampak bagi masyarakat terutama pelajar SMA. Misalnya saja kehilangan rasa percaya diri. Karena stereotipe masyarakat menganggap bahwa perempuan yang dapat dikategorikan cantik adalah berwajah mulus, berkulit putih, hidung mancung, bertubuh langsing, dan tinggi ideal masih menjadi patokan oleh masyarakat saat ini. Hal ini tentu saja membuat perempuan yang tidak sesuai dengan standar kecantikan

akan mengalami perbandingan oleh orang lain. Tidak hanya itu, remaja siswi akan merasa tidak puas dengan fisik yang mereka miliki dan pada akhirnya mereka akan membandingkan dirinya dengan orang lain.

Dengan demikian, adanya standar kecantikan perempuan menjadi fenomena yang sangat menarik untuk dikaji lebih mendalam. Fenomena ini memunculkan pertanyaan apakah persepsi remaja terhadap standar kecantikan sama dengan yang dikonstruksikan oleh media dan masyarakat atau remaja memiliki persepsinya sendiri mengenai standar kecantikan.

Oleh karena itu, saya ingin meneliti permasalahan yang diakibatkan oleh adanya fenomena standar kecantikan di kalangan pelajar SMA. Untuk melakukan kajian tersebut, saya akan memfokuskan penelitian terhadap fenomena standar kecantikan perempuan di kalangan pelajar.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, ada beberapa rumusan masalah dari penelitian ini. Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana persepsi pelajar SMAN 10 Garut tentang standar kecantikan perempuan?
2. Apa faktor-faktor yang memengaruhi persepsi kecantikan perempuan di kalangan pelajar SMAN 10 Garut?
3. Apa dampak yang diakibatkan dari adanya standar kecantikan perempuan bagi pelajar di SMAN 10 Garut?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan pemahaman remaja SMAN 10 Garut terkait standar kecantikan perempuan. Berikut merupakan tujuan spesifik dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui persepsi pelajar SMAN 10 Garut tentang standar kecantikan perempuan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi persepsi kecantikan perempuan di kalangan pelajar SMAN 10 Garut.
3. Untuk mengetahui dampak yang diakibatkan dari adanya standar kecantikan

perempuan bagi pelajar di SMAN 10 Garut.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang disampaikan diatas, terdapat kegunaan pada penelitian yang ingin dicapai yaitu:

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan menambah pemahaman serta informasi bagi para pembaca mengenai konstruksi pemahaman standar kecantikan perempuan di kalangan pelajar. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam bidang ilmu sosial, khususnya di bidang sosiologi.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi semua pihak dan sebagai koleksi bacaan guna dalam menambah wawasan yang lebih luas. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi ide mengenai konstruksi pemahaman standar kecantikan perempuan di kalangan pelajar untuk dapat diteliti lebih jauh.

E. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, akan menggunakan teori konstruksi sosial yang dibangun oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman karena memiliki relevansi dengan objek kajian yang akan diteliti. Kerangka teoritik ini akan mengupas aspek struktural dan individu di dalam memahami pembentukan realitas sosial.

Teori ini berfokus pada bagaimana kenyataan dibentuk secara sosial. Berger dan Luckmann menjelaskan realitas sosial dengan membedakan antara pemahaman, kenyataan, dan pengetahuan. Dalam konteks ini, realitas dianggap sebagai sesuatu yang dibentuk secara sosial, dengan dua konsep utama yang perlu dipahami, yaitu kenyataan dan pengetahuan. Pengetahuan didefinisikan sebagai keyakinan bahwa berbagai realitas memang ada dan memiliki karakteristik tertentu, sementara kenyataan adalah kualitas dari realitas yang diakui memiliki keberadaan independen dari kehendak individu. Sosiologi berusaha memahami hubungan dialektis antara manusia dan dunia sosial-kultural mereka, di mana masyarakat merupakan produk dari tindakan manusia,

dan sebaliknya, manusia juga merupakan hasil dari struktur sosial.

Kenyataan sosial merupakan hasil (eksternalisasi) dari internalisasi dan obyektivasi manusia terhadap pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari. Secara sederhana, eksternalisasi dipengaruhi oleh *Stock of Knowledge* (cadangan pengetahuan) yang dimiliki oleh individu. Cadangan sosial pengetahuan merupakan akumulasi dari *Common sense knowledge* (pengetahuan akal sehat). Common sense yaitu pengetahuan yang dimiliki oleh individu bersama individu-individu lainnya dalam kegiatan rutin yang normal, dan kehidupan sehari-hari (Berger dan Luckman, 1990:34).

Teori konstruksi sosial adalah proses sosial dimana setiap individu atau kelompok sosial membentuk suatu realitas sosial yang dialami bersama secara terus menerus. Proses pembentukan realitas sosial yang dikembangkan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman melalui tiga momen yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi.

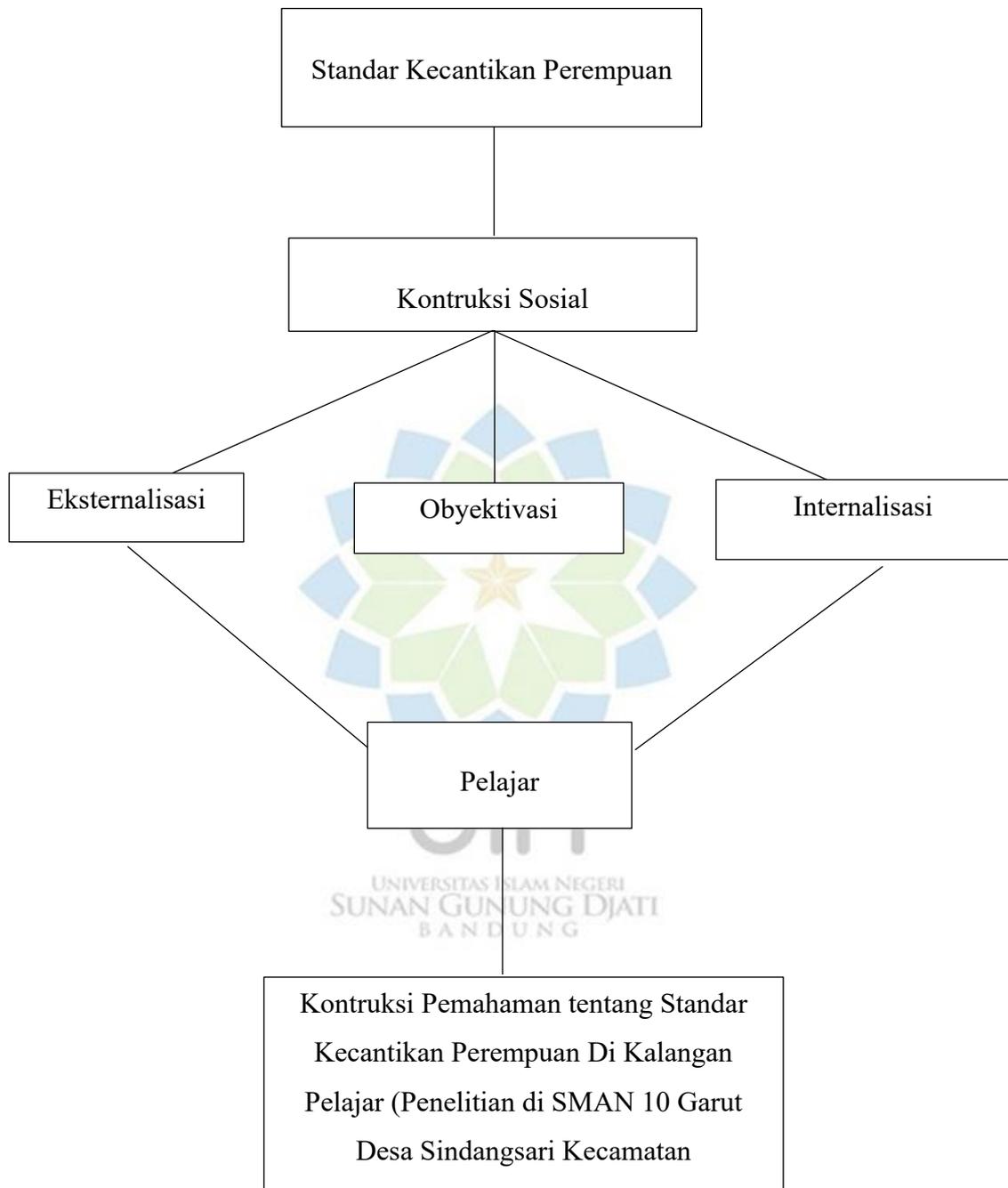
Menurut Berger, eksternalisasi yaitu saat manusia mengekspresikan diri dan kemanusiaannya ke dalam lingkungan mereka, sehingga lingkungan tersebut tampak sebagai dunia manusia. Ketika dunia yang dibentuk melalui eksternalisasi ini menjadi semakin kuat dan diakui sebagai suatu fakta yang berdiri sendiri, proses tersebut memasuki tahap obyektivasi.

Pada tahap obyektivasi, dunia obyektif harus diintegrasikan kembali ke dalam kesadaran subjektif manusia agar tidak terasa asing bagi penciptanya. Inilah yang disebut sebagai internalisasi, tahap ketiga dari proses tersebut. Eksternalisasi menghasilkan masyarakat sebagai realitas yang unik dan spesifik, sementara internalisasi menjadikan manusia sebagai produk dari masyarakat. Ini mencerminkan dua proses utama: eksternalisasi (yang mengungkapkan sesuatu ke luar) dan obyektivasi (yang membuat sesuatu tampak sebagai fakta obyektif), serta internalisasi (yang menarik kembali ke dalam kesadaran). Melalui internalisasi, individu menjadi bagian dari masyarakat, dan masyarakat menjadi hasil dari tindakan individu.

Dalam proses eksternalisasi remaja di SMAN 10 Garut memahami standar kecantikan berdasarkan pengetahuan pertama kali yang mereka

dapatkan mengenai standar kecantikan seperti media massa, media sosial, maupun lingkungan sekitarnya. Kemudian pada tahap obyektivasi, pelajar SMAN 10 Garut membandingkan pengetahuan yang pertama kali mereka dapatkan dengan realitas sebenarnya. Dalam hal ini, pelajar tersebut memahami standar kecantikan hanya terpaku pada kecantikan fisik semata namun seiring berjalannya waktu ketika mereka melihat ternyata banyak perempuan yang dikategorikan cantik dari luar tetapi memiliki perilaku yang kurang baik. Terakhir tahap internalisasi, pelajar akhirnya memiliki pandangan sendiri mengenai kecantikan dengan membaginya menjadi dua yaitu kecantikan luar (fisik) dan kecantikan dalam (kepribadian, kecerdasan, baik hati). Berdasarkan konsep teori konstruksi sosial, pengetahuan individu diperoleh melalui pengalaman sehari-hari. Realitas yang terbentuk didasarkan pada nilai-nilai subjektif dan objektif yang dialami oleh individu serta melibatkan aspek legitimasi, nilai, dan norma. Sehingga berkontribusi pada pembentukan konstruksi sosial.

Dalam penelitian ini, teori konstruksi sosial digunakan sebagai kerangka analisis, karena dipandang tepat sebagai alat analisis konstruksi pemahaman standar kecantikan di kalangan pelajar. Melalui pemahaman tersebut, individu dapat memilih, menimbang, dan menentukan hal-hal mana yang memuaskan kebutuhannya untuk membentuk pemahaman mengenai standar kecantikan.

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

F. Penelitian Terdahulu

Dalam sebuah penelitian perlu dilakukan suatu tinjauan pustaka untuk menghindari adanya kesamaan antara satu penelitian dengan penelitian lainnya. Adapun penelitian terdahulu, penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang pembahasannya mirip dengan penelitian ini.

Pertama, Chika Ananda Putri (2021) dengan artikel jurnal yang berjudul “Konsep Diri Perempuan Cantik di Instagram” membahas tentang pentingnya kecantikan bagi perempuan, dan dampak standar kecantikan yang terlalu mengikuti tren media sosial seperti Instagram yang menggambarkan perempuan harus berkulit putih, langsing, dan sempurna. Hal ini berdampak negatif terhadap perasaan perempuan. Adapun hasil penelitian tersebut menunjukkan ada tiga konsep diri yaitu mengenai pengetahuan tentang standar kecantikan, harapan, dan motivasi diri, serta penilaian diri setelah mengenal dirinya lebih baik. (Chika, 2021).

Terdapat kesamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan artikel jurnal tersebut. Kesamaannya terletak pada topik penelitian, yakni keduanya sama-sama membahas standar kecantikan perempuan. Terdapat perbedaan antara artikel tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yakni terletak pada masalah yang akan diteliti. Artikel jurnal tersebut hanya membahas dampak negatif standar kecantikan sosial media terhadap konsep diri dan psikologis perempuan. Sedangkan penelitian ini berfokus pada kajian tentang standar kecantikan di masyarakat yang lebih umum. Selain itu perbedaan lain terdapat dalam subjek penelitiannya, yaitu mahasiswi dari berbagai fakultas di kampus Universitas Islam Riau Pekanbaru dengan analisis teori fenomenologi dari Alfred Schutz. Dalam analisisnya, metode yang digunakan oleh penelitian tersebut adalah analisis data fenomenologi, sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pelajar SMA di Kota Garut dengan analisis teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Dalam analisisnya, penelitian ini menggunakan metode deskriptif narasi dengan pendekatan kualitatif.

Studi Chika di atas, memiliki kelebihan sebagaimana terlihat dari topik yang dibahas sangat relevan dengan kondisi sosial saat ini, yaitu pengaruh media sosial terhadap konsep diri perempuan. Namun studi tersebut juga memiliki kekurangan,

yakni sampel penelitian yang digunakan relative kecil hanya 4 orang informan. Selain itu juga, terletak aspek konsep diri yang menjadi variabel utama hanya dibatasi pada 3 aspek saja, sehingga analisisnya kurang mendalam.

Kedua, Nur Sabrina Dewi Basir (2022) dalam artikel jurnal yang berjudul “Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram” membahas mengenai pengaruh media sosial terhadap persepsi wanita dalam menentukan standar kecantikan. Adapun hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap persepsi wanita dalam menentukan standar kecantikan melalui konten yang diunggah oleh Beauty Influencer. (Sabrina, 2022).

Terdapat kesamaan antara penelitian Sabrina dengan penelitian yang akan dikaji, yakni terletak pada topik penelitian terkait dengan standar kecantikan. Selain itu terletak pada variabel utama penelitian yakni persepsi individu terhadap standar kecantikan. Kemudian perbedaan lain terdapat dalam objek penelitian yang berbeda. Artikel jurnal tersebut fokus penelitiannya pada persepsi wanita umum, analisisnya menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz, dan metodenya menggunakan metode deskriptif pendekatan kualitatif. Sementara itu, populasi penelitian berbeda. Artikel jurnal tersebut mengambil responden wanita umum tanpa batasan usia, sedangkan penelitian yang dikaji memfokuskan pada pelajar dengan rentang usia 16-18 tahun.

Studi Sabrina memiliki kelebihan yakni pada topik yang aktual dan relevan dengan perkembangan zaman yaitu pengaruh media sosial terhadap persepsi kecantikan. Selain itu artikel tersebut menggunakan alat ukur yang andal berupa kuesioner untuk mengumpulkan data primer. Dan, menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk menggambarkan pengalaman responden secara mendalam. Namun, artikel jurnal di atas memiliki kekurangan yakni terletak pada sampel penelitian relatif kecil sebanyak 24 responden sehingga hasilnya kurang representatif. Selain itu, hanya mengulas pengaruh media sosial saja, sebaiknya juga ditinjau dari sisi psikologis responden.

Ketiga, Rian Dwi Riswana (2023) artikel jurnal yang berjudul “Kontruksi Standar Kecantikan Perempuan di Kalangan Mahasiswi Universitas Mataram” membahas proses terbentuknya standar kecantikan dan persepsi mahasiswi

Universitas Mataram terhadap standar kecantikan. Adapun hasil penelitiannya yakni, menunjukkan bahwa adanya faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mahasiswi terhadap standar kecantikan ideal dan dampak terhadap kepercayaan diri mahasiswi. (Riswana, 2023).

Adapun persamaan antara artikel jurnal tersebut dengan penelitian yang dikaji yakni terdapat pada topik penelitian tentang konstruksi pemahaman standar kecantikan perempuan. Selain itu, mengidentifikasi faktor-faktor pengaruh dalam pembentukan standar kecantikan. Dan, teori yang digunakan keduanya sama-sama menggunakan teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Namun terdapat perbedaan yakni terletak pada subjek penelitian yakni artikel jurnal tersebut meneliti mahasiswi Universitas Mataram sementara penelitian yang dikaji meneliti pelajar pada umumnya baik perempuan maupun laki-laki. Selain itu, lokasi penelitian juga berbeda, artikel jurnal tersebut dilaksanakan di Universitas Mataram sedangkan penelitian yang dikaji di SMAN 10 Garut.

Studi Dwi Riswana memiliki kelebihan yakni pada terletak pada fokus penelitian mahasiswi perempuan tepat karena sesuai dengan ruang lingkup penelitian. Selain itu, metode deskriptif pendekatan kualitatif dianggap cocok untuk menggambarkan konstruksi makna subjektif. Namun terdapat kekurangan dari artikel jurnal di atas yakni pada teknik pengumpulan data hanya menggunakan wawancara saja. Selain itu keterbatasan rujukan teori yang digunakan kurang memperkaya tinjauan penelitian.

Keempat, Ovy Nita Christanti (2013) artikel jurnal yang berjudul “Konstruksi “perempuan cantik” di kalangan siswi SMAN 1 SOOKO MOJOKERTO” membahas mengenai proses terbentuknya konstruksi makna “perempuan cantik” di kalangan siswi SMAN 1 Sooko Mojokerto beserta faktor-faktor yang memengaruhinya. Serta persepsi siswi terhadap ciri-ciri fisik dan non fisik yang dianggap cantik. Hasil penelitian dalam artikel jurnal di atas menunjukkan bahwa konsep “perempuan cantik” menurut siswi ialah memiliki kulit putih, tubuh langsing, dan wajah cantik. Selain itu, siswi cenderung menyamakan kecantikan dengan standar kecantikan di media (Christanti, 2013).

Studi Christanti di atas memiliki persamaan dengan penelitian yang dikaji

yakni, topik penelitian yang dibahas mengenai konstruksi makna standar kecantikan perempuan. Selain itu objek penelitian dari kedua penelitian tersebut sama-sama menggunakan pelajar di SMA tersebut. Dan teori yang digunakan keduanya sama-sama menggunakan teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckman. Sementara itu, perbedaannya terletak pada lokasi dan subjek dalam penelitian tersebut yakni artikel jurnal penelitian di SMAN 1 Sooko Mojokerto sedangkan penelitian yang dikaji di SMAN 10 Garut. Selain itu, subjek dalam artikel jurnal hanya fokus pada pelajar perempuan, sementara penelitian yang dikaji meneliti pelajar laki-laki, serta analisis data yang digunakan dalam artikel jurnal menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian yang dikaji menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Adapun studi Christanti memiliki kelebihan yakni variabel utama konstruksi makna kecantikan dinilai tepat untuk menjawab permasalahan, selain itu kajian faktor-faktor pengaruh sangat relevan untuk memahami proses pembentukan konsep standar kecantikan. Sementara kekurangan dari artikel di atas tidak ada contoh hasil wawancara sebagai lampiran untuk memperjelas, dan jumlah subjek penelitian tidak disebutkan dalam artikel jurnal tersebut.

Terakhir, Mutia Hapipah (2022) dalam skripsinya yang berjudul “Persepsi masyarakat terhadap standar kecantikan dalam iklan produk Skincare di Desa Cibadak Kecamatan Rawamerta Kabupaten Karawang” membahas mengenai persepsi kecantikan yang dapat diperoleh melalui penggunaan *skincare* atau produk perawatan kulit yang dipromosikan melalui tayangan iklan dari berbagai media dalam membentuk standar kecantikan. Adapun hasil penelitian yakni, menunjukkan bahwa standar kecantikan sangat bervariasi dan beragam berdampak positif pada standar kecantikan dengan menambah pesona kecantikan, anggun, terawat, dan menambah percaya diri pada masyarakat desa Cibadak.

Adapun persamaan antara skripsi dengan penelitian yang dikaji, yakni terletak pada topik penelitian mengenai standar kecantikan. Selain itu, terletak pada teori yang digunakan keduanya sama-sama menggunakan teori konstruksi sosial. Namun, keduanya berbeda dalam fokus penelitian Studi Hapipah berfokus pada

persepsi masyarakat terhadap iklan produk *skincare*, sedangkan penelitian ini berfokus pada pemahaman standar kecantikan di kalangan pelajar. Perbedaan lainnya pada subjek penelitian, dalam skripsi tersebut subjek nya yakni perempuan berusia 14 sampai 50 tahun dan aktif maupun tidak aktif menggunakan produk *skincare*.

Studi Hapipah memiliki kelebihan mengenai gambaran standar kecantikan melalui iklan produk *skincare* atau perawatan kulit. Namun terdapat kekurangan pada skripsi tersebut, subjek yang dipilih terlalu luas sehingga hasil yang didapatkan kurang begitu spesifik.

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, dapat dikatakan bahwa penelitian-penelitian terdahulu tersebut telah memberikan pemahaman tentang standar kecantikan. Umumnya, karya-karya tersebut memiliki kesamaan topik penelitian, teori, dan metode penelitian yang digunakan. Namun, karya-karya tersebut memiliki kelemahan pada aspek subjek penelitian, yakni hanya fokus pada satu subjek penelitian yaitu perempuan. Akibatnya, persepsi tentang standar kecantikan kurang mendalam hanya dari satu sudut pandang saja. Selain itu, mereka menggunakan metode penelitian yang seragam sehingga membatasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang standar kecantikan perempuan.

Karena itu, terdapat *research gap* (celah penelitian) yang luput dari penelitian-penelitian di atas dalam aspek-aspek masalah penelitian, subjek, dan lokasi penelitian. Untuk merespon ini, penelitian ini hendak berkontribusi pada kajian standar kecantikan perempuan agar lebih memahami fenomena dengan mengisi celah penelitian ini yang tidak dibahas oleh karya-karya di atas. *Novelty* (kebaruan) dari penelitian ini terletak pada aspek-aspek berikut. Pertama, penelitian ini akan mengkaji masalah pemahaman pelajar tentang standar kecantikan perempuan. Kedua, terletak pada subjek penelitian. Sebagian besar penelitian-penelitian terdahulu yang mengangkat topik ini lebih banyak menjadikan perempuan dewasa sebagai populasi penelitian. Sementara pada penelitian ini, melibatkan sampel remaja laki-laki dan perempuan. Ketiga, lokasi penelitian, sebagian besar penelitian-penelitian terdahulu dilakukan di kota-kota besar.

Sementara penelitian ini dilakukan di pedesaan. Sehingga permasalahan yang terjadi di lokasi tersebut berbeda dengan lokasi-lokasi yang sudah pernah diteliti.

