

## Utilization of Social Media (Instagram, Twitter and Facebook) as Educational Means Regarding Beauty Standards in the You're Enough Program

Muhammad Yuda Pratama<sup>a\*</sup>, Febian Rifky Fadhillah<sup>b</sup>, Dohan Mandela<sup>c</sup>

<sup>abc</sup>*Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta.*

**ABSTRACT:** The beauty standard created is a reinforcement of the media, one of which is social media. social media has an influence in shaping beauty standards which then generalizes the perception of the Indonesian people about the concept of "beautiful". This makes beauty no longer a relative thing, but has become a universal thing. Especially on social media, existence is the main goal where everyone wants to get recognition, likes and appreciation from others. The existence of this Beauty Standard can actually affect a person's psychosocial condition. The method implemented in this activity is a media-based strategy, which means this activity is in the form of a social media campaign. The purpose of holding this program is to educate young people regarding beauty standards through the Your Enough program campaign activities carried out on social media.

### ARTICLE HISTORY

Received: 15-02-2023

Accepted: 16-02-2023

### KEYWORDS

Social Media,  
Campaign, Beauty  
Standard.

### Introduction

Pada tahun 2021, perkembangan teknologi semakin melesat dengan sangat cepat. Segala kegiatan yang dilakukan pada kehidupan sehari-hari setiap manusia tidak dapat lepas dari teknologi. Kejadian ini dapat disebut juga dengan era revolusi industri 4.0, yang dimana menurut Schwab, dalam Susanti Ernita (2019:49) menyatakan bahwa: "Era Industri 4.0 adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada era dimana terjadi perpaduan teknologi yang mengakibatkan dimensi fisik, biologis, dan digital membentuk suatu perpaduan yang sulit untuk dibedakan".

Gaya hidup manusia juga berubah karena semakin terpengaruh dengan adanya perkembangan teknologi. Berubah di sini dapat bermaksud dari hal yang positif dan juga hal negative. Sangat banyak sekali hal positif yang dapat kita ambil dari berkembangnya teknologi yang semakin canggih ini, contohnya yaitu kita dapat mendapatkan informasi dengan sangat cepat hanya dengan menggunakan internet, kemajuan teknologi ini juga dapat mempermudah kita dalam berbagai pekerjaan dan masih banyak lagi hal-hal positif yang muncul dari berkembangnya teknologi.

Terdapat juga hal-hal negative dari berkembangnya teknologi ini, contohnya yaitu manusia bersifat lebih individual, serta banyak orang yang menjadi kecanduan dalam

**CONTACT:** Muhammad Yuda Pratama  yuda6540@gmail.com

© 2023 The Author(s). Published by Literasi Nusantara Publisher.

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited, and is not altered, transformed, or built upon in any way.

menggunakan teknologi tanpa mengingat waktu, salah satu hal dari perkembangan teknologi yang sangat mempengaruhi gaya hidup para anak remaja adalah munculnya sosial media. Sosial media adalah sebuah media online yang dimana orang dapat berinteraksi satu sama lain serta membagikan foto maupun gambar. Menurut (Nasrullah, 2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual.

Sosial media ini memberikan banyak sekali dampak positif bagi kehidupan manusia, akan tetapi segala hal pasti selalu memiliki sisi negatifnya juga. Dengan adanya sosial media seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan sebagainya, tercipta sebuah gambaran kehidupan yang sempurna. Hal ini dikarenakan setiap orang pasti hanya menunjukkan momen serta versi terbaik dari diri mereka di sosial media.

Banyak juga orang yang berlomba-lomba untuk mendapatkan *followers* ataupun *likes* pada akun sosial media yang mereka miliki. Untuk mendapatkan *follows* dan *likes* tersebut, seseorang harus meng-upload berbagai konten menarik. Akan tetapi apabila seseorang memiliki tubuh fisik yang sudah menarik atau seperti yang dibilang anak zaman sekarang yaitu *good-looking*, mereka dapat dengan mudah memperoleh *followers* maupun *likes* di akun sosial media yang mereka miliki. Oleh karena itu, sangatlah sering muncul orang-orang *good-looking* di sosial media kita dan menyebabkan terciptanya *beauty standard*.

Persepsi dari sebagian besar orang terhadap "cantik" kebanyakan hanya terbatas pada tampang fisiknya saja. Contohnya seperti dengan memiliki kulit putih serta bersih. Seperti yang disebutkan oleh Worotitjan (2014) terkait kecantikan bahwa pembentukan standar kecantikan merupakan dampak dari budaya patriarki yang sudah diwariskan dari generasi ke generasi.

Meningkatnya penggambaran dan internalisasi perempuan akan kecantikan dan bagaimana mereka mendapatkan bentuk tubuh dan wajah seperti yang terpampang dalam media sosial yang sering mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari ini menjelaskan bagaimana media sosial berpengaruh terhadap cara maupun aturan seseorang dalam berpenampilan (Polivy dan Herman, 2004).

*Beauty standard* ini tidaklah memandang gender, para laki maupun perempuan rela mengeluarkan uang mereka serta tenaga demi mendapatkan penampilan yang mereka harapkan. Bahkan ada sebagian orang yang mengalami tekanan mental, membenci diri sendiri, hingga turunnya tingkat kepercayaan diri.

Tujuan dari program "*You're Enough*" ini yaitu adalah untuk mengedukasi bahwa nilai kecantikan tidak memandang apapun dan siapa pun. Program yang ini mengharapkan agar perempuan Indonesia lebih percaya diri dan bisa mencintai diri sendiri dengan kekurangannya masing-masing, karena masih banyak perempuan di Indonesia yang kurang percaya diri atau merasa kurang cantik hanya karena standar kecantikan (*beauty standard*) yang ditampilkan adalah diantaranya kulit putih, hidung mancung, rambut panjang, langsing, dan masih banyak lagi standar kecantikan lainnya. *Beauty standard* atau standar kecantikan

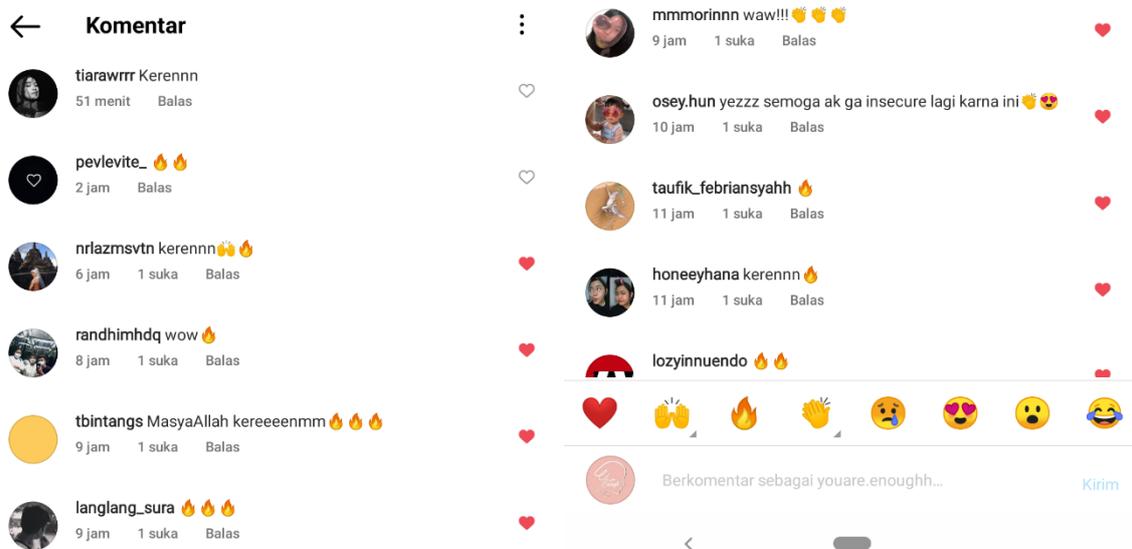


Kami menggunakan 3 media sosial yang kami anggap layak dan cocok untuk dijadikan sebagai wadah untuk menjalankan program kampanye ini. 3 media sosial itu adalah Instagram, Twitter, dan Facebook. Sejauh ini progress paling besar ada pada Instagram dimana cukup banyak orang yang berinteraksi dengan akun tersebut. Terutama di 2 postingan terbaru yang baru saja di posting.

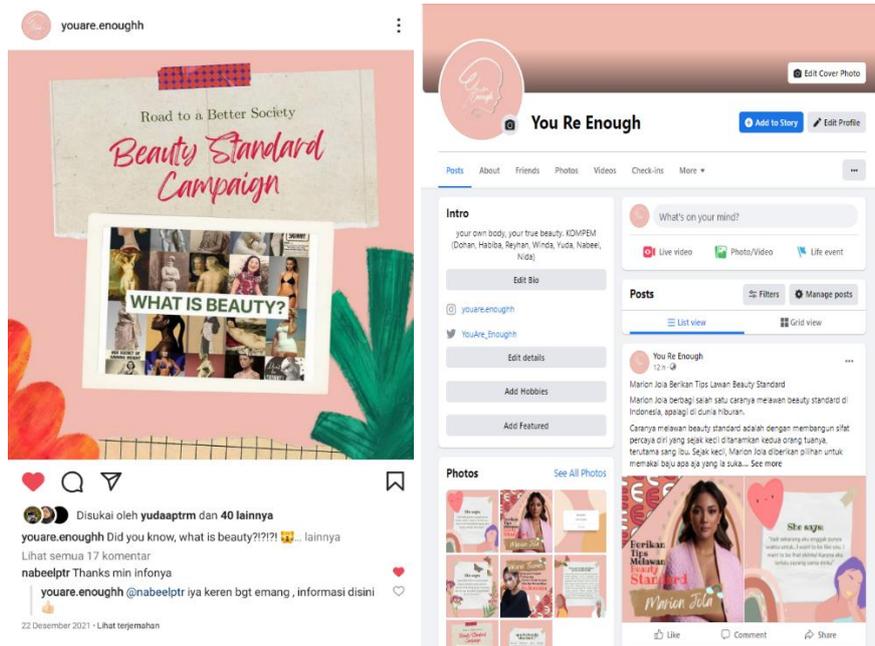
**Tanggapan publik di media sosial terhadap Program You're Enough**



Salah satunya adalah postingan di atas, pada poostingan tersebut kami membahas mengenai Valerie Thoomas yang membuat sebuah *project*, untuk mengubah persepsi masyarakat mengenai standar kecantikan di Indonesia. Pada postingan ini kami mendapatkan cukup banyak komentar dan like dari orang-orang di Instagram.



Berikut adalah reaksi orang-orang yang ada di postingan tersebut, reaksinya semua positif dan mengapresiasi program ini. Postingan-postingan lainnya juga mendapatkan reaksi serupa, namun yang paling ramai adalah postingan ini dan postingan yang kami post di awal program ini dikeluarkan.



Gambar diatas adalah salah satu postingan yang juga ramai mendapatkan tanggapan ataupun komen dari orang-orang. Sayangnya hal yang sama tidak terjadi pada akun Facebook maupun Twitter kami, tanggapan yang diberikan public tidak seramai pada akun Instagram kami.

**Pesan dan tujuan kampanye You're Enough**

Tujuan dari program "You're Enough" ini yaitu adalah untuk mengedukasi bahwa nilai kecantikan tidak memandang apapun dan siapa pun. Program yang ini juga mengharapkan agar perempuan Indonesia lebih percaya diri dan bisa mencintai diri sendiri dengan kekurangannya masing-masing. Singkatnya adalah tujuan utama dari program ini adalah untuk mengubah pola pikir masyarakat mengenai *beauty standard* dan membuat perempuan-perempuan di Indonesia menjadi lebih percaya diri sehingga kehidupan mereka akan lebih sejahtera.

Kampanye pada dasarnya adalah kegiatan menyampaikan pesan kepada audiens yang heterogen dengan jumlah yang sangat banyak. Selalu ada perancang pesan yang sensitif dan kreatif dibalik kesuksesan setiap kampanye (Roger dan Synder dalam Fatimah, 2018). Perancang tersebut memiliki sensitivitas dan kepekaan untuk mengidentifikasi audiensnya dan memiliki kreativitas mendesain pesan sesuai ciri-ciri umum audiens yang menjadi sasaran utama.

Pada kampanye you're enough ini kami menggunakan gaya bahasa yang kasual yang tidak terlalu formal, namun tetap sopan dan mudah dipahami, lalu untuk model tulisan atau jenis hurufnya kami memilih jenis huruf yang menarik dan tidak membuat jenuh. Suasana yang ingin kami tonjolkan adalah suasana yang friendly dan ramah, sehingga public akan merasa nyaman melihatnya dan juga untuk tone warna yang di gunakan warna merah muda cukup mendominasi di sini, karena memang kampanye ini berlatar belakang keresahan wanita. Pesan yang disampaikan dalam kampanye *You're Enough* bersifat sangat sederhana. Dimana audiens akan dengan mudah memahami isi dari kampanye tersebut. Walaupun isi

pesan terkesan sederhana dan tanpa berbelit-belit, kami akan membawa audiens untuk fokus agar dapat memahami tiap-tiap pesan yang disampaikan. Setiap *issue* yang dibahas pun akan berkenaan dengan berita yang sedang *up to date* dan *relate*. Adanya kampanye ini bertujuan meningkatkan rasa percaya diri pada setiap wanita yang merasa dirinya berada di bawah standar kecantikan lingkungan sekitar. Untuk terus menyemangati para wanti, terlebih followers Instagram *You're Enough*, maka kami akan terus meng-*upload* konten yang baru maupun *re-upload* konten dengan waktu yang relatif sering agar audiens akan lebih mudah menerima, memahami, mendengarkan, serta mempraktikkan apa yang disampaikan.

## Conclusion

Saat ini perkembangan teknologi sangatlah cepat, Gaya hidup manusia juga berubah karena semakin terpengaruhi dengan adanya perkembangan teknologi. Salah satu hal dari perkembangan teknologi yang sangat mempengaruhi gaya hidup para anak remaja adalah munculnya sosial media. Adanya sosial media seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan sejenisnya menciptakan sebuah gambaran kehidupan yang sempurna. Orang-orang berlomba-lomba untuk mendapatkan *followers* ataupun *likes* di akun sosial medianya. Bagi mereka yang memiliki fisik menarik atau yang dikenal dengan *goodlooking* tentu akan sangat mudah untuk mendapatkan *followers* dan *likes*. Hal tersebut menyebabkan terciptanya istilah "*beauty standard*". Persepsi dari sebagian besar orang terhadap "cantik" kebanyakan hanya terbatas pada tampang fisiknya saja seperti warna kulit yang putih dan bersih. Agar ingin terlihat cantik, Mereka rela mengeluarkan uang mereka serta tenaga demi mendapatkan penampilan yang di harapkan. Namun ada sebagian kalangan yang mengalami tekanan mental, membenci diri sendiri, hingga turunnya tingkat kepercayaan diri.

Adanya program ini bertujuan untuk mengedukasi bahwa nilai kecantikan tidak memandang apapun dan siapapun. masih banyak perempuan di Indonesia yang kurang percaya diri karena tidak memiliki standar kecantikan. Dengan adanya program ini, diharapkan dapat meluruskan pandangan keliru terhadap standar kecantikan. Karena pada dasarnya setiap perempuan memiliki potensi kecantikannya masing-masing dan kita harus bersyukur kepada tuhan dengan apa yang kita miliki. Target dari program ini ialah anak-anak muda oleh karena itu kami menggunakan sosial media instagram untuk mempromosikan program yang kami jalankan.

## Acknowledgments

Terlaksananya program kampanye *You're Enough* ini tidak terlepas dari dukungan beberapa pihak terkait, untuk itu dengan segala hormat kami mengucapkan terima kasih kepada Dr. Aminah Swarnawati, M. Si selaku dosen mata kuliah Komunikasi Pembangunan yang telah memberikan tugas kepada kami sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan kami dalam pengabdian masyarakat. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membagi sebagian pengetahuannya sehingga kami dapat menyelesaikan artikel pengabdian masyarakat ini.

## References

- Emita, S. (2019). Peran Guru Fisika di Era Revolusi Modern 4.0. *Jurnal for Physics Education and Applied Physics*, 48-53.
- Fatimah, S. (2018). Kampanye sebagai Komunikasi Politik: Esensi dan Strategi dalam Pemilu. *Resolusi*, 5-16.
- Gregory. (2014). *Public Relation Dalam Praktik*. Jakarta: PT Glora Aksara Pratama.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rektama Media.
- Polivy, J., & Herman, C. P. (2004). Sociocultural Idealization of Thin Female Body Shapes: An Introduction to the Special Issue on Body Image and Eating Disorders. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 1-6.
- Worotitjan, H. G. (2014). Konstruksi Kecantikan dalam Iklan Kosmetik Wardah. *Jurnal E-Komunikasi*, 2-10.