



Pola Komunikasi Remaja Wanita Terhadap Fenomena *Beauty Privilege* (Studi Kasus Kalangan Remaja Wanita Di Kecamatan Bekasi Utara)

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Tifani Prishila Universitas Esa Unggul tifani.prishila@student.esaunggul.ac.id +6281514492601 Ikbal Rachmat Universitas Esa Unggul ikbal.rachmat@esaunggul.ac.id +628561044021 Euis Heryati Universitas Esa Unggul euis.heryati@esaunggul.ac.id +6285777705543 Yumelda Sari Universitas Esa Unggul yumelda.sari@esaunggul.ac.id +6287786050651	ISSN: 2808-1307 Vol. 6, No. 2, Agustus 2026 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi

Prishila, T., Rachmat, I., Heryati, E., & Sari, Y. (2026) Pola Komunikasi Remaja Wanita Terhadap Fenomena *Beauty Privilege* (Studi Kasus Kalangan Remaja Wanita Di Kecamatan Bekasi Utara), *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6(2), 2287-2299.

Abstrak

Fenomena *beauty privilege* atau keistimewaan yang diperoleh individu karena dianggap memiliki penampilan fisik menarik semakin menonjol dalam kehidupan sosial remaja, khususnya di wilayah urban. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola komunikasi remaja wanita terhadap fenomena *beauty privilege* di Kecamatan Bekasi Utara, memahami faktor-faktor yang memengaruhinya, serta menganalisis dampaknya terhadap interaksi sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap key informan dan informan remaja wanita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beauty privilege* memengaruhi pola komunikasi interpersonal baik secara verbal, nonverbal, maupun digital. Remaja wanita yang dianggap memenuhi standar kecantikan cenderung lebih percaya diri, memiliki daya persuasif lebih tinggi, serta lebih mudah diterima dalam kelompok sosial. Sebaliknya, remaja yang tidak sesuai dengan standar kecantikan menghadapi hambatan komunikasi berupa keterbatasan penerimaan dan relasi sosial. Faktor utama yang memengaruhi pola komunikasi meliputi konstruksi sosial budaya, pengaruh media digital, serta lingkungan pertemanan. Penelitian ini menegaskan bahwa *beauty privilege* bukan hanya fenomena estetika, tetapi juga berimplikasi pada dinamika komunikasi dan pembentukan identitas sosial remaja wanita. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis pada kajian komunikasi interpersonal dan konstruksi realitas sosial, sekaligus implikasi praktis bagi pemahaman dinamika sosial remaja di era modern.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Remaja Wanita, *beauty privilege*, komunikasi interpersonal, Bekasi

Abstract

The phenomenon of beauty privilege, or the advantages individuals gain from being considered physically attractive, is increasingly prominent in the social lives of adolescents, particularly in urban areas. This study aims to describe the communication patterns of adolescent girls regarding the phenomenon of beauty privilege in North Bekasi District, understand the factors that influence it, and analyze its impact on social interactions. The research employs a qualitative method with a case study approach, using in-depth interviews and observations of key informants and adolescent female participants. The findings indicate that beauty privilege affects interpersonal communication patterns verbally, nonverbally, and digitally. Adolescent girls perceived to meet beauty standards tend to be more confident, possess greater persuasive power, and are more easily accepted within social groups. Conversely, adolescents who do not meet beauty standards face communication barriers in the form of limited acceptance and social relationships. The main factors influencing communication patterns include socio-cultural constructions, the impact of digital media, and the peer environment. This study confirms that beauty privilege is not merely an aesthetic phenomenon but also affects communication dynamics and the formation of social identity among female adolescents. These findings provide theoretical contributions to the study of interpersonal communication and the construction of social reality, as well as practical implications for understanding adolescent social dynamics in the modern era.

Keywords: Communication Patterns, Teenage Girls, Beauty Privilege, Interpersonal Communication, North Bekasi

A. Pendahuluan

Komunikasi adalah komponen penting dalam kehidupan manusia yang membentuk interaksi sosial dan proses bertukarnya suatu pesan. Komunikasi memungkinkan orang untuk saling bertukar informasi, membangun relasi, dan menciptakan pemahaman dan arti tentang lingkungan sekitar mereka. Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Berkomunikasi dengan orang lain adalah kebutuhan pokok bagi manusia karena tidak ada manusia yang bisa hidup sendirian tanpa berinteraksi dengan orang lain. Ini sesuai dengan pendapat Jalalludin Rakhmat yang menyatakan bahwa baik manusia purba maupun manusia modern tetap mempertahankan kesepakatan tentang berbagai aturan sosial melalui proses berkomunikasi. Karena menurutnya, kemampuan berbicara dan berkomunikasi dengan orang lain membuat manusia memiliki peluang lebih besar untuk hidup. (Azeharie & Khotimah, 2015).

Komunikasi antar manusia sangat mungkin digunakan sebagai alat untuk melakukan fungsi instrumental, yaitu memengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita bisa memanfaatkan indra kita untuk meningkatkan daya pesan yang kita sampaikan kepada orang yang menerima pesan tersebut. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi (Najoan, 2015).

Fenomena berasal dari Bahasa Yunani yaitu (*Phainomenon*) yang artinya “apa yang terlihat” sedangkan dalam bahasa Indonesia dapat diartikan sebagai gejala alam atau kejadian-kejadian yang dapat dirasakan dan dapat dilihat dengan panca indera. Dapat diketahui bahwa fenomena hadir didalam kehidupan manusia disetiap kesadaran manusia itu sendiri, fenomena merupakan sesuatu yang dapat dilihat, diamati, dimaknai sebagai bagian dari kehidupan manusia dan pada setiap manusia memiliki perspektif yang berbeda dalam memaknai sebuah fenomena yang terjadi pada kehidupan sosial manusia (Ristiani et al., 2022).

Fenomena *beauty privilege* atau keistimewaan yang diperoleh individu karena dianggap memiliki penampilan fisik menarik, menjadi salah satu isu sosial yang semakin banyak diperbincangkan dalam masyarakat modern. Istilah ini merujuk pada kecenderungan seseorang dengan standar kecantikan tertentu untuk mendapatkan perlakuan lebih baik, akses yang lebih mudah, serta peluang sosial yang lebih besar dibandingkan mereka yang dianggap kurang memenuhi standar tersebut. Dalam konteks budaya populer dan kehidupan sehari-hari, *beauty privilege* sering kali tampak dalam bentuk penerimaan sosial, kesempatan kerja, hingga interaksi interpersonal yang lebih positif.

Remaja wanita merupakan kelompok yang paling rentan terhadap konstruksi sosial mengenai kecantikan. Masa remaja adalah fase pencarian identitas, di mana individu berusaha

menyesuaikan diri dengan norma dan ekspektasi sosial. Media sosial, iklan, dan budaya populer memperkuat standar kecantikan tertentu yang kemudian memengaruhi cara remaja berkomunikasi, baik dengan sesama maupun dengan lingkungan sekitarnya. Pola komunikasi yang terbentuk tidak hanya mencerminkan interaksi sehari-hari, tetapi juga memperlihatkan bagaimana remaja wanita memaknai dan merespons fenomena *beauty privilege*.

Remaja merupakan proses bagaimana individu mencoba beragam perilaku yang mereka anggap modern. Dalam siklus kehidupan, masa remaja merupakan fase dimana mereka mengalami tumbuh kembang untuk menentukan masa depan mereka. Dengan demikian, masa remaja merupakan fase yang terbilang krusial dalam perkembangan kognisi, fisik maupun mental (Echa Savitri & Ramadhana, 2020).

Konsep kecantikan sering kali terkait dengan wanita, terutama bagian tubuh mereka. Maka banyak perempuan berusaha mengurus tubuhnya dari luar saja dan tidak memperhatikan kualitas dalam diri seperti kecerdasan, kepribadian yang unik, dan lain sebagainya. Dalam hal merawat tubuh, banyak wanita berusaha menjadi yang paling cantik. Saat ini, kebutuhan akan kecantikan juga semakin meningkat karena pengaruh perkembangan teknologi (Garcia & Winduwati, 2023).

Fenomena *beauty privilege* juga meningkat di era media sosial. Menurut survei ZAP *Beauty Index* yang dilakukan pada tahun 2024, 96,2% perempuan Indonesia mengakui bahwa kelebihan kecantikan sangat memengaruhi kehidupan mereka (Arief, 2024). Dalam kehidupan sehari-hari, *beauty privilege* berdampak pada penerimaan sosial seseorang dan cara mereka berkomunikasi. Seseorang yang tampak menarik biasanya lebih percaya diri saat berbicara, tampil di depan umum, atau berinteraksi dengan orang lain. Sebaliknya, orang yang dianggap tidak menarik cenderung lebih berhati-hati, bahkan menutup diri. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi sangat penting untuk mempertahankan, menolak, atau mereplikasi konsep *beauty privilege* di masyarakat.

Hak istimewa kecantikan, yang didefinisikan sebagai "kelebihan atau kemudahan dalam bidang tertentu karena penampilan seseorang yang menarik dan memikat" bukanlah hal baru di dunia modern. Banyak wanita yang rela berlomba-lomba untuk meningkatkan kecantikannya dengan menjalani perawatan bahkan operasi plastik untuk mendapatkan penampilan yang diinginkan. Karena daya tarik fisik bersifat subjektif, apa yang tampak menarik pada wajah seseorang mungkin tidak menarik bagi orang lain. Oleh karena itu, pada umumnya terdapat standar kecantikan yang merupakan seperangkat kriteria dan ukuran yang digunakan untuk mengukur daya tarik seseorang. Berbagai macam atribut fisik, seperti tekstur rambut, warna kulit, dan berat badan, tersirat dalam standar kecantikan ini. Di banyak masyarakat, orang lebih toleran dan akomodatif terhadap mereka yang dianggap menarik secara fisik daripada mereka yang dianggap tidak menarik (Mukarramah et al., 2024).

Fenomena di kalangan masyarakat dewasa ini, orang yang termasuk *good looking* atau cantik sesuai *beauty standard* merupakan hal yang sangat diperhatikan dan dianggap membawa keistimewaan tersendiri serta sebagai lambang kesuksesan. Hal ini memang berdampak positif maupun negatif bagi kehidupan, karena itu mayoritas perempuan berupaya menjadi *good looking* untuk bisa mendapatkan *beauty privilege*. *Beauty Privilege* adalah suatu istilah yang digunakan untuk menggambarkan beruntungnya hidup seseorang yang kesannya lebih lancar dan sukses dibanding orang kebanyakan karena terlahir dengan fisik atau rupa yang menawan (Amalaa & Nawawi, 2022).

Dalam kaitannya pada kegiatan Komunikasi itu sendiri juga terdapat struktur yang diketahui yaitu sebagai Pola Komunikasi. Pola komunikasi adalah cara atau bentuk hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses memberi dan menerima pesan dengan cara yang tepat agar pesan tersebut dapat dipahami. Cara berkomunikasi yang digunakan bisa memengaruhi seberapa baik proses komunikasi berjalan (Febrina et al., 2017).

Pola komunikasi menurut Soejanto adalah gambaran yang sederhana tentang proses komunikasi yang menunjukkan hubungan antara satu bagian komunikasi dengan bagian lainnya. Dalam pola komunikasi seperti ini, proses komunikasi terus berjalan karena adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan (Azeharie & Khotimah, 2015). Respons remaja terhadap *Beauty Privilege* tidak selalu berupa kritik langsung, tetapi seringkali muncul dalam pola komunikasi unik yang berfungsi sebagai mekanisme pertahanan diri, ekspresi, atau negosiasi identitas. Penelitian ini menjadi sangat penting karena berusaha mendalami pola-pola respons aktif ini. Sehingga diketahui bahwa pola komunikasi yang muncul dapat sangat beragam menyesuaikan dengan kondisi tertentu.

Pola komunikasi adalah struktur interaksi yang berulang, teratur, dan dapat diprediksi yang terjadi dalam kegiatan komunikasi. Pola ini berfungsi sebagai cetak biru (*blueprint*) dari

suatu hubungan atau sistem, menentukan secara konsisten bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan direspons dari waktu ke waktu. Pengertian Pola Komunikasi menurut Soejanto pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Pola Komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Azeharie & Nurul, 2011).

Remaja wanita dipilih sebagai subjek penelitian karena kelompok usia ini sedang dalam masa pencarian identitas sosial, di mana penampilan dan komunikasi memainkan peran penting dalam pembentukan identitas sosial. Penelitian ini secara spesifik mengambil lokasi di Kecamatan Bekasi Utara Kota Bekasi. Lokasi ini dipilih karena merepresentasikan area pinggiran kota metropolitan yang memiliki *heterogenitas* sosial tinggi dan akses masif terhadap teknologi digital, namun memiliki konteks budaya lokal yang unik.

Di Kecamatan Bekasi Utara, sebagai wilayah urban dengan tingkat heterogenitas sosial yang tinggi, fenomena *beauty privilege* tampak nyata dalam kehidupan remaja wanita. Lingkungan perkotaan dengan akses luas terhadap media digital menjadikan remaja lebih terekspos pada standar kecantikan global. Hal ini berimplikasi pada pola komunikasi mereka, baik dalam lingkup pertemanan, organisasi sekolah, maupun komunitas sosial. Remaja wanita yang dianggap memenuhi standar kecantikan tertentu cenderung lebih mudah diterima, mendapatkan perhatian, serta memiliki pengaruh lebih besar dalam kelompok. Sebaliknya, mereka yang dianggap kurang sesuai dengan standar tersebut sering kali menghadapi hambatan komunikasi, seperti kurangnya penerimaan atau keterbatasan dalam membangun relasi sosial.

Fenomena ini menarik untuk diteliti karena komunikasi bukan hanya sekadar proses penyampaian pesan, melainkan juga sarana pembentukan identitas dan relasi sosial. Dengan memahami pola komunikasi remaja wanita terhadap fenomena *beauty privilege*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana konstruksi sosial tentang kecantikan memengaruhi interaksi remaja, serta implikasinya terhadap dinamika sosial di kalangan remaja wanita di Kecamatan Bekasi Utara.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kita tentang fenomena komunikasi yang dipengaruhi oleh persepsi sosial terhadap penampilan fisik dan juga memperkaya penelitian Ilmu komunikasi sosial di era modern. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam ranah komunikasi interpersonal. sekaligus memberikan pemahaman praktis mengenai dinamika sosial yang terbentuk oleh standar kecantikan di kalangan remaja perkotaan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui lebih dalam melalui penelitian "Pola Komunikasi Remaja Wanita Terhadap Fenomena *Beauty Privilege* (Studi Kasus Kalangan Remaja Wanita Di Kecamatan Bekasi Utara)"

B. Metodologi

Pada Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma Konstruktivisme-Interpretivisme. Paradigma ini menganggap bahwa kenyataan itu dibuat atau dibentuk oleh manusia itu sendiri. Kenyataan itu memiliki dua sifat, bisa dibentuk, dan merupakan satu kesatuan yang utuh. Fakta itu ada karena cara seseorang berpikir. Pengetahuan yang dibuat oleh manusia itu tidak selalu tetap, tapi terus berkembang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif yang dilakukan dengan pendekatan studi kasus. Paradigma penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian (Hikmah, 2020).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena fokus pada pemahaman mendalam mengenai pola komunikasi remaja wanita dan bagaimana mereka memaknai fenomena *beauty privilege* di Kecamatan Bekasi Utara. Pada metode studi kasus ini yang dimana peneliti mengumpulkan data secara mendalam dari sumber informasi. Menurut John W Creswell, studi kasus adalah penyelidikan tentang sebuah "sistem terbatas" atau "satu atau beberapa kasus" yang dianalisis selama periode tertentu dengan mengumpulkan informasi rinci dan terdiri dari berbagai sumber data yang "rinci" dalam konteks spesifik. Sistem terbatas ini dibatasi oleh waktu dan lokasi, sementara kasus dapat dinilai dari sebuah program, acara, kegiatan, atau seseorang (Assyakurrohim et al., 2022).

Pada penelitian ini menggunakan Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini dipilih karena sesuai dengan tujuan utama penelitian, yaitu

menggambarkan, memahami, dan menganalisis fenomena *beauty privilege* serta pola komunikasi remaja wanita secara mendalam berdasarkan pengalaman nyata mereka.

Jenis data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Sumber data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama dilapangan Data ini berasal dari sumber pertama, seperti individu yang terlibat dalam topik penelitian. Data primer bisa mencakup respon survei, wawancara dengan individu, catatan dari pengamatan peristiwa. Di antara metode untuk mengumpulkan data primer adalah mengamati peristiwa secara langsung dan berdiskusi dengan peserta studi. Biasanya, peristiwa yang dipilih yang selanjutnya disebut kasus adalah hal yang aktual (*real-life events*), yang sedang berlangsung, bukan sesuatu yang sudah lewat (Rahardjo, 2020).

Adapun Gambaran rincian terkait sumber data primer yang diperoleh melalui wawancara kepada para key informan dan informan. Berikut dibawah ini informasi terkait informan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Kriteria	Jumlah	Ket
1	Key Informan	1	Dokter Kecantikan pada sebuah Klinik Kecantikan yang ada di Bekasi Utara
2	Informan 1	1	Remaja Wanita 18 Tahun yang merupakan seorang siswi di Sebuah SMA, dan berdomisili Bekasi Utara
3	Informan 2	1	Remaja Wanita 21 Tahun yang sedang berkuliah, dan berdomisili Bekasi Utara
4	Informan 3	1	Remaja Wanita 25 Tahun yang saat ini sedang bekerja di sebuah rumah sakit x, dan berdomisili Bekasi Utara
Jumlah		4	

Adapun Sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Sumber data sekunder dapat diperoleh dari sumber internal maupun sumber eksternal (Desiana Sari, 2020).

Dalam penelitian ini Sumber sekunder dapat berupa dokumen dari publikasi internet terkait data yang memuat topik mengenai fenomena *beauty privilege*, hingga mengenai konten yang memuat pembahasan mengenai standar kecantikan di media sosial,

Wawancara dilakukan menggunakan pedoman wawancara secara semi-terstruktur, sehingga peneliti memiliki daftar pertanyaan yang pokok namun tetap fleksibel mengikuti alur percakapan. Observasi dilakukan dengan Tujuan mengamati secara langsung pola komunikasi yang terjadi di kehidupan sehari-hari informan, baik dalam bentuk komentar, interaksi, maupun simbol-simbol yang digunakan. Kemudian Dokumentasi pada penelitian ini bertujuan untuk melengkapi data primer dengan bukti tertulis atau visual. Kegiatan dokumentasi ini dapat berupa Mengumpulkan dokumen pendukung seperti dokumentasi kegiatan wawancara, artikel berita, serta literatur akademik terkait.

Keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu menggabungkan metode, data, sumber dan teori untuk memastikan validitas temuan. Secara mendasar, evaluasi keaslian data dalam penelitian hanya berfokus pada memvalidasi dan memastikan keandalan (Sutriani & Octaviani, 2019).

C. Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum & Subjek Penelitian

Kecamatan Bekasi Utara merupakan salah satu wilayah administratif di Kota Bekasi, Jawa Barat, yang memiliki karakteristik sebagai kawasan urban dengan tingkat kepadatan penduduk yang cukup tinggi. Letaknya strategis karena berada di bagian utara kota dan berbatasan dengan beberapa kecamatan lain, sehingga menjadi salah satu pusat aktivitas masyarakat perkotaan. Kondisi geografis ini menjadikan Bekasi Utara sebagai kawasan yang dinamis, dengan mobilitas penduduk yang tinggi dan akses yang relatif mudah terhadap fasilitas pendidikan, kesehatan, maupun hiburan.

Dari sisi demografi, masyarakat Bekasi Utara terdiri dari beragam latar belakang sosial ekonomi, mulai dari kelas menengah ke bawah hingga menengah ke atas. Heterogenitas ini menciptakan interaksi sosial yang kompleks, terutama di kalangan remaja yang tumbuh dalam lingkungan perkotaan dengan paparan teknologi digital yang kuat. Kehidupan remaja di wilayah ini banyak dipengaruhi oleh budaya populer, tren media sosial, serta gaya hidup modern yang menekankan pada penampilan fisik.

Subjek penelitian ini adalah remaja wanita berusia 18–25 tahun yang berdomisili di Kecamatan Bekasi Utara. Rentang usia tersebut dipilih karena dianggap sebagai fase transisi penting dari masa remaja menuju dewasa muda, di mana identitas diri, pola komunikasi, serta cara mereka memaknai penampilan fisik sedang berkembang secara intens. Pada usia ini, remaja wanita cenderung aktif dalam berbagai bentuk interaksi sosial, baik di lingkungan sekolah, kampus, tempat kerja, maupun melalui media sosial. Hal tersebut menjadikan mereka kelompok yang paling rentan sekaligus paling terlibat dalam konstruksi sosial mengenai kecantikan dan hak istimewa yang melekat padanya.

Karakteristik remaja wanita di Bekasi Utara menunjukkan adanya pengaruh kuat dari budaya perkotaan dan tren digital di media sosial. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sarat dengan paparan media, iklan produk kecantikan, serta standar penampilan yang terus diperkuat oleh interaksi di dunia maya. Sebagian besar dari mereka memiliki akses terhadap fasilitas perawatan kecantikan, mulai dari salon hingga klinik kecantikan, sehingga penampilan fisik menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Komunikasi Verbal dan Non-verbal

Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang terjadi dengan diri sendiri. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang berlangsung oleh satu orang atau terjadi dalam diri individu, seperti ketika berimajinasi, seolah-olah berkomunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi ini membantu mengembangkan kreativitas, imajinasi, pemahaman dan pengendalian diri, serta meningkatkan kedewasaan dalam berpikir sebelum mengambil keputusan. Selanjutnya, komunikasi ini juga akan membantu dalam menjaga seseorang atau individu sadar akan peristiwa yang terjadi di sekitar mereka (Winda Kustiawan et al., 2022). Dalam Komunikasi itu sendiri terdapat komunikasi verbal dan non-verbal.

Remaja wanita yang dianggap memenuhi standar kecantikan sering kali menerima pujian, candaan positif, atau komentar yang memperkuat citra diri mereka. Sebaliknya, remaja yang tidak sesuai dengan standar tersebut kerap menghadapi komentar bernada meremehkan atau bahkan sindiran, yang secara tidak langsung memengaruhi rasa percaya diri dan cara mereka merespons dalam percakapan. Selain komunikasi verbal, aspek nonverbal juga memainkan peran besar dalam membentuk pengalaman remaja wanita terkait *beauty privilege*. Bahasa tubuh, ekspresi wajah, tatapan mata, dan sikap fisik menjadi indikator penerimaan atau penolakan dalam interaksi sosial. Remaja yang dianggap cantik lebih sering mendapatkan senyuman, perhatian visual, atau sikap ramah dari orang lain. Sementara itu, mereka yang dianggap kurang menarik cenderung menghadapi sikap cuek, tatapan singkat, atau bahkan pengabaian dalam pertemuan sosial. Pola komunikasi nonverbal ini memperlihatkan bahwa penampilan fisik tidak hanya memengaruhi isi percakapan, tetapi juga menentukan kualitas hubungan interpersonal yang terbentuk.

Dengan demikian, komunikasi verbal dan nonverbal remaja wanita di Bekasi Utara menunjukkan adanya keterkaitan erat antara konstruksi sosial tentang kecantikan dan dinamika interaksi mereka. Fenomena *beauty privilege* tidak hanya hadir dalam kata-kata, tetapi juga tercermin dalam gestur dan ekspresi yang membentuk pengalaman komunikasi sehari-hari. Hal ini menegaskan bahwa kecantikan, sebagai hasil konstruksi sosial, berperan besar dalam menentukan bagaimana remaja wanita diperlakukan dan bagaimana mereka menyesuaikan diri dalam pola komunikasi interpersonal.

Jika dikaitkan dengan Teori Pola Komunikasi Interpersonal Joseph A. Devito, komunikasi verbal tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti status sosial dan persepsi fisik. Dalam kasus ini, *beauty privilege* berfungsi sebagai “modal simbolik” yang membuat pesan dari remaja cantik lebih diterima dan dihargai. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi interpersonal sangat bergantung pada bagaimana individu dipersepsikan secara visual. Dalam teori Devito, komunikasi nonverbal (tatapan, ekspresi wajah, gesture) menentukan makna interaksi. *Beauty privilege* membuat remaja cantik menerima sinyal nonverbal positif, sementara yang lain menerima sinyal negatif.

Berger & Luckmann menekankan bahwa simbol nonverbal memperkuat konstruksi sosial tentang kecantikan. Pola komunikasi verbal dan nonverbal remaja wanita terhadap fenomena

beauty privilege menunjukkan bahwa pesan dari individu yang dianggap cantik lebih mudah diterima, dihargai, dan dipercaya. Hal ini sejalan dengan teori Devito tentang komunikasi interpersonal yang dipengaruhi persepsi sosial, serta teori Berger & Luckmann yang menegaskan bahwa standar kecantikan adalah konstruksi sosial yang membentuk realitas interaksi sehari-hari.

Penyesuaian Perilaku terhadap Perlakuan yang Berbeda

Dalam interaksi sosial sehari-hari, remaja wanita di Bekasi Utara menunjukkan adanya penyesuaian perilaku yang cukup signifikan ketika menghadapi perlakuan berbeda terkait penampilan fisik. Fenomena *beauty privilege* membuat sebagian informan merasa perlu menyesuaikan cara mereka bersikap, baik secara verbal maupun nonverbal, agar tetap diterima dalam kelompok sebaya. Ketika mereka mendapatkan perlakuan positif karena dianggap memenuhi standar kecantikan, respon yang muncul biasanya berupa peningkatan rasa percaya diri, sikap lebih terbuka, serta keberanian untuk lebih aktif dalam percakapan. Mereka cenderung menunjukkan ekspresi wajah yang lebih ceria, bahasa tubuh yang lebih rileks, dan gaya komunikasi yang lebih ramah.

Sebaliknya, ketika perlakuan yang diterima cenderung negatif atau kurang ramah karena penampilan dianggap tidak sesuai standar, informan mengaku sering menyesuaikan perilaku dengan menjadi lebih pendiam, menjaga jarak, atau bahkan mengurangi intensitas komunikasi. Ada kecenderungan untuk menahan diri dalam berinteraksi, mengurangi kontak mata, dan memilih sikap yang lebih defensif. Penyesuaian ini dilakukan sebagai bentuk mekanisme perlindungan diri dari rasa minder atau ketidaknyamanan akibat perlakuan yang berbeda. Dengan demikian, respon terhadap perlakuan yang berbeda tidak hanya memengaruhi dinamika komunikasi, tetapi juga membentuk pola adaptasi sosial yang memperlihatkan bagaimana standar kecantikan berperan dalam menentukan cara remaja wanita menempatkan diri di lingkungan sosial mereka.

Berdasarkan yang disampaikan key informan dalam hasil pengamatan dan pengalamannya dalam bidangnya terkait dengan masalah standar kecantikan saat ini. Menurut key informan remaja menyesuaikan cara berbicara atau berinteraksi Ketika membicarakan tren kecantikan dengan key informan. Mereka dapat menyesuaikan komunikasi mereka saat membahas tentang tren kecantikan yang sedang viral di media sosial salah satunya tiktok dan Instagram bahkan sambil menunjukkan konten dari tren yang dimaksud.

Kemudian melanjutkan dari segi perspektif dan pengalaman masing-masing dari informan pada penelitian ini yaitu informan 1 yang menyampaikan bahwa Sebagian besar obrolan yang mereka bicarakan saat sedang berkumpul dengan teman sebayanya membicarakan tren-tren yang biasanya di gemari di kalangan para influencer remaja wanita. Dengan pernyataan dukungan dari informan 2 yang menyampaikan bahwa mereka juga hampir membicarakan hal yang saat di grub pertemanan mereka melalui aplikasi media seperti grub whatsapp. Kemudian di sisi informan 3 juga mengalami hal serupa di kalangan teman sebayanya saat di waktu senggang di Tengah pekerjaan obrolan mengenai tren kecantikan tidak pernah luput untuk di bahas.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa *beauty privilege* tidak hanya memengaruhi cara remaja wanita diperlakukan, tetapi juga membentuk respon dan perilaku mereka dalam berkomunikasi. Penyesuaian yang dilakukan, baik dalam bentuk keterbukaan maupun penarikan diri, menjadi cerminan dari bagaimana standar kecantikan yang dikonstruksi secara sosial berpengaruh terhadap dinamika komunikasi interpersonal. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pola komunikasi remaja wanita di Bekasi Utara tidak bisa dilepaskan dari konteks perlakuan berbeda yang mereka alami, dan respon yang muncul merupakan bagian dari adaptasi terhadap realitas sosial yang menempatkan kecantikan sebagai faktor penting dalam penerimaan sosial.

Faktor yang Mempengaruhi Pola Komunikasi Remaja

Dari pengumpulan data yang diperoleh peneliti selama melakukan observasi dan juga wawancara kepada key informan dan informan pada penelitian ini sehingga terkait fenomena *beauty privilege* di Bekasi Utara tampak jelas dalam kehidupan sosial remaja wanita, terutama mereka yang berada pada rentang usia 18–25 tahun. Dalam keseharian, standar kecantikan yang berkembang di wilayah ini banyak dipengaruhi oleh budaya populer, media sosial, serta tren gaya hidup perkotaan. Remaja wanita yang dianggap memenuhi kriteria “cantik” misalnya memiliki kulit cerah, tubuh proporsional, dan penampilan yang sesuai dengan tren fashion sering kali memperoleh perlakuan istimewa dari lingkungan sekitarnya. Mereka lebih mudah

diterima dalam kelompok pertemanan, mendapatkan perhatian positif, bahkan dianggap lebih percaya diri dalam berkomunikasi.

Sosial Berger & Luckmann, fenomena *beauty privilege* di Bekasi Utara dapat dipahami sebagai hasil konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi sehari-hari. Standar kecantikan diproduksi, direproduksi, dan diwariskan melalui percakapan, media, serta praktik sosial. Realitas tentang “cantik” menjadi sesuatu yang dianggap objektif, padahal sejatinya merupakan hasil kesepakatan sosial yang terus dipelihara. Temuan penelitian ini memperkuat teori tersebut dengan menunjukkan bagaimana remaja wanita menerima, menyesuaikan, dan sekaligus mengkritisi standar kecantikan yang berlaku.

Komariah, S. and Abdullah (2023) menyebutkan bahwa pandangan orang lain cukup dipengaruhi oleh *beauty privilege*, dalam segi karir wanita yang cantik dan berpenampilan menarik bisa menjadi aset untuk mendapatkan pekerjaan dan menunjang karir yang membantu statusnya di dunia kerja. Hal ini terlihat dari adanya pamflet atau selebaran yang membuka lapangan pekerjaan terdapat syarat “good looking” dan “berpenampilan menarik”. Secara tidak langsung dapat ditunjukkan bahwa pada saat ini penampilan fisik yang menarik dianggap lebih penting daripada kecerdasan dan pendidikan, selain itu juga berpenampilan menarik berperan penting untuk mencapai status sosial yang lebih tinggi seperti bidang usaha, sosial, professional, pergaulan, serta kehidupan keluarga (Solehati et al., 2024).

Kesadaran remaja wanita di Bekasi Utara terhadap fenomena *beauty privilege* muncul dari pengalaman sehari-hari mereka dalam berinteraksi dengan lingkungan sosial maupun media digital. Sebagian besar remaja mulai memahami bahwa kecantikan bukan sekadar atribut fisik, melainkan sebuah konstruksi sosial yang dibentuk oleh berbagai faktor eksternal. Mereka menyadari bahwa penampilan sering kali menjadi penentu penerimaan sosial, sehingga standar kecantikan yang berlaku di masyarakat memiliki pengaruh besar terhadap rasa percaya diri dan cara mereka berkomunikasi. Kesadaran ini tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan melalui proses panjang yang melibatkan pengalaman pribadi, interaksi dengan teman sebaya, serta paparan budaya populer.

Faktor-faktor yang memengaruhi pola komunikasi remaja wanita terhadap *beauty privilege* antara lain media sosial, budaya populer, lingkungan keluarga, pendidikan, hingga dunia kerja. Media sosial dan influencer memperkuat citra kecantikan ideal, sementara keluarga dan lingkungan pendidikan sering kali menegaskan standar tersebut melalui komentar kecil terhadap penampilan fisik. Selain itu faktor besar yang sangat berpengaruh dan dapat dilihat dan di maknai secara mudah oleh banyak orang yaitu, adanya perbedaan respon dan kolom komentar pada remaja Wanita yang dianggap menarik secara penampilan fisik, maupun yang tidak memenuhi standar tersebut.



Gambar 1. Perbandingan Kolom Komentar Remaja Wanita di Tiktok

Sehingga berdasarkan perbedaan respon yang diterima remaja berdasarkan bagaimana penampilan menimbulkan kesadaran Remaja Wanita di Bekasi Utara terkait adanya standar yang perlu mereka penuhi dalam bentuk kelangsungan penerimaan sosial mereka di lingkungannya, yaitu bagaimana Sebagian dari mereka merasa bahwa perlu adanya kualitas dari segi penampilan yang dapat dikatakan memenuhi kata “cantik” itu sendiri. Menurut key informan, bahwa remaja Wanita saat ini sangat memahami bahwa dalam kelancaran dalam proses penerimaan sosial memang sangat erat dengan standar kecantikan tertentu.

Menurut Agusta dan Wahyuni 2023, Konstruksi sosial mengenai standar kecantikan tidak terbentuk secara alamiah, melainkan merupakan hasil dari proses sosial yang melibatkan media massa, budaya populer, serta nilai-nilai dominan yang berkembang dalam Masyarakat (Puspita sari & Aisah, 2026).

Sehingga dalam fenomena ini memberikan Gambaran melalui sejauh mana pemahaman dan pengalaman dari remaja wanita yang merasakan langsung dampak dari fenomena ini dalam lingkungan sehari-harinya. Sehingga kesadaran remaja wanita mulai terbangun akan menyadari bahwa dampak dan sumber terbentuknya standar kecantikan ini yang kian berkembang dalam beberapa lingkup sosial. Melalui itu kemudian memberikan bentuk respon remaja wanita dalam mengatasi dan penyesuaian perilaku di tengah-tengah fenomena ini yang mempengaruhi lingkup sosial remaja Wanita.

Melalui Pengalaman remaja dari lingkungannya yang menjadi sebuah pemahaman yang menjadi bagian dari kedasarannya di dalam fenomena ini yang Pemahaman dan pengalaman remaja wanita di Bekasi Utara terhadap fenomena *beauty privilege* memperlihatkan bagaimana standar kecantikan yang berlaku membentuk cara mereka melihat diri sendiri sekaligus memengaruhi interaksi sosial yang dijalani. Sebagian besar informan menyadari bahwa kecantikan bukan hanya sekadar atribut fisik, melainkan sebuah label sosial yang melekat pada perempuan dan sering kali menentukan penerimaan dalam lingkungan pertemanan, kampus, maupun tempat kerja. Mereka memahami bahwa penampilan yang sesuai dengan standar dominan seperti kulit putih, wajah mulus, tubuh proporsional, dan gaya berpakaian kekinian memberikan keuntungan sosial berupa pujian, popularitas, hingga kepercayaan lebih dari orang lain.



Gambar 2 Grafik visualisasi tren kecantikan yang paling sering diminta remaja perempuan di klinik Kecantikan

Berdasarkan Grafik diatas yang di peroleh melalui hasil wawancara dengan key informan yang diketahui sebagai dokter khusus kecantikan di klinik kecantikan. Mereka dominan menginginkan konsultasi agar penampilan wajahnya lebih memiliki kulit wajah yang sehat, glowing, cerah dan tanpa bekas jerawat.

Sehingga melihat dari pengalaman yang mereka ceritakan menunjukkan adanya perbedaan perlakuan yang nyata. Informan yang merasa memenuhi standar kecantikan mengaku lebih mudah diterima, sering dipuji, dan mendapatkan respon positif dalam komunikasi sehari-hari. Sebaliknya, informan yang tidak sesuai dengan standar tersebut kerap menghadapi komentar negatif, tatapan sinis, atau bahkan pengabaian dalam interaksi. Situasi ini menimbulkan rasa minder dan membuat sebagian remaja menyesuaikan perilaku dengan cara lebih berhati-hati, defensif, atau bahkan menarik diri dari percakapan.

Dampak *Beauty Privilege* terhadap Pola Komunikasi

Dampak fenomena *beauty privilege* terhadap interaksi sosial remaja wanita terlihat nyata. Mereka yang dianggap cantik lebih percaya diri, ekspresif, dan mudah diterima dalam kelompok. Sebaliknya, remaja yang tidak memenuhi standar kecantikan cenderung menarik diri, lebih berhati-hati dalam berkomunikasi, bahkan mengalami rasa minder. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal tidak netral, melainkan dipengaruhi oleh konstruksi sosial tentang kecantikan. Fenomena *beauty privilege* yang ditemukan dalam penelitian ini dapat dipahami secara mendalam melalui perspektif teori konstruksi realitas sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann.

Sztompka menjelaskan bahwa realita sosial terjadi karena adanya segala hal yang berhubungan dengan individu yang ada disekitar manusia, jaringan sosial, keterkaitan sosial, dan kesetiakawanan. Sehingga dapat dikatakan realita sosial menjadi jaringan sosial yang secara khusus dapat mengikat manusia menjadi satu kehidupan yang dialami bersama. Realita sosial terjadi karena adanya konstruksi sosial (Suci, 2022).

Seseorang akan melakukan interpretasi terhadap pengalaman melalui interaksi dengan orang lain melalui kesadarannya. Lebih lanjut, pengertian dari pengalaman yang terbentuk selama proses interaksi akan membentuk kenyataan yang ada pada diri individu. Dengan

demikian, penelitian ini akan mengungkap kesadaran seseorang dalam memahami fenomena yang dialami, sehingga akan diketahui bagaimana seseorang dapat mengonstruksikan fenomena yang dialami sesuai dengan apa yang ada di dalam benak dan pengalamannya (Fajarina, 2018).

Teori ini menegaskan bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang terbentuk secara alamiah, melainkan hasil dari proses sosial yang berlangsung terus-menerus melalui interaksi, komunikasi, dan kesepakatan bersama dalam masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, standar kecantikan yang berlaku di Bekasi Utara merupakan bentuk realitas yang dikonstruksi secara sosial, di mana penampilan fisik dianggap sebagai tolok ukur penerimaan, status, dan kepercayaan diri. Sehingga bagaimana konstruksi fenomena ini masuk kedalam teori Peter L. Berger dan Thomas Luckmann sebagaimana dalam bentuk proses sosial berikut yang berlangsung secara terus menerus.

Penerimaan Sosial Remaja Wanita

Dalam konsep fenomena ini, memperlihatkan bahwa berdasarkan persepsi dan pengalaman Remaja Wanita di Bekasi Utara yang menyatakan bahwa standar kecantikan ini sangat memberikan dampak yang sangat mempengaruhi bagaimana penerimaan sosial mereka di lingkup pertemanan naik di Sekolah, Kampus, Hingga bagaimana juga berpengaruh pada lingkungan profesional yakni lingkup kerja. Saat sedang mengikuti standar kecantikan ini melalui beberapa bentuknya seperti mengikuti tren kecantikan yang marak menjadi pusat inspirasi remaja wanita yang ingin merasa penampilan sudah mengikuti standar kecantikan dan tidak ketinggalan dengan tren kecantikan tersebut.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa remaja yang dianggap memenuhi standar kecantikan lebih sering mendapatkan pujian, perhatian, dan perlakuan ramah, sehingga mereka merasa lebih diterima dan dihargai. Sebaliknya, remaja yang tidak sesuai dengan standar tersebut kerap mengalami pengabaian, komentar negatif, atau bahkan tatapan sinis, yang membuat mereka merasa kurang diterima. Dengan demikian, penerimaan remaja wanita dalam penelitian ini dapat dipahami sebagai manifestasi dari konstruksi realitas sosial. Ia bukan sekadar hasil interaksi individual, melainkan bagian dari sistem sosial yang menempatkan kecantikan sebagai modal utama dalam memperoleh pengakuan.

Pengaruh terhadap Kepercayaan Diri

Standar kecantikan memberikan pengaruh terhadap bagaimana Tingkat kepercayaan diri remaja wanita di lingkungannya. Hal ini disebabkan karena proses yang telah disaksikan dan dirasakan remaja wanita dalam melihat bagaimana remaja yang di perlakukan dengan baik dan dianggap Istimewa dengan lebih diperhatikan oleh orang-orang karena dianggap secara penampilan sesuai dengan standar kecantikan. Sehingga saat mulai mengikuti tren kecantikan dan ikut lebih memperhatikan bagaimana penampilan yang sesuai dengan standar kecantikan ini diterapkan dalam individu remaja wanita yang sebelumnya merasakan perlakuan yang berbeda saat sedang dibandingkan dengan remaja yang dianggap memiliki "privilege" tersebut merasakan dampak nyata dari bagaimana penampilan ini memberikan kepercayaan diri dalam interaksi dengan lingkungan sosialnya.

Kepercayaan diri yang diperoleh dari orang lain memunculkan hak istimewa bagi yang memiliki paras cantik ditambah berpenampilan menarik. Keadaan hak istimewa bagi orang dengan pesona menarik pun diwajarkan timbul dalam lingkungan sekolah. Hal ini memunculkan adanya sebuah standar berpenampilan cantik yang muncul sebagai fakta sosial, hal tersebut membentuk paradigma bagi masyarakat agar mereka menerima hal tersebut sebagai sukarela (Zahra Siti Humayra et al., 2023).

Dalam kerangka teori konstruksi realitas sosial, aspek kepercayaan diri remaja wanita menjadi relevan karena menunjukkan bagaimana standar kecantikan yang dikonstruksi secara sosial memengaruhi cara mereka menilai diri sendiri dan berinteraksi dengan orang lain. Teori Berger & Luckmann menekankan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam konteks penelitian ini, kepercayaan diri remaja wanita merupakan hasil dari internalisasi standar kecantikan yang berlaku di masyarakat Bekasi Utara.

Ketika standar kecantikan yang dominan seperti kulit putih, wajah mulus, tubuh proporsional, dan gaya berpakaian sesuai tren dianggap sebagai "realitas objektif", remaja wanita yang memenuhi standar tersebut lebih mudah menginternalisasi rasa percaya diri. Mereka merasa lebih dihargai, lebih diterima, dan lebih berani mengekspresikan diri dalam komunikasi interpersonal. Sebaliknya, remaja yang tidak sesuai dengan standar tersebut sering kali menginternalisasi pengalaman negatif berupa pengabaian, komentar meremehkan, atau

perlakuan diskriminatif. Proses internalisasi ini menurunkan rasa percaya diri, membuat mereka lebih berhati-hati, bahkan menutup diri dalam interaksi sosial.

Dari fenomena ini membuat remaja wanita menyadari bahwa mereka juga memerlukan kebebasan dalam berpenampilan yang tidak harus memberatkan dan mengkhawatirkan standar kecantikan yang saat ini terasa tidak realistis. Mereka ingin menerima respon dan perlakuan yang secara merata dan lebih objektif tanpa adanya pengaruh penampilan baik itu “cantik” maupun tidak dalam standar kecantikan tersebut. Namun, mereka menyadari semua itu harus bermula dari masing-masing individu Masyarakat terlebih dahulu, yang dimana di harapkan lebih objektif dalam menilai dan tidak hanya berfokus dan menilai dari penampilan yang dibatasi dengan standar kecantikan.

Harapan dan Refleksi Remaja Wanita

Dalam kerangka teori konstruksi realitas sosial, harapan dan refleksi remaja wanita menjadi relevan karena menunjukkan adanya kesadaran kritis terhadap realitas yang mereka alami sekaligus usaha untuk membentuk realitas sosial yang baru. Teori Berger & Luckmann menekankan bahwa realitas sosial tidak bersifat statis, melainkan dapat diproduksi ulang melalui interaksi dan kesepakatan bersama. Dalam konteks penelitian ini, harapan dan refleksi remaja wanita terhadap fenomena *beauty privilege* memperlihatkan bagaimana mereka tidak hanya menerima konstruksi sosial tentang kecantikan, tetapi juga mulai mempertanyakan dan menginginkan perubahan atas konstruksi tersebut.

Dampak ini memperlihatkan bahwa pola komunikasi interpersonal tidak netral, melainkan dipengaruhi oleh konstruksi sosial tentang kecantikan. Menurut Devito, konsep diri yang terbentuk dari penerimaan sosial memengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal. Sedangkan Berger & Luckmann menegaskan bahwa pengalaman diskriminasi atau penerimaan membentuk realitas subjektif remaja tentang siapa yang layak didengar dan dihargai.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah menjawab rumusan masalah mengenai “Bagaimana Pola Komunikasi Remaja Wanita terhadap Fenomena *Beauty Privilege* di Kecamatan Bekasi Utara”. Pola komunikasi remaja wanita terhadap *beauty privilege* menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara mereka yang dianggap memenuhi standar kecantikan dengan yang tidak. Remaja yang sesuai dengan standar dominan cenderung menampilkan komunikasi yang lebih terbuka, percaya diri, dan ekspresif. Sebaliknya, remaja yang tidak sesuai dengan standar tersebut lebih defensif, berhati-hati, bahkan menarik diri dari interaksi. Hal ini sejalan dengan teori pola komunikasi interpersonal Devito, yang menegaskan bahwa komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh persepsi sosial dan konsep diri individu.

Faktor-faktor yang memengaruhi pola komunikasi berasal dari konstruksi sosial yang kuat, seperti media sosial, budaya populer, lingkungan sosial, lingkungan pendidikan, hingga dunia kerja. Standar kecantikan yang terus diproduksi dan direproduksi melalui interaksi sosial menjadi tolak ukur penerimaan. Temuan ini mendukung teori konstruksi realitas sosial Berger & Luckmann, di mana proses eksternalisasi (ekspresi pandangan tentang kecantikan), objektivasi (penerimaan sebagai realitas sosial), dan internalisasi (adopsi ke dalam konsep diri) membentuk realitas sosial yang memengaruhi komunikasi remaja wanita.

Dampak *beauty privilege* terhadap interaksi sosial terlihat nyata dalam penerimaan sosial dan kepercayaan diri. Remaja yang dianggap cantik lebih mudah diterima, dihargai, dan berani mengekspresikan diri, sementara yang tidak memenuhi standar kecantikan sering mengalami pengabaian, komentar negatif, dan penurunan rasa percaya diri. Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi interpersonal bukanlah proses netral, melainkan arena di mana konstruksi sosial tentang kecantikan beroperasi dan memengaruhi kualitas interaksi.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa fenomena *beauty privilege* merupakan hasil konstruksi sosial yang memiliki dampak nyata terhadap pola komunikasi interpersonal remaja wanita di Bekasi Utara. Dengan ini Kajian teori Berger & Luckmann dan Devito relevan dalam menjelaskan bagaimana standar kecantikan terbentuk, dipertahankan, dan diinternalisasi, serta bagaimana ia memengaruhi Pola komunikasi dan interaksi sosial remaja wanita.

Bagi remaja wanita, Diharapkan mampu mengembangkan kesadaran kritis terhadap standar kecantikan yang sempit dan menekan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa standar kecantikan yang dikonstruksi secara sosial sering kali memengaruhi rasa percaya diri dan pola

komunikasi. Oleh karena itu, remaja wanita perlu membangun konsep diri yang lebih sehat dengan menekankan pada kualitas personal seperti sikap, kemampuan, dan kepribadian. Hal ini sejalan dengan pandangan Devito bahwa komunikasi interpersonal akan lebih efektif apabila individu memiliki konsep diri yang positif dan tidak semata-mata bergantung pada penilaian fisik.

Bagi masyarakat dan media, diharapkan mampu menghadirkan representasi kecantikan yang lebih beragam dan inklusif. Hal ini sejalan dengan konsep eksternalisasi Berger & Luckmann, di mana media berperan besar dalam membentuk realitas sosial. Dengan menghadirkan citra kecantikan yang variatif, media dapat mengurangi tekanan sosial dan diskriminasi yang muncul akibat standar sempit, diharapkan mampu menghadirkan representasi kecantikan yang lebih beragam dan inklusif. Hal ini sejalan dengan konsep eksternalisasi Berger & Luckmann, di mana media berperan besar dalam membentuk realitas sosial.

E. Referensi

- Amalaa, A., & Nawawi, A. (2022). Syams: Jurnal Studi Keislaman BEAUTY PRIVILEGE IN THE FILM "IMPERFECT" BBEAUTY PRIVILEGE DALAM FILM "IMPERFECT." *Jurnal Studi Keislaman*, 3, 103–118. <http://e-journal.iain-palangkaraya.ac.id/index.php/syams>
- Assyakurrohim, D., Ikhrum, D., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2022). Metode Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 1–9. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1951>
- Azeharie, S., & Khotimah, N. (2015). Pola Komunikasi Antarpribadi antara Guru dan Siswa di Panti Sosial Taman Penitipan Anak " Melati " Bengkulu The Patterns of Interpersonal Communication between Teachers and Students in Children Daycare " Melati " in Bengkulu. 18(3), 213–224.
- Azeharie, S., & Nurul, K. (2011). Pola Komunikasi Antarpribadi antara Guru dan Siswa di Panti Sosial Taman Penitipan Anak "Melati" Bengkulu The Patterns of Interpersonal Communication between Teachers and. *Pekommas*, 18(3), 213–224.
- Desiana Sari, R. (2020). STRATEGI HARGA DITINJAU DARI PRINSIP EKONOMI ISLAM. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO.
- Echa Savitri, Y., & Ramadhana, M. (2020). POLA KOMUNIKASI DALAM PENERAPAN FUNGSI KELUARGAPADA ANAK PELAKU TINDAK ABORSI DI JAKARTA PUSAT. 3(2).
- Fajarina. (2018). Perilaku Komunikasi Perempuan Rawan Sosial Ekonomi di Kota Bandung. *Komunikologi*, 15.
- Febrina, G., Pantow, J. T., & Waleleng, G. J. (2017). POLA KOMUNIKASI PEMIMPIN ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA ANGGOTADILPM (LEMBAGA PERS MAHASISWA) INOVASI UNSRAT. VI(1).
- Garcia, G., & Winduwati, S. (2023). Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle. *Koneksi*, 7(1), 248–255. <https://doi.org/10.24912/kn.v7i1.21313>
- Hikmah, J. (2020). Paradigm. *Computer Graphics Forum*, 39(1), 672–673. <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>
- Mukarramah, R., Rachbini, A., Natha, J., & Atmaja, W. (2024). Analisis Isi Konten YouTube Gita Savitri yang berjudul " Beauty Privilege : Jadi Orang Cakep Lebih Enak | Beropini eps . 69 ." 160–168.
- Najoan, H. (2015). POLA KOMUNIKASI SUAMI ISTRI DALAM MENJAGA KEHARMONISAN KELUARGA DI DESA TONDEGESAN II KECAMATAN KAWANGKOAN KABUPATEN MINAHASA. IV(4).
- Puspita sari, N., & Aisah, A. (2026). SIKAP MAHASISWA TERHADAP FENOMENA BEAUTY PRIVILEGE DI LINGKUNGAN KAMPUS. *Urnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 17(01), 6–17.
- Rahardjo, M. (2020). STUDI KASUS DALAM PENELITIAN KUALITATIF: KONSEP DAN PROSEDURNYA.
- Ristiani, N., Raidar, U., & Wibisono, damar. (2022). Fenomena Thrifting Fashion di Masa Pandemi Covid-19:Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Sosiologi*, 1(2), 186–195.
- Solehati, Indriani., T., Jamlaay., & Ruth, D. (2024). Jurnal Keperawatan Jurnal Keperawatan. *Jurnal Keperawatan*, 17(1), 153–164. <https://journal2.stikeskendal.ac.id/index.php/keperawatan/article/view/489/507>

- Suci, L. R. . & S. H. (2022). KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL DALAM NOVEL ORANG-ORANG OETIMU KARYA FELIX K. NESI KONSTRUKSI REALITAS SOSIAL DALAM NOVEL ORANG-ORANG OETIMU Haris Supratno. *Bapala*, 9, 101–111.
- Sutriani, E., & Octaviani, R. (2019). Topik: Analisis Data Dan Pengecekan Keabsahan Data. *INA-Rxiv*, 1–22.
- Winda Kustiawan, Ulfa Fadillah, Fina Khairani Sinaga, Shafiki Hattaradzani, Egi Hermawan, Muhammad Daffa Juanda, Ahmad Suryad, & Rijal Ry Fahmi. (2022). Komunikasi Intrapersonal. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 1–7.
- Zahra Siti Humayra, Alfiyah Zahra Jauza, Husen Indarno Syaifullah, Mahesa Firdaus Gusman, Ramadhane Tepi Al Haq, Rama Wijaya, & Arief Rakhman. (2023). Beauty Privilege: Benarkah Sebagai Penentu Potensi Kepercayaan Diri Siswa? *Journal of Student Research*, 1(4), 10–22. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i4.1318>