

SKRIPSI

HIPERREALITAS CANTIK BAGI MAHASISWI PENGGUNA *SKINCARE* DI UNIVERSITAS SRIWIJAYA



PUTRI NOVIRIANTI RAMADHANI

07021282025118

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2023

SKRIPSI

HIPERREALITAS CANTIK BAGI MAHASISWI PENGGUNA *SKINCARE* DI UNIVERSITAS SRIWIJAYA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya



PUTRI NOVIRIANTI RAMADHANI

07021282025118

JURUSAN SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

“HIPERREALITAS CANTIK BAGI MAHASISWI PENGGUNA SKINCARE DI UNIVERSITAS SRIWIJAYA”

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh Derajat
Sarjana S-1 Sosiologi

Oleh:

PUTRI NOVIRIANTI RAMADHANI

07021282025118

Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Mery Yanti, S.Sos., MA.

NIP. 197705042000122001



20/11 - 2023

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.

NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“HIPERREALITAS CANTIK BAGI MAHASISWI
PENGGUNA *SKINCARE* DI UNIVERSITAS SRIWIJAYA”**

Skripsi

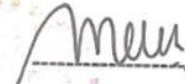
**PUTRI NOVIRIANTI RAMADHANI
07021282025118**

Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 07 Desember 2023

Pembimbing :

1. Mery Yanti, S.Sos., MA.
NIP. 197705042000122001

Tanda Tangan



Penguji :

1. Dra. Dyah Hapsari, ENH., M.Si
NIP. 196010021992032001
2. Randi, S.Sos., M.Sos.
NIP. 199106172019031017


Tanda Tangan



Mengetahui,

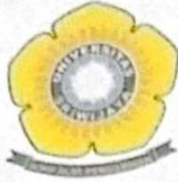


Ketua Jurusan



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

PERNYATAAN ORISIONALITAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Alamat : Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30666
Telepon (0711) 580572 Faksimile (0711) 580572 Laman : www.fisip.unsri.ac.id

PERNYATAAN ORISIONALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Novirianti Ramadhani
NIM : 07021282025118
Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswi Pengguna *Skincare* di Universitas Sriwijaya" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 20 November 2023

Yang buat pernyataan,



Putri Novirianti Ramadhani
NIM 07021282025118

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras dengan sungguh-sungguh (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan- Mu lah engkau berharap” (Q.S Al-Insyirah : 6-8)

“Maka ingatlah kepadaku,akupun akan ingat kepadamu. Bersyukurlah kepadaku dan janganlah kamu ingkar. Mohon pertolongan dengan sabar dan shalat” (Q.S Al-Baqarah : 152-153)

“Ketika segalanya menjadi sulit berhentilah sejenak, lihat kebelakang dan lihat seberapa jauh kamu melangkah. Kamu adalah bunga paling indah, lebih dari siapapun di dunia ini” -BTS.

Dengan mengharap ridho Allah SWT skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang sangat ku sayangi, Bapak Sofyan dan Ibu Sujariah
2. Kakakku tercinta, Septa Alfiansyah
3. Dosen pembimbing skripsi, Ibu Mery Yanti, S.Sos., MA.
4. *Support system*, teman dan sahabat terdekat
5. Almamater tercinta dan Universitas Sriwijaya
6. Putri, diriku sendiri yang telah semangat untuk selalu berjuang sampai di titik ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah rabbil'alamini, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat, anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswa Pengguna Skincare Di Universitas Sriwijaya”. Shalawat beserta salam tidak lupa kita haturkan kepada baginda junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita mendapatkan syafaat. Skripsi ini diajukan dan ditulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana yang harus dipenuhi oleh mahasiswa S-1 Sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya doa, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi ini. Teruntuk kedua orang tua tersayang, Bapak Sofyan dan Ibu Sujariah, saya mempersembahkan skripsi ini. Terima kasih banyak atas segala doa yang tak pernah terputus, atas segala dukungan, perhatian, cinta serta kasih sayang yang tak terhingga tanpa perjuangan kalian penulis tidak akan bisa berada di titik ini. Penulis juga sangat menyadari bahwa penulis telah banyak menerima bantuan dan melibatkan berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Taufik Marwa, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
3. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si selaku ketua jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya
4. Ibu Gita Isyanawulan, S.Sos., MA selaku Sekretaris jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya

5. Ibu Mery Yanti, S.Sos., MA selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang luar biasa dalam membantu penulis, meluangkan waktunya, membimbing dengan sabar, memberikan saran dan masukan, memberikan ilmu yang berharga kepada penulis. Semoga ibu akan selalu diberi kesehatan, keberkahan, kebahagiaan dan kemudahan dalam berbagai hal, aamiin.
6. Bapak Muhammad Izzudin, S.Si., M.Sc selaku dosen pembimbing akademik penulis yang senantiasa memberikan arahan dan motivasi kepada penulis selama perkuliahan.
7. Mbak Yuni Yunita, S.Sos selaku admin jurusan Sosiologi FISIP Unsri yang sudah membantu penulis dan siap segala dalam mengurus segala administrasi perkuliahan
8. Seluruh jajaran Dosen Sosiologi dan staff serta karyawan FISIP Unsri yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan Insha Allah berkah untuk penulis selama perkuliahan.
9. Terkhusus kepada kedua orang tua tersayang penulis, Bapak Sofyan dan Ibu Sujariah yang sangat penulis cintai, terima kasih sudah selalu berjuang sepanjang waktu dan tak kenal lelah untuk anak tersayang, skripsi ini penulis persembahkan untuk Bapak dan Ibu. Terima kasih selalu memberikan doa untuk anaknya, dukungan yang besar baik secara moril materi, perhatian, kasih sayang, dan telah menjadi penguat untuk terus berjuang serta selalu menjadi tempat ternyaman penulis untuk berkeluh kesah. Tanpa perjuangan Bapak dan Ibu penulis tidak akan sampai dititik ini. Semoga Allah SWT akan selalu menjabah segala doa-doa baik Bapak dan ibu serta penulis, aamiin.
10. Kepada Kakakku tersayang, Septa Alfiansyah S.Ak terima kasih telah menjadi tempat penulis bercerita dan penghibur penulis serta terima kasih atas segala bantuannya baik secara materi ataupun moril sehingga penulis mampu menyelesaikan pendidikan dengan lancar.

11. Untuk seluruh informan penulis yang telah bersedia membantu memberikan informasi dalam penelitian penulis
12. Kepada Nur Fadila, sahabat tersayang penulis. Terima kasih telah bersedia selalu mendukung, memberikan semangat, doa untuk penulis dan telah menjadi tempat penulis untuk bercerita berbagai hal serta selalu bersedia menemani penulis kemana pun. Semoga segala sesuatu yang sedang kita perjuangkan akan terwujud dan pertemanan kita selalu langgeng aamiin.
13. Untuk Wina, sahabat tersayang penulis juga. Terima kasih telah selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa untuk penulis serta selalu bersedia kumpul bersama Nur Fadila dan penulis meskipun jarak rumah yang jauh. Semoga segala sesuatu yang sedang kita perjuangkan akan terwujud dan pertemanan kita selalu langgeng aamiin.
14. Untuk sohib kuliah penulis, Adillah Putri. Terima kasih sudah menjadi sohib penulis dalam menjalani perkuliahan, atas segala kebersamaan, kebaikan dan bantuan selama ini hingga kita sama-sama bisa berada di titik ini.
15. Untuk teman seperjuangan penulis, Sri Agusti. Terima kasih telah menjadi teman sepembimbing bu Mery Yanti sehingga selalu menemani penulis ketika bimbingan, menjadi teman *sharing* hingga selalu berbarengan maju sampai ke titik ini.
16. Kepada teman-teman seperjuangan Sosiologi angkatan 2020 terkhususnya *Socgen Gamananta* atas kebersamaannya.
17. Untuk Kak Firdha Sosiologi angkatan 2019, terima kasih telah bersedia penulis repotkan untuk bertanya seputar skripsi sehingga penulis bisa memenuhi berkas untuk syarat skripsi.
18. Kepada para responden yang telah bersedia mengisi survei di google form penulis, sehingga penulis bisa memperoleh data awal yang diperlukan.
19. Kepada Kiagus Alridho Dahlan. Terima kasih telah menjadi tempat penulis untuk berkeluh kesah dalam segala hal, telah mendoakan, mendukung dan selalu ada ketika penulis butuhkan.

20. Kepada *Beca Squad*, terima kasih telah mengajak penulis untuk kumpul bersama sehingga penulis bisa *refreshing*.
21. Kepada member BTS, Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, Jeon Jungkook yang secara tidak langsung melalui karya nya telah menjadi penyemangat dan inspirasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini
22. Terima kasih untuk lagu Adera- Catatan Kecil, Admesh – Senyumlah, Tulus- Manusia Kuat, JKT 48 – Pesawat Kertas 365 hari, Maudy Ayunda – Kejar Mimpi yang telah playlist peneliti dan melalui lirik-lirik lagu yang bermakna mampu menginspirasi penulis untuk terus semangat berusaha.
23. Dan umumnya penulis mengucapkan terima kasih untuk semua orang yang penulis kenal dan terlibat dalam kehidupan penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih telah banyak memberikan pelajaran dan kenangan untuk penulis.
24. *Last but not least*, terima kasih kepada diriku sendiri Putri. Terima kasih telah mampu bertahan dan berjuang hingga di titik ini, telah mampu menghadapi segala sesuatu baik itu menyenangkan atau menyakitkan. Selalu bisa membangun semangat pada diri untuk selalu optimis, berambisi dan menjadi kuat, terima kasih telah mampu untuk selalu bangkit dan tak pernah ada hentinya untuk berjuang. Mari teruskan perjuangan ke langkah selanjutnya menuju satu persatu impian yang akan segera terwujud, berjuang untuk memberikan kebahagiaan dan hal terbaik untuk diri sendiri, orang tua, dan orang-orang tersayang lainnya. *Let's, prove to the world that you are a star that will continue to shine no matter what the obstacle.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu, kritik dan saran diperlukan untuk perbaikan skripsi ini. Akhir kata penulis ingin menyampaikan mohon maaf atas segala kekurangan dan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi siapapun yang membaca dan penelitian selanjutnya.

Palembang, 20 November 2023

RINGKASAN

HIPERREALITAS CANTIK BAGI MAHASISWI PENGGUNA *SKINCARE* DI UNIVERSITAS SRIWIJAYA

Penelitian ini bertujuan membahas mengenai proses terbentuknya dan bentuk dari hiperrealitas cantik bagi mahasiswa pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya. Hiperrealitas merupakan realitas sebenarnya tergantikan dengan realitas semu atau buatan yang lebih dipercaya masyarakat sebagai realitas nyata. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis proses terbentuknya serta bentuk dari hiperrealitas cantik bagi mahasiswa pengguna *skincare*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan strategi penelitian fenomenologi. Penelitian ini menggunakan teori Hiperrealitas dari Jean Baudrillard. Data yang diperoleh dengan delapan informan utama dan satu informan pendukung melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses terbentuknya hiperrealitas cantik bagi mahasiswa pengguna *skincare* melalui tiga fase yakni fase simulasi, informan meniru konstruksi cantik yang mereka internalisasikan melalui kakak perempuan, teman sebaya, konten kreator dan drama. Kedua, fase simulacra informan penelitian mulai mempelajari lebih jauh mengenai *skincare* dan mencoba melakukan perawatan kulit dengan mencoba berbagai merek *skincare* dan perawatan di klinik kecantikan. Ketiga, fase simulacrum informan mendefinisikan cantik versinya tetap pada ranah cantik secara fisik. Dari ketiga proses terbentuknya maka bentuk dari hiperrealitas cantik bagi mahasiswa pengguna *skincare*, *skincare* menjadi bagian dalam kehidupan sehari-harinya yang tidak bisa ditinggalkan. sehingga cantik menjadi sebuah gaya hidup.

Kata Kunci: Hiperrealitas, Cantik, *Skincare*, Mahasiswa Universitas Sriwijaya

Indralaya, Desember 2023
Disetujui oleh,
Pembimbing



Mery Yanti, S.Sos., MA.
NIP.197705042000122001

Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.
NIP.198002112003122003

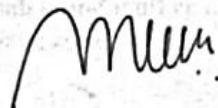
SUMMARY

BEAUTIFUL HYPERREALITY FOR STUDENTS USING SKINCARE AT SRIWIJAYA UNIVERSITY

This research aims on discussing the process of formation and form of beautiful hyperreality for student skincare users at Sriwijaya University. Hyperreality is where actual reality is replaced with a pseudo or artificial reality that people believe is more real reality. The purpose of this research is to find out and analyze the process of forming and the form of beautiful hyperreality for female skincare users. The research method used is qualitative with a phenomenological research strategy. This research uses Jean Baudrillard's Hyperreality theory. Data was obtained from eight main informants and one supporting informant through observation, interviews, documentation and literature study. The results of this research show that the process of creating a hyperreality of beauty for female skincare users goes through three phases, namely the simulation phase, where informants imitate the construction of beauty that they internalize through older sisters, peers, content creators and drama. Second, in the simulacra phase, research informants began to learn more about skincare and tried skin care by trying various skincare brands and treatments at beauty clinics. Third, the simulacrum phase of informants defining their version of beauty remains in the realm of physical beauty. From the three formation processes, a beautiful hyper-reality forms for female skincare users, skincare becomes a part of their daily lives that cannot be abandoned. so that beauty becomes a lifestyle.

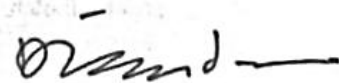
Keywords: *Hyperreality, Beauty, Skincare, Sriwijaya University Student*

Indralaya, December 2023
Approved by,
Advisor



Mery Yanti, S.Sos., MA.
NIP.197705042000122001

Head of Departement of Sociology
Faculty of Social and Political
Sriwijaya University



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si.
NIP.198002112003122003

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISIONALITAS	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
RINGKASAN	Error! Bookmark not defined.
<i>SUMMARY</i>	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR BAGAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan	9
1.3.1 Tujuan Umum	10
1.3.2 Tujuan Khusus	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.2 Kerangka Pemikiran	15
2.2.1 Hiperrealitas	15
2.2.2 Cantik	18
2.2.3 Mahasiswi	19
2.2.4 <i>Skincare</i>	20
2.3 Bagan Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Desain Penelitian	22
3.2 Lokasi Penelitian	22
3.3 Strategi Penelitian	23
3.4 Fokus Penelitian	23
3.5 Jenis dan Sumber Data	24
3.6 Kriteria dan Penentuan Informan	24
3.7 Peranan Peneliti	25
3.8 Teknik Pengumpulan Data	25
3.9 Unit Analisis Data	28
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data	28
3.11 Teknik Analisis Data	30
3.12 Jadwal Penelitian	32
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	33
4.1 Gambaran Umum Universitas Sriwijaya	33

4.1.1 Sejarah Universitas Sriwijaya	33
4.1.2 Lambang Universitas Sriwijaya	36
4.1.4 Fakultas dan Program Studi Diploma Diploma Sarjana	38
4.1.5 Letak Geografis Universitas Sriwijaya	39
4.2 Gambaran Informan Penelitian	40
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	47
5.1 Proses Terbentuknya Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswi Pengguna Skincare di Universitas Sriwijaya.....	51
5.1.1 Fase Simulasi	51
1. Lingkungan Keluarga	52
2. Lingkungan Pertemanan	55
3. Konten Kreator	57
4. Film atau Drama	59
5.1. 2 Fase Simulacra	65
1. Mencari Tahu Lebih Jauh tentang <i>Skincare</i>	67
2. Perawatan ke Klinik Perawatan Kulit	71
3. Mencoba Produk <i>Skincare</i> Baru	73
4. Membeli Produk <i>Skincare</i> Berdasarkan <i>Brand Ambassador</i> Pada Iklan ...	75
5.1.3 Fase Simulacrum	81
1. Mempersepsikan Cantik Versi Dirinya	82
2. <i>Beauty Privilege</i>	86
5.2 Bentuk Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswi Pengguna Skincare	89
1. Menjadikan <i>Skincare</i> Sebagai Bentuk Mempercantik Diri	89

2. Menjadikan <i>Skincare</i> Sebagai Sebuah Kebutuhan Hidup	91
3. Cantik Sebagai Gaya Hidup	95
BAB VI KESIMPULAN	100
6.1 Kesimpulan	100
6.2 Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Mahasiswi Pengguna <i>Skincare</i> di Universitas Sriwijaya Tahun 2023.....	7
Gambar 4.1 Penandatanganan Piagam Pendirian Universitas Sriwijaya oleh Presiden Ir. Soekarno.....	33
Gambar 4.2 Dokumentasi Penekanan Tombol Sebagai Simbol Peresmian Kampus Universitas Sriwijaya Indralaya Oleh Presiden Soehart..	34
Gambar 4.3 Lambang Universitas Sriwijaya.....	34
Gambar 5.1 Contoh <i>Review</i> Produk <i>Skincare</i> di Website Sociolla.....	68
Gambar 5.2 Contoh <i>Threads</i> di Twitter Mengenai <i>Skincare</i>	68
Gambar 5.3 Contoh Pamflet Lowongan Pekerjaan Dengan Kriteria “ <i>good looking</i> ”	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	32
Tabel 4. 1 Data Informan Utama Penelitian	46
Tabel 5.1 Fase Simulasi Sebagai Proses Terbentuknya Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswi Pengguna <i>Skincare</i>	60
Tabel 5.2 Fase Simulacra Pada Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswi Pengguna <i>Skincare</i>	75
Tabel 5.3 Data Informan Utama Mengenai Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswi Pengguna <i>Skincare</i>	94

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Bagan 5. 1 Deskripsi Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswi Pengguna <i>Skincare</i> di Universitas Sriwijaya.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kini teknologi berkembang begitu cepat, baik itu teknologi komunikasi maupun informasi sehingga teknologi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat sebab dengan perkembangan arus globalisasi tuntutan kebutuhan akan pertukaran informasi membuat teknologi menjadi sangat penting di kehidupan masyarakat. Dengan kemajuan teknologi yang didukung dengan teknologi internet memberikan cara komunikasi yang semakin modern karena dengan internet manusia bisa terhubung dengan manusia lain di seluruh dunia sehingga manusia bisa berinteraksi tanpa mengenal ruang dan waktu selain itu, berbagai informasi yang terjadi di seluruh dunia kini dapat langsung diketahui dengan cepat oleh masyarakat karena berkat kemajuan teknologi masyarakat dapat mengakses informasi dengan mudah (Wahyudi & Sukmasari, 2014). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga menyebabkan munculnya media sosial yang mempunyai peran penting dalam penyebaran informasi dan promosi sebab menyebarkan informasi dan promosi melalui aplikasi media sosial cepat dan mudah (Warpindyastuti dkk., 2018)

Media sosial merupakan media virtual yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media hiburan, mencari informasi, saling bertukar informasi berbentuk teks, gambar, dan video. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana bagi penggunanya untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain (Warpindyastuti dkk.,2018). Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat dari segala usia, mulai dari anak-anak hingga orang tua, dari masyarakat kelas bawah hingga masyarakat kelas menengah atas. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penggunaan media sosial di Indonesia semakin meningkat dari setiap tahunnya. Angka penggunaan media sosial pada tahun 2023 mencapai 78,19% atau sebanyak 215.626.156 jiwa yang apabila dibandingkan dengan survei tahun sebelumnya terjadi peningkatan

penggunaan media sosial di tahun 2023 sebanyak 1,17 persen, dari hasil survei tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia kini dalam kehidupan sehari-harinya tidak terlepas dari media sosial (APJII, 2023).

Dari data statistika menunjukkan bahwa media sosial Instagram merupakan media sosial dengan pengguna terbanyak di seluruh dunia yang mencapai 1,28 miliar. Adapun berdasarkan laporan dari Napoleon Cat pada tahun 2021 sendiri tercatat bahwa mayoritas pengguna media sosial Instagram di Indonesia sendiri dari kelompok usia 18-24 tahun sebanyak 33,90 juta dengan rincian 53,2% penggunanya adalah perempuan sedangkan 46,8% pengguna Instagram lainnya adalah laki-laki. Dari data tersebut menunjukkan bahwa media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling diminati oleh masyarakat terutama pada kaum muda perempuan termasuk mahasiswa. (Annur, 2021)

Media sosial Instagram biasanya digunakan oleh individu dalam usia produktif untuk mengunggah berbagai kegiatan yang dilakukan dengan memposting baik berupa foto atau video di akun media sosial pribadinya (Basir dkk., 2022). Dalam membagikan konten atau postingan seseorang akan menampilkan hal terbaik yang mereka miliki untuk dibagikan di Instagram namun tampilan tersebut belum tentu sama dengan tampilan sebenarnya. Maksudnya seseorang akan memilih untuk membagikan konten yang dianggapnya cantik dan menarik meskipun tidak seperti penampilannya yang nyata seperti menggunakan fitur filter yang disediakan Instagram untuk memberikan efek cantik dan mulus pada foto. Dengan media sosial penampilan fisik pun menjadi penting terutama bagi perempuan, hal ini membuat masyarakat mengekspresikan dirinya dengan membuat realitas buatan untuk dibagikan di media sosial yang sesuai dengan imajinasinya dan pada akhirnya membuat masyarakat mengalami obsesi untuk tampil cantik secara fisik.

Cantik sering kali dianggap sebagai sesuatu yang relatif yang berarti setiap orang mempunyai pandangan yang berbeda mengenai konsep cantik. Namun kecantikan yang menjadi hal universal saat ini mulai mengalami perubahan, hal ini disebabkan oleh munculnya standar dan kriteria yang menjadi standar masyarakat untuk menentukan konsep kecantikan (Aprilita & Listyani, 2016).

Maksudnya cantik yang sering dianggap memiliki nilai relativitas namun pada faktanya hal ini bertentangan dengan yang ada dimasyarakat dimana masyarakat luas mempunyai patokan pada konsep kecantikan yang terlihat jelas pada masyarakat merepresentasikan cantik melalui media sosial. Misalnya saja terdapat postingan pada akun instagram *influencer* yang memperlihatkan tampilan dengan wajah yang bebas jerawat, mulus dan cerah banyak disukai oleh pengguna media sosial dan akan menuai pujian namun berbeda dengan postingan pengguna media sosial yang tidak berpenampilan seperti itu akan mendapatkan hujatan berupa komentar hinaan oleh pengguna sosial media lainnya. Oleh karena itu, dengan media sosial penampilan fisik pun menjadi penting terutama bagi perempuan hal ini membuat masyarakat mengekspresikan dirinya di media sosial seperti instagram dengan menampilkan tampilan yang belum tentu sama dengan tampilan sebenarnya, namun sebagian orang mengonsumsi tampilan orang lain di instagram seperti melihat realita yang ada padahal tidak artinya pengguna instagram membuat realitas buatan untuk dibagikan di media sosial yang sesuai dengan imajinasinya dan pada akhirnya membuat masyarakat mengalami obsesi untuk tampil cantik secara fisik agar dapat eksistensi dalam media sosialnya.

Cantik secara fisik yang saat ini mendominasi dalam masyarakat tentu tidak terlepas dari pengaruh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi seperti media sosial dimana melalui media sosial cantik fisik dipropagandakan juga oleh para *influencer* yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi pandangan perempuan terhadap konsep cantik (Sabrina dkk., 2022). Dimana para *influencer* membuat konten yang menarik seperti melakukan *review* produk *skincare*, membagikan tutorial *skincare* ataupun *makeup* serta mempromosikan produk *skincare* membuat masyarakat terpengaruh oleh pesan yang disampaikan oleh *influencer* ini. Bahkan terdapat istilah *beauty influencer* atau *beauty vlogger* dimana mereka yang akan fokus membuat konten kecantikan dan saat ini Tasya Farasya merupakan salah satu *influencer* favorit yang dijadikan sebagai kiblat kecantikan oleh banyak perempuan di Indonesia. Dan dari konten kecantikan yang disebarkan oleh para *influencer* ini membuat banyak perempuan mengadopsi mengenai konsep kecantikan yang lama-lama akan dipercaya oleh mereka sebagai bentuk dari standar kecantikan meskipun konten atau iklan dari *influencer* ini jauh

dari realitas namun membuat seakan-akan standar kecantikan menjadi sebuah target yang harus dicapai oleh perempuan (Sabrina dkk, 2022).

Dari pengaruh media sosial tersebut membuat masyarakat menganggap kecantikan fisik adalah sebuah kebutuhan dan menganggap bahwa transformasi fisik yang dilakukan akan menjadi investasi untuk kehidupan mereka yang akan datang. Sehingga banyak perempuan pada akhirnya tertarik untuk melakukan berbagai cara untuk meningkatkan kualitas penampilan untuk terlihat cantik, mulai dari diet hingga memakai perawatan dokter dan berbagai macam produk *skincare*. Dimana *skincare* sendiri juga dipromosikan atau diiklankan melalui media sosial oleh para *influencer* dengan menonjolkan standar kecantikan. Dalam penelitian yang dilakukan pada tahun 2019 oleh ZAP *beauty clinic* bersama 6.460 responden perempuan di Indonesia dengan 35 kota domisili responden dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa hampir seluruh wanita Indonesia telah menggunakan *skincare* sebelum usia 19 tahun, dimana sebanyak 36 persen perempuan pengguna *skincare* di Indonesia berada di umur 19 tahun hingga 23 tahun (Beauty, 2020) Hal tersebut menunjukkan bahwa hampir semua perempuan muda di Indonesia termasuk mahasiswi telah mengenal dan menggunakan *skincare* untuk merawat diri. Terlebih lagi saat ini *skincare* dari produk lokal ataupun produk impor pada umumnya memiliki harga yang dapat dijangkau oleh kantong mahasiswi dengan kualitas yang bagus, mudah dijangkau dan halal membuat para mahasiswi mampu untuk membeli berbagai jenis *skincare*.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Zap *Beauty Clinic* pada tahun 2019 bersama 6.460 responden yang berusia 13-65 tahun kepada Perempuan Indonesia sebanyak 82,5% perempuan menganggap cantik berarti memiliki kulit yang cerah dan mulus sehingga memunculkan tren perawatan kecantikan kulit wajah cerah dan *glowing* di gemari mayoritas kalangan perempuan di Indonesia, dari survei tersebut menunjukkan bahwa perempuan di Indonesia banyak mendefinisikan cantik berdasarkan fisik yang menstandarisasikan bahwa menjadi salah satu standar untuk menjadi cantik adalah berkulit *glowing* dan cerah. Berdasarkan hal ini, dapat dikatakan bahwa bagi seorang perempuan cantik seperti standarisasi cantik yang lebih mengacu pada fisik dibandingkan kecantikan dalam diri seorang

perempuan sehingga perempuan akan berusaha untuk berlomba-lomba dalam melakukan perubahan pada penampilan dan perawatan diri seperti melakukan diet, melakukan perawatan di klinik kecantikan, *skincare* hingga operasi plastik agar dapat mengikuti standar kecantikan yang dinilai sebagai ukuran atau kriteria untuk mendapatkan label cantik (Ananda dkk., 2022). Sejalan dengan survei dari *Zap Beauty* pada tahun 2019 menyatakan perempuan Indonesia berupaya keras untuk dapat selalu tampil cantik agar dapat memenuhi standarisasi kecantikan yang ditetapkan masyarakat. Sebanyak 81,7% perempuan Indonesia lebih suka untuk menggunakan produk *skincare* sebagai salah satu upaya mereka untuk mempercantik diri. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa beberapa cara yang dilakukan perempuan di mahasiswi dalam meningkatkan penampilannya agar terlihat cantik salah satunya dengan menggunakan produk *skincare*.

Studi yang dilakukan oleh Ayu Syafitri yang berjudul “Makna Cantik Bagi Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Riau” menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi dalam memaknai cantik. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, penulis menemukan bahwa mahasiswa memaknai cantik apabila dari segi fisik mahasiswa memaknai cantik seperti memiliki wajah yang bersih dan natural, memiliki wajah yang putih, dan pandai bermake up. Sedangkan cantik dari segi dalam (*inner beauty*) dilihat dari segi memiliki jiwa dan hati yang baik, tidak munafik, cerdas, tutur kata yang sopan. Setiap mahasiswa yang ingin terlihat cantik memiliki anggapan bahwa dengan mempercantik diri menggunakan *skincare* juga *make up* serta dengan penampilan yang trendi membuat mereka lebih diterima oleh lingkungan sosial (Syafitri, 2021). Dari hal tersebut menunjukkan bahwa cantik yang dianggap sebagai suatu yang relatif mulai tergantikan dengan standar kecantikan yang muncul sebagai bentuk dari hiperrealitas.

Hiperrealitas merupakan keadaan dimana realitas yang sebenarnya tergantikan oleh realitas semu yang dianggap lebih nyata dari realitas asli. Baudrillard menjelaskan bahwa realitas semu membuat manusia terjebak di dalam realitas yang dianggap asli dan nyata yang akan mempengaruhi cara hidup masyarakat. Hiperrealitas menunjukkan ketidakjelasan perbedaan antara realitas

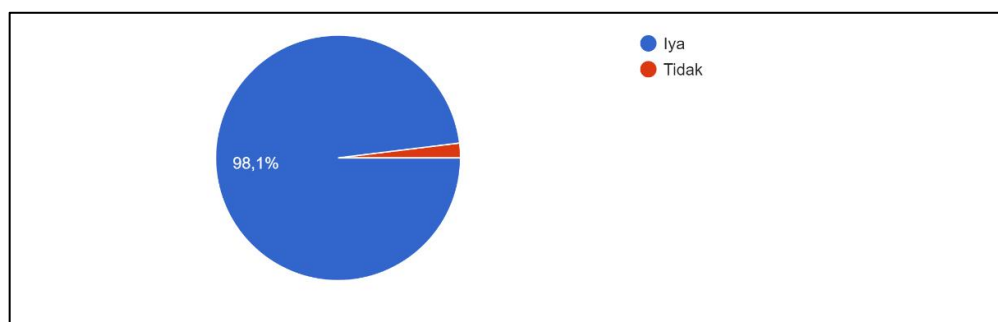
dan non realitas dimana ‘hiper’ menandakan adanya keberlebihan dibandingkan realitas sehingga realitas yang semu justru tampil lebih nyata ketimbang realitas yang sebenarnya dan Baudrillard mengklaim bahwa realitas menghilang bersamaan dengan kaburnya citra (Best & Kellner, 2003). Hiperrealitas ini muncul karena perkembangan teknologi realitas kini ditampilkan dalam representasi atau simulasi dimana simulasi terjadi ketika sebuah objek atau penanda sama sekali tidak mengacu pada referensi atau realitas tertentu, hal ini terjadi karena penanda tersebut merupakan fantasi yang tidak merujuk kepada realitas yang ada di dunia nyata sebab dunia digital atau media mampu memunculkan hal-hal yang tidak mungkin ada dalam dunia nyata. Realitas dapat dibelokkan melalui media dimana media menciptakan simulasi pada citra objek atau penanda yang ditayangkan seolah-olah simulasi tersebut adalah realitas yang sesungguhnya. Sehingga Baudrillard menyebutnya dengan istilah hiperrealitas media yang mana media menciptakan satu kondisi sedemikian rupa sehingga di dalamnya kepalsuan dan yang asli berbaur. (Piliang & Jaelani, 2018)

Seperti halnya dengan konsep cantik yang sebenarnya bersifat relatif namun kini realitas tersebut mulai bergeser karena masyarakat sudah dihegemoni oleh cantik versi industri salah satunya yang ditampilkan oleh media sosial dimana media sosial menciptakan sebuah simulasi melalui konten atau iklan produk dengan menggambarkan kecantikan perempuan dengan seideal mungkin seolah-olah menggambarkan kecantikan dimana pesan-pesan dalam konten atau iklan produk yang ditampilkan *influencer* mampu membuat perempuan percaya dan menarik minat perempuan sebagai masyarakat konsumsi untuk membeli produk tersebut. Konstruksi terhadap realitas kecantikan wanita yang disuguhkan dalam bentuk iklan dapat membentuk pola pikir dan tertanam sangat kuat pada benak masyarakat mengenai pandangan citra kecantikan sehingga secara tidak langsung, wanita yang ingin terlihat cantik akan tergugah untuk memakai produk yang diiklankan dimana mereka berimajinasi sesuai dengan realitas yang dibentuk oleh iklan tersebut.

Pada akhirnya simulasi yang ditampilkan oleh media mengenai standar kecantikan yang baku seolah-olah menjadi konsep ideal mengenai kecantikan. Mereka yang tampil dalam mempromosikan produk selalu tampil dengan proporsi

tubuh yang ideal, warna kulit yang putih, yang sebenarnya jauh dari realita namun seakan-akan menjadi sebuah definisi cantik yang diamini oleh masyarakat dan menjadi sebuah target yang harus dicapai oleh perempuan untuk memperoleh label cantik. Pandangan mengenai pentingnya merawat tubuh dalam memenuhi konsep kecantikan ini terus menerus digencarkan melalui beberapa media dengan citraan-citraan dan realitas-realitas yang semu namun tampak nyata. Semakin kaburnya perbedaan antara realitas dan citra yang digencarkan oleh beberapa media ini akan membawa situasi di mana tidak adanya lagi perbedaan antara citra dan realitas itu sendiri. Pada perkembangan berikutnya, citra ini bisa menjadi lebih nyata dari realitas itu sendiri. Kondisi inilah yang disebut dengan hiperrealitas.

Sumatera Selatan sendiri merupakan provinsi yang sering menjadi daerah tujuan bagi mahasiswa untuk menempuh pendidikan sebab di Sumatera Selatan terdapat banyak perguruan tinggi yang berkualitas baik salah satunya adalah Universitas Sriwijaya yang terletak di dua wilayah yaitu di Kabupaten Ogan Ilir serta Kota Palembang. Dari hasil observasi awal peneliti mahasiswi di Universitas Sriwijaya sendiri banyak yang menggunakan *skincare* dari berbagai jenis brand *skincare* yang bertujuan untuk mempercantik diri. Data yang diperoleh melalui pengisian *google form* yang disebar pada tanggal 22 Agustus 2023 hingga 26 Agustus 2023 dirangkum dalam gambar berikut:



Gambar 1. 1 Jumlah Mahasiswi Pengguna Skincare di Universitas Sriwijaya Tahun 2023

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2023).

Dari hasil survei tersebut menunjukkan bahwa dari 10 fakultas di Universitas Sriwijaya yang mengisi *google form* sebanyak berjumlah 103 mahasiswi, dari 103 mahasiswi yang mengisi *google form* terdapat 101 orang (98,1%) mahasiswi yang menggunakan *skincare* sedangkan yang tidak menggunakan *skincare* dari 103 terdapat 2 orang (1,9%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswi di Universitas Sriwijaya banyak yang menggunakan *skincare* dan para mahasiswi menggunakan berbagai jenis merek atau brand *skincare* mulai dari lokal hingga non lokal dan brand *skincare* yang paling banyak digunakan oleh mahasiswi yaitu *skintific* sebanyak 24 mahasiswi, *the originate* sebanyak 12 mahasiswi, wardah sebanyak 11 mahasiswi, azarine sebanyak 6 mahasiswi, dan masih banyak brand *skincare* lainnya yang digunakan.

Dari 103 mahasiswi terdapat sebanyak 92 mahasiswi (89,3%) menjawab bahwa *skincare* merupakan salah satu cara untuk mempercantik diri sedangkan 11 mahasiswi lainnya (10,7%) menjawab bahwa *skincare* bukan merupakan cara untuk mempercantik diri. Dari data tersebut menunjukkan bahwa kebanyakan mahasiswi cenderung menganggap bahwa *skincare* merupakan salah satu cara yang bertujuan untuk mempercantik diri. Dari data tersebut menunjukkan bahwa para mahasiswi di Universitas Sriwijaya mencoba rutinitas *skincare* dalam kesehariannya sebagai salah satu upaya mereka untuk mempercantik diri.

Mahasiswi berupaya untuk mempercantik diri dengan menggunakan *skincare* juga bertujuan agar dapat meningkatkan penampilan mereka ketika berada di kampus dan luar kampus, karena saat ini mahasiswi Universitas Sriwijaya setelah selesai kuliah juga dapat berkumpul dulu bersama teman atau nongkrong sebab saat ini, di sekitar lingkungan Universitas Sriwijaya di Ogan Ilir juga mengalami perkembangan dimana sudah terdapat café disekitar kampus yang dapat dijadikan sebagai tempat nongkrong seperti café pojok kopi, café kopi dari hati dan kedai mixue yang sering dijadikan tempat nongkrong oleh mahasiswi di Universitas Sriwijaya begitupun dengan kampus di Palembang mahasiswi dapat nongkrong di café-café sekitaran kampus seperti café tebing senja, café tiga nadi selain itu juga untuk berpergian ke Mall dari kampus cukup dektat. Dari perkembangan tempat

nongkrong di sekitaran kampus mendorong mahasiswi untuk selalu dapat bernampilan yang bagus dan cantik untuk menjaga eksistensinya.

Fenomena hiperrealitas cantik kini semakin banyak terjadi karena muncul sebuah standar kecantikan yang dipegang oleh masyarakat terlebih lagi kini muncul banyak brand *skincare* baik lokal maupun non lokal yang menawarkan kualitas yang bagus dengan harga terjangkau sehingga membuat semua orang berusaha untuk meningkatkan penampilannya tidak terkecuali mahasiswi baik itu di media sosial maupun pada realitas sosial yang nyata. Hiperrealitas membuat masyarakat menerima bahwa realitas yang sebenarnya tidak nyata sebagai sesuatu yang nyata dan menjadi sebuah kebutuhan dalam kehidupan. Hal ini membuat peneliti ingin mengetahui lebih jauh mengenai fenomena hiperrealitas cantik pada mahasiswi yang menggunakan *skincare* di Universitas Sriwijaya karena banyak mahasiswi Universitas Sriwijaya yang menggunakan *skincare* untuk melakukan perawatan kulit wajah mereka sebagai bentuk meningkatkan penampilan mengikuti standar kecantikan dari realitas buatan. Maka dari itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Hiperrealitas Cantik Bagi Mahasiswi Pengguna *Skincare* Di Universitas Sriwijaya”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana hiperrealitas cantik bagi mahasiswi pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya?”. Yang diturunkan menjadi 2 pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana proses terjadinya hiperrealitas cantik bagi mahasiswi pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya?
2. Apa bentuk hiperrealitas cantik bagi mahasiswi pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memahami hiperrealitas cantik pada mahasiswi pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya.

1.3.2 Tujuan Khusus

Lebih khusus lagi, penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran terjadinya hiperrealitas cantik bagi mahasiswi pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya.
2. Untuk menganalisis bentuk dari hiperrealitas cantik bagi mahasiswi pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini bisa bermanfaat sebagai sumbangan ilmu pengetahuan dalam kajian Sosiologi gender khususnya terkait hiperrealitas cantik bagi mahasiswi pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian bisa bermanfaat untuk mahasiswa Universitas Sriwijaya terkhususnya bagi mahasiswi yang menjadi bagian hiperrealitas cantik untuk mengetahui temuan mengenai hiperrealitas cantik bagi mahasiswi pengguna *skincare* di Universitas Sriwijaya. Selain itu dapat menjadi salah satu bentuk motivasi bagi mahasiswi Universitas Sriwijaya yang mengalami *insecure* karena harus mengikuti standar kecantikan yang terbentuk oleh realitas buatan agar dapat lebih sadar bahwa cantik yang sebenarnya bersifat relatif dan dapat lebih percaya diri

2. Bagi peneliti lain

Penelitian bisa menjadi rujukan serta tambahan referensi bagi penelitian-penelitian sejenis berikutnya yang membahas topik atau pokok permasalahan yang sama.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan bisa mengarahkan stigma masyarakat mengenai hiperrealitas cantik bagi mahasiswi pengguna *skincare*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Baudrillard, J. (2015). *Simulacra and Simulation* (Sheila Faria Glazer, Penerjemah). The University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (2018). *Masyarakat Konsumsi. Kreasi Wacana*.
- Best, S., & Kellner, D. (2003). *Teori Posmodern Integrasi Kritis*. Boyan Publishing.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran. 4th ed.* Pustaka Belajar.
- Hadi, A., & Rusman, A. (2021). *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. CV. Pena Persada.
- Matthew B., Miles, A., & Huberman, M. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*. Sage Publications Ltd.
- Piliang, Y. A., & Jaelani, J. (2018). *Teori Budaya Kontemporer Penjelajahan Tanda & Makna* (hlm. 1–272). Cantrik Pustaka.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Pt Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, cv.
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. CV. Adi Karya Mandiri.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Penelitian Gabungan*. Kencana.

Jurnal:

- Afifah, N., Masrizal & Anjar, Y.A. (2023). Kecantikan Sebagai Ideal Self Perempuan (Studi Kasus di Klinik Azqiara, Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 8(2).
<https://jim.usk.ac.id/FISIP/article/view/24460>
- Alfi Mawarni, C., & Rahman, A. (2021). Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Riasan Wajah. *JESS (Journal of Education on Social Science)*, 5, 159–166.
<https://doi.org/10.24036/jess.v5i2>

- Ananda, C., Taufiq, I., & Hermanto, B. (2022). *Konsep Diri Perempuan Cantik Di Instagram*. 9(2).
[https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8636](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8636)
- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan_girl)*.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/1689>
- Azwar, M. (2014). Teori Simulacrum Jean Baudrillard Dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan Khazanah Al-Hikmah*, 2(1), 38–48. <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/v2i1a4>
- Elanda, Y. (2018). Representasi Mitos Kecantikan Dalam Kolom Female. *Journal of Urban Sociology*, 1(1). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30742/jus.v1i1.563>
- Fawaid, I., Hayat, M., & Sugiharto, M. A. (2022). Hiperrealitas Cantik bagi Mahasiswa Pemakai Skincare. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 9(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jps.v9i2.77475>
- Fitrianti, R., & Budianto, H. (2021). Simulacrum Media Di Era Postmodern (Analisa Semiotika Jean Baudrillard dalam Narasi Iklan Kecantikan Dove Edisi 'Dove Real Beauty Sketches'). *Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2).
- Gora, R., & Olifia, S. (2019). *Komodifikasi Model Endorse Dalam Industri Budaya Fashion dan Kosmetika (Hiperrealitas Fashion Endorse pada Produk Kosmetika dan Busana Remaja di Media Sosial Instagram)*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31227/osf.io/c3yd4>
- Hidayah, N., & Imron, A. (2014). *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Pengguna Perawatan Wajah Di Klinik Kecantikan Kota Surabaya (Kajian Simulakra, Simulasi dan Hiperealitas J.P Baudrillard)*. 2(3).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/9078>
- Hulukati, W., & Djibran, Moh. R. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2(1), 73–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/bikotetik.v2n1.p73-80>
- Irwanto, & Retno Hariatiningsih, L. (2020). Penggunaan Skincare Dan Penerapan konsep Beauty 4.0 Pada Media Sosial (Studi Netnografi Wanita Pengguna Instagram). *Journal Komunikasi*, 11(2). <https://doi.org/10.31294/jkom>
- Lestari, C.D., Trinugraha, Y.H., Yuhastina. (2023). *Konstruksi Kecantikan Mahasiswa Pengguna Skincare Di Universitas Sebelas Maret Surakarta*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 7(2). <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i2.4587>

- Mawarni, C., Yuhastina, Abdul, R. (2021). Gaya Hidup Mahasiswi Pengguna Riasan Wajah. *Journal of Education on Social Science*, 5(2). <https://doi.org/10.24036/jess.v5i2>
- Nadya, S., Varinia, T. A., Damaiyanti, P., Hidayah, S., Abstrak, K. K., & Huidup, G. (2021). Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 3(2), 129–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.52483/ijsted.v3i2.58>
- Nuraini, S., & Listiani, E. (2022). Hiperrealitas Kecantikan pada Drama Korea. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.742>
- Nurhalizah Hd, S., & Jamilah, S. (2022). Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram pada Mahasiswa Simulacra Hyperreality Of Instagram Users on Collage Student. *JOURMICS*, 1(2), 67–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.55623/ad.v2i2.79>
- Octabella, D.D., Dwiyaniti, S., Usodoningtyas, S., Megasari, D.S., (2021). *Review Beauty Influencer Dalam Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pemilihan Produk Kosmetik Kecantikan Di Surabaya*. 10(3), 145-153. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-rias/article/view/43985>
- Oktaviani, S. E. (2020). Pengaruh Hiperrealitas Dalam Iklan Kosmetik Terhadap Minat Beli Kosmetik Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Di FISIP USU. *Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Pemasaran dan New Media*, 16(2). <https://doi.org/https://talenta.usu.ac.id/komunika/issue/views/372>
- Pratiwi, R. Z. B. (2018). Perempuan dan Kontes Kecantikan (Analisis Mengenai Konstruksi Citra dalam Bingkai Komodifikasi). Dalam *Jurnal An-Nida* (Vol. 10, Nomor 2).
- Prayoga, R. A. (2020). Hiperrealitas Film Simone “Simulation One.” *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 6(2), 87–102. <https://doi.org/10.33369/jsn.6.2.87-102>
- Sabrina, N., Liesvarastranta Tsalatsa, S., & Tri Kresna, M. (2022). Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram Dalam *Universitas Negeri Surabaya 2022*. (Vol. 566). <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/112>
- Saumantri, T., Abdu Zikrillah, dan, Sejarah dan Kebudayaan Islam, J., Komunikasi dan Penyiaran Islam, J., & Syekh Nurjati Cirebon, I. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa Jean Baudrillard’s Simulacra Theory In The Communication World of Mass Media. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11 (2). <https://dx.doi.org/10.24235/orasi.v11i2.7177>

- Syafitri, A. (2021). Makna Cantik Bagi Mahasiswi Sosiologi Fakultas Ilmu Politik Dan Ilmu Sosial Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa*, 8(2). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/30853>
- Warpindyastuti, L. D., Eka, M., & Sulistyawati, S. (2018). *Pemanfaatan Teknologi Internet Menggunakan Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi dan Promosi Pada MIN 18 Jakarta*: 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/widyacipta.v2i1.2971>
- Zuhriya, R., Pratiwi, B., & Azis, A. A. (2022). Hiperrealitas Konsep Cantik dan Perempuan dalam Film: Analisis Semiotik pada Film *Imperfect*. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 3(2). <https://doi.org/10.22515/ajdc.v3i2.5408>

Sumber lainnya:

- Annur, C. (2021). *Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?* Databooks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Beauty, Z. (2020). *ZAP Beauty Index 2020*. <https://zapclinic.com/zap-beauty-index-download>
- Indonesia, A. P. J. I. (2023). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. Dalam *APJII*.
- Kiswondari. (2023, Agustus 19). *Apa Itu Beauty Privilege dalam Bahasa Gaul? Oke Zone*. <https://lifestyle.okezone.com/read/2023/08/19/612/2867435/apa-itu-beauty-privilege-dalam-bahasa-gaul>
- Marsha, K. (2023). *5 Tahapan Basic Skincare untuk Pemula Agar Tampil Glowing*. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6534272/5-tahapan-basic-skincare-untuk-pemula-agar-tampil-glowing>