

PENGALAMAN KOMUNIKASI *INNER BEAUTY* BAGI MAHASISWA

Zikri Fachrul Nurhadi¹, Haryadi Mujiyanto², Mohammad Firmansyah Bratadiredja³,
Salwa Salbina Gustiandi⁴

^{1,2,3,4}Universitas Garut

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: Received : 7 Juni 2023 Revised : 19 Juni 2023 Accepted: 20 Juni 2023</p> <hr/> <p>Keywords: Fenomenologi Kecantikan dalam Kecantikan luar</p>	<p>Penelitian ini dilatarbelakangi oleh standar kecantikan yang terkonstruksi dalam masyarakat yang hanya menilai kecantikan dari luar melupakan kecantikan dari dalam. Hal ini, menyebabkan banyak wanita, khususnya mahasiswi untuk berlomba-lomba menjadi cantik menurut standar yang dikonstruksi oleh masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan menjelaskan motif, pengalaman dan makna dalam penerapan kecantikan dalam sebagai standar untuk melanggar standar kecantikan fisik mahasiswa Universitas Garut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivistik. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipan, studi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah lima mahasiswi Universitas Garut dan tiga narasumber yang telah dipilih oleh peneliti. Pengambilan informan dilakukan melalui purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif penerapan inner beauty sebagai standar melanggar standar kecantikan fisik mahasiswi terbagi menjadi dua yaitu motif karena dan motif karena. Motif ini menitikberatkan pada tujuan untuk mencapai sesuatu sedangkan motif karena menitikberatkan pada alasan dan penyebab orang tersebut melakukan sesuatu agar percaya diri, bisa hidup tenang, aman, mendapatkan keadilan bagi semua perempuan, lebih menarik, menyenangkan. Pengalaman mahasiswa yang mengaplikasikan inner beauty memiliki pengalaman membanggakan diri, dapat menjadi lebih percaya diri dan dapat membuat orang tertarik. Sedangkan mahasiswa memaknai inner beauty sebagai kecantikan yang tampak dalam diri, sebagai kebaikan yang muncul dari hati dan dimaknai sebagai sifat baik dan kepribadian yang baik.</p>

ABSTRACT

This research is motivated by the beauty standards that are constructed in a society that only judges external beauty, forgetting inner beauty. This has caused many women, especially female students, to compete to be beautiful according to the standards constructed by society. The purpose of this study was to find and explain the motives, experience and meaning in applying internal beauty as a standard for violating the physical beauty standards of Garut University students. This study uses a qualitative method using a constructivist paradigm. Data collection techniques used were

in-depth interviews, participant observation, studies and documentation. The informants in this study were five female students at Garut University and three informants who had been selected by the researchers. Retrieval of informants is done through purposive sampling. The data analysis technique used in this study is data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate that the motive for applying inner beauty as a standard violates the physical beauty standards of female students divided into two, namely the motive because and the motive because. This motive focuses on the goal of achieving something while the motive because it focuses on the reasons and causes for the person to do something so that he is confident, can live quietly, is safe, gets justice for all women, is more attractive, fun. The experience of students who apply inner beauty is that they are proud of themselves, can become more confident and can make people interested. Meanwhile, students interpret inner beauty as beauty that appears within oneself, as kindness that emerges from the heart and is interpreted as good character and good personality.

Corresponding Author:

Zikri Fachrul Nurhadi

Department of communication, Universitas Garut,

Jln. Raya Samarang No. 52A, Garut, Indonesia

Email: zikri_fn@uniga.ac.id

1. PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan hal yang sangat didambakan oleh setiap perempuan di muka bumi, dari semenjak usia dini para perempuan diajarkan untuk menganggap penampilan fisik sebagai faktor yang sangat penting dalam menumbuhkan kepercayaan diri serta sebagai eksistensi dilingkungan sosial (Winivia, 2020). Zaman sekarang biasanya perempuan akan lebih mendapat pujian dari orang lain dari karakter feminimnya ataupun dilihat dari fisiknya. Tidak hanya dari fisik adapun kecantikan dari dalam yang biasa disebut dengan kata *Inner Beauty* seperti perilaku, tutur kata yang bagus, sopan, manis, pintar dan baik. Karena itu penampilan bagi seorang perempuan merupakan sesuatu yang sangat penting. Begitu banyak citra tentang kecantikan dan standar femininitas yang banyak dikampanyekan melalui media yang dipandang tidak realistis oleh sejumlah penulis wanita dan feminis. Banyak negara - negara yang memiliki standar kecantikan yang berbeda-beda, Negara Korea Selatan yang memiliki standar kecantikan berkulit putih, halus, tidak berjerawat, tidak memiliki komedo, ini membuat permintaan akan produk-produk kecantikan di Korea Selatan sangat tinggi mencapai yang diperkirakan akan mencapai angka 14 miliar dolar AS pada tahun 2027 (Aulia, 2022).

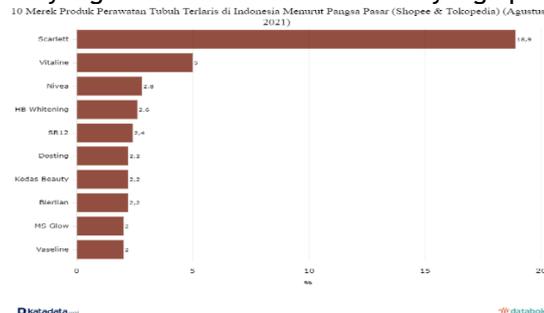
Standar kecantikan ini sendiri muncul berawal dari patriarki, muncul sebuah pandangan bahwa perempuan sebagai objek, dimana perempuan dijejali dengan berbagai citra tentang kecantikan yang sempurna. Citra-citra inilah yang kemudian di internalisasi, yang secara langsung mengukur ketidaksempurnaan tubuh seorang perempuan dan *fashion* tingkat tinggi. Hal ini yang mendorong para perempuan yang kurang sempurna seperti yang mana dikategorikan sibuk untuk memperhatikan ketidaksempurnaan dalam tubuhnya dan melengkapi ketidaksempurnaan tersebut (Islamey, 2020). Media juga berperan sangat penting dalam menentukan standar kecantikan bagi setiap pemahaman orang, media dianggap merintangai pemahaman diri kita sendiri sebagai wanita. Media cenderung mengabadikan ideal-ideal standar kecantikan yang tidak realists, mengisyaratkan bahwa orang-orang yang normal yang ditampilkan dalam media sulit untuk kita imbangi yang membuat para anak muda berlomba-lomba untuk memenuhi standar kecantikan yang banyak ditampilkan dalam media dan juga membatasi pandangan seseorang tentang kemampuan serta peluang dari masing-masing orang sehingga bisa menciutkan hati dari

usaha untuk bisa memasuki wilayah-wilayah diluar dari apa yang media definisikan (Purwandari, 2021). Dengan adanya standar kecantikan yang terus menerus ditayangkan oleh media maupun di bicarakan oleh banyak orang membuat para wanita khususnya bagi mahasiswa sangat memperhatikan kecantikan yang menyebabkan para mahasiswi lebih cenderung membawa alat make up dan alat kecantikan lainnya di dalam tas mereka ketimbang membawa perlengkapan untuk menunjang proses perkuliahan, ini menjadi suatu fenomena yang menarik sekaligus unik untuk dijadikan bahan penelitian dan digali secara mendalam (Fahrudin, 2012).

Seperti yang terjadi di lingkungan Universitas Garut para mahasiswi lebih mementingkan penampilan fisik mereka ketimbang kecerdasan intelektual yang seharusnya dimiliki seorang mahasiwa, peneliti selaku mahasiswi melihat beberapa mahasiswi lain lebih cenderung membawa perlengkapan make up atau pun riasan wajah dalam tas mereka ketimbang perlengkapan untuk menunjang proses perkuliahan mereka (Jahidin & Ahmad, 2019). Penampilan yang mereka perhatikan dan dijadikan sebuah kewajiban untuk bisa tetap cantik setiap saat seperti yang ditampilkan media. Tekanan muncul dari diri seseorang ketika muncul perasaan ingin memiliki kecantikan sesuai standar, ini menjadi sesuatu yang alamiyah dan diperlukan karena itu bersifat biologis, seksual, dan evolusioner (Karuru, 2017). Yang akhirnya mengakibatkan perempuan berlomba-lomba untuk menjadi cantik dengan standar kecantikan yang seharusnya bias dimata masyarakat. Hal ini memunculkan konstruksi sosial dalam masyarakat di Indonesia mengkategorikan bahwa perempuan yang cantik itu harus langsing, dengan warna kulit berwarna putih, tubuh sempurna dan wajah simetris dan perempuan yang tidak masuk kategori tersebut dikatakan tidak cantik (Islamey, 2020).

Pemahaman sebagian masyarakat yang beranggapan bahwa cantik itu harus memiliki kulit berwarna putih sangat dipengaruhi oleh kekuatan media masa dalam mengkontruksi kecantikan. Namun juga tidak sedikit yang mengatakan bahwa standar kecantikan tiap orang relatif berbeda-beda namun secara tidak sadar dibalik itu ada kekuatan media ataupun lingkungan sosial yang mencoba memberikan definisi cantik dan pola pikir tentang apa yang disebut cantik itu didefinisikan dengan kulit putih hampir tidak pernah perempuan yang memiliki kulit coklat dibilang cantik. Secara tidak langsung telah menimbulkan kegelisahan pada sebagian besar wanita. Khusus nya pada yang mereka tidak memiliki kulit putih, media selalu menampilkan sosok wanita yang berkulit putih apalagi dalam iklan produk kecantikan selalu menampilkan wanita-wanita yang berkulit putih yang mengusung tema *whitening* semakin mengutkan bahwa wanita yang cantik adalah wanita yang berkulit putih. Iklan-iklan yang ditampilkan berhasil menarik minat konsumen sehingga membuat industri kosmetik tumbuh hingga 5,59 % menurut hasil riset yang dilakukan Kompas pada 1-15 Agustus 2021 (Rizaty, 2021).

Kekuatan media juga mempengaruhi persepsi mahasiswi terkait standar kecantikan yang hanya dinilai dari segi fisik, seperti banyaknya iklan produk kecantikan yang banyak menampilkan model atau artis yang memiliki kulit putih rambut panjang dan bertubuh langsing, upaya menarik perhatian konsumen yang ingin tampil cantik para produsen produk kecantikan memakai model dengan standar seperti itu upaya mendapatkan atau menarik konsumen agar membeli produk mereka kepada para wanita yang mendambakan kecantikan yang apa media tampilkan.



Sumber : databoks, 5 November 2021

Grafik 1. Produk Kecantikan Terlaris di Indonesia

Iklan dalam sebuah produk kecantikan telah membentuk sebuah idiologi bagi masyarakat terutama para anak muda tentang memaknai kecantikan. Iklan-iklan yang dikomunikasikan

melalui media masa yang saat ini mudah diakses memiliki peran yang sangat besar dalam memproduksi dan mengkonstruksi arti kecantikan (Permana, 2018). Dalam iklan selalu menampilkan wanita muda yang berkulit putih, wajah mulus, berambut hitam dan memiliki tubuh yang langsing, secara tidak langsung iklan membentuk ataupun memperkuat *image* bahwa wanita cantik seperti itu (Aprilia, 2013).

Namun juga tidak sedikit yang mengatakan bahwa standar kecantikan tiap orang relatif berbeda-beda namun secara tidak sadar dibalik itu ada kekuatan media ataupun lingkungan sosial yang mencoba memberikan definisi cantik dan pola pikir tentang apa yang disebut cantik itu didefinisikan dengan kulit putih hampir tidak pernah perempuan yang memiliki kulit coklat dibidang cantik. Untuk para wanita yang masih muda tentu ini menjadi sebuah dilema yang sangat besar, desakan yang sangat besar untuk bisa terlihat cantik (Pratiwi, 2018). Beberapa mahasiswa yang peneliti wawancara di lingkungan Universitas Garut beranggapan bahwa cantik tidak hanya bisa dilihat dari fisik banyak faktor lain yang menunjang bagi seseorang agar bisa terlihat cantik namun kebanyakan juga kebanyakan mendefinisikan cantik itu yang berkulit putih seperti yang diungkapkan dua orang mahasiswa dari fakultas ilmu komunikasi dan dari fakultas ekonomi mengatakan :

Yang cantik menurut saya, memiliki badan yang tinggi, bersih, rapi tetapi untuk di zaman sekarang kebanyakan orang melihat orang yang cantik itu yang kecil, putih, walaupun berpakaian nya kurang rapih bahkan kotor sekalipun jika seorang wanita memiliki tubuh yang kecil dan berkulit putih itu bisa disebut cantik. Tetapi cantik juga bisa keluar dari dalam atau batin seperti sifat dan kepribadian kita yang baik itu juga turut andil dalam memancarkan aura kecantikan yang disebut Inner Beauty. Dan juga saya juga kadang suka minder ketika melihat orang-orang yang dalam arti lebih dari saya, rasanya saya jadi merasa kurang dengan apa yang saya miliki tetapi tidak selalu terjadi, cuman ketika hanya liat orang yang saya kira dia di atas saya baik dalam segi penampilan maupun fisik saya suka tidak percaya diri atau insecure.

Persepsi yang mendasarkan cantik harus memiliki kulit putih, tubuh tinggi dan lain sebagainya seperti yang media *blow up* harus segera di didekonstruksi. Karena jika tidak secepat-cepat didekonstruksi bisa mengakibatkan diskriminasi yang kian tajam menumbuhkan secara tidak sadar sikap rasisme. Aspek-aspek yang terbentuk secara lahiriyah seperti warna kulit, warna rambut, bentuk hidung dan aspek-aspek lahiriyah lainnya adalah segala sesuatu yang terbentuk secara alamiyah tentunya itu tidak adil jikalau standar cantik diukur berdasarkan indikator-indikator lahiriyah semata, karena tuhan sejatinya menciptakan manusia berdeda-beda satu sama lainnya. Isu rasisme ini bisa terjadi dimana saja dan kepada siapa saja, ada salah satu video di media sosial tentang percakapan antar wanita Indonesia dan pria Korea yang mana pria tersebut secara jelas mengatakan bahwa wanita Indonesia begitu jelek bahkan tidak haya sampai situ pria yang berasal dari korea itu juga mengatakan bahwa Indonesia sangat jauh di bawah Korea dalam segala bidang. Isu rasisme ini masih sangat rentan terjadi apalagi dalam konteks fisik dan bisa menimbulkan masalah dalam lingkungan sosial (Wardhani, 2021). Isu rasisme ini bisa menimbulkan banyak masalah di dalam lingkungan sosial, bahkan tidak hanya diluar negri dalam negri pun isu rasisme ini masih banyak terjadi apalagi terhadap warga dari timur, yang mayoritas memiliki kulit berwarna hitam berbeda dengan orang Indonesia kebanyakan, dikutip dari BBC Indonesia ada salah satu mahsiswi yang mengalami rasisme di Jakarta yang mana ada anak kecil yang mengatakan secara jelas kepada mahsiswi tersebut dengan kata “orang hitam” dan yang paling miris si ibu dari anak tersebut tidak melakukan apa-apa hanya tertawa. Disini bisa lihat betapa tingginya tingkat rasisme dari konteks fisik yang merupakan aspek lahiriyah (Nurdin, 2020).

Citra kecantikan banyak sekali digambarkan oleh berbagai perusahaan kecantikan melalui produk iklan berdasarkan karakteristik kecantikannya. Dalam pesan yang disampaikan melalui iklan ini kecantikan biasanya bersifat tidak terasa, halus, memberikan mimpi juga fantasi, tidak terlihat memaksa tetapi justru membuat para perempuan lebih mempesona, dan yang paling penting terkesan memberikan solusi bagi setiap perempuan (Pratiwi, 2018). Oleh karena itu, maka kecantikan seharusnya bisa juga bisa dilihat dari aspek ruhaniah seseorang (*Inner Beauty*). Kecantikan yang sesungguhnya bisa memberikan energi yang positif bagi lingkungan sekitar sehingga kriteria kecantikan akan berubah dari yang tadinya berpresepsi cantik itu harus putih,

langisng dan tinggi menjadi seseorang yang memiliki kemampuan dan memiliki segudang prestasi yang bisa memberikan manfaat yang besar bagi lingkungan sosial serta memiliki prilaku yang baik (Maulidani & Listiani, 2021).

Karena makna kecantikan yang hadir saat ini merupakan sebuah kontruksi sosial, yang tidak lagi memaknai cantik sebagaimana cantik, tetapi cantik hari ini menjadi sebuah kebutuhan, dimana kebutuhan upaya mendapatkan pengakuan sosial, penghargaan aktualisasi diri, seperti yang banyak terjadi di media sosial banyak para wanita berlomba-lomba untuk memamerkan kecantikan mereka bahkan dengan cara yang tidak baikpun mereka lakukan upaya mendapat atensi serta perhatian dari publik (Purba & Gaspersz, 2022). Fenomena ini menjadi sebuah perhatian khusus bagi banyak pihak karena jika tidak diperhatikan dengan seksama akan cukup fatal bahayanya selain itu fenomena ini juga menjadi sebuah fenomena yang berlangsung sangat lama dan terus berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Pola pikir para remaja harusnya di didik supaya tidak terjadi hal-hal yang banyak diberitakan di media, apalagi negara kita merupakan negara dengan ragam suku, budaya, bahasa dan agama tentunya ini harus menjadi sebuah perhatian bagi remaja upaya terus mempertahankan keutuhan dan kerukunan dalam bernegara (Purnamasari & Zaelani, 2021).

Berdasarkan hasil pengamatan dilapangan, peneliti menemukan bahwasanya presepsi tentang standar kecantikan itu amat sangat penting, terlebih maraknya rasisme yang terjadi di media sosial yang banyak di *blow up* oleh sebagian pihak yang menganggap fenomena ini penting. Peneliti ingin menggali lebih dalam terkait masalah sosial tentang pro dan kontra nya terkait standar kecantikan dan inner beauty bagi setiap individu di lingkungan Universitas Garut, upaya meminimalisir rasisme di lingkungan Universitas Garut. Penelitian ini berdasarakan pada teori fenomenologi dimana teori ini menjelaskan tentang pengalaman hidup seseorang untuk bagaimana mengetahui bahwa individu merasakan pengalaman dan dapat memberikan mereka mengenai suatu fenomena yang terjadi di lingkungan masyarakat. Peneliti menggunakan teori fenomenologi yang berasal dari Alfred Schutz dan Edmund Husserl. Fenomenologi menurut Schutz mefokuskan kepada moif, yang mana motif ini terbagi menjadi dua yang pertama “motif untuk”, motif untuk ini menunjukkan pada sesuatu yang akan datang pada masa depan, maka dengan demikian motif ini akan menimbulkan suatu pertanyaan. Serta yang kedua “motif karena”, motif karena menunjukkan pada sesuatu hal yang sudah terjadi atau terjadi di masa lampau, dengan melihat pengalaman dan pengetahuan sebelumnya tentang dari apa dari akibat dari apa yang dilakukan sebelumnya. Sedangkan menurut Edmund Husserl memfokuskan kepada makna, dimana merupakan satu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari semantik dan selalu melakat dari apa yang diucapkan. Serta pengalaman, dimana pengalaman pada dasarnya terjadi melalui suatu proses dimana rangsangan eksternal seperti cahaya untuk mata, bunyi untuk telinga, serta bau untuk hidung melalui pancaindra yang diteruskan ke pusat tertentu di dalam otak setelah itu di tafsirkan sebuah pengamatan seseorang terhadap suatu fenomena (Kuswarno, 2013).

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan, maka yang menjadi fokus masalah penelitian adalah bagaimana pandangan bagi seorang wanita di lingkungan Universitas Garut tentang makna dari kata *Inner Beauty* serta seperti apa standar kecantikan dari perspektif masing-masing individu dan juga bagaimana para kaum wanita mengkonstruksi makna kata *Inner Beauty* dan standar kecantikan, motif apa yang mendorong mereka merasa kurang percaya diri ketika menghadapi orang yang jauh lebih cantik di atas nya serta pengalaman apa yang pernah mereka alami setelah banyak terjadinya kasus rasisme yang marak terjadi dimana-mana.

Dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana pemaknaan yang dialami oleh seorang wanita tentang betapa pentingnya sebuah penampilan dan kecantikan bagi seorang wanita di zaman sekarang ditengah kencangnya iklan-iklan produk kecantikan yang banyak menampilkan model-model yang seakan-akan menjadi standar kecantikan di zaman sekarang. Peneliti tertarik melakukan penelitian ini dikarenakan banyak sekalai kasus-kasus rasisme yang terjadi baik dalam dunia nyata maupun dalam dunia maya yang mana itu sangat dipengaruhi oleh iklan-iklan dari prodak kecantikan yang menormalisasi standar kecantikan dengan apa yang media tampilkan yang mana itu tidak mungkin bisa di aplikasikan kepada seluruh perempuan, yang mengakibatkan banyaknya kasus-kasus rasisme terhadap orang-orang yang tidak sesuai dengan apa yang ditampilkan oleh media.

Berdasarkan pemaparan yang telah peneliti tulis peneliti mengambil salah satu penelitian terdahulu dari Wellfarina Hamer tahun 2021 yang berjudul Interpretasi Makna Cantik Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Fenomenologi Sosial dari Institut Agama Islam Negri Metro. Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi oleh adanya perbedaan persepsi dalam memaknai cantik bagi setiap perempuan yang lebih sering dilihat dari penampilan sehingga para mahasiswa berusaha sekarsa mungkin tampil cantik dengan menggunakan berbagai macam produk kecantikan untuk pergi ke kampus sehingga cantik menjadi suatu kebutuhan akan pengakuan sosial. Tujuan dari penelitian ini untuk mengungkap seperti apa makna cantik bagi mahasiswi jurusan Tadris IPS IAIN Metro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pendekatan studi fenomenologi. Penelitian ini menunjukkan hasil dalam memaknai cantik cenderung pada makna objektive dilihat dari segi bentuk tubuh idela, kulit putih dan cerah, berpenampilan menarik dari pada makna yang subjektiv yang bisa dilihat dari kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, dan kecerdasan spiritual. Penelitian memiliki perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan, penelitian ini memfokuskan pada makna dari seorang perempuan tentang standar kecantikan di kalangan mahasiswi pada zaman sekarang, sedangkan penelitian yang Wellfarina lakukan memfokuskan kepada makna cantik menurut laki-laki ataupun perempuan di kalangan mahasiswa (Hamer & Wahyuni, 2021).

Peneliti juga mengambil penelitian terdahulu dari Retno Sari tahun 2017 yang berjudul Kontruksi Makna Cantik Bagi Mahasiswa Universitas Riau Berkulit Coklat. Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi dengan adanya stigma yang berkembang dimasyarakat yang mengatakan bahwa cantik itu yang berkulit putih, yang mengakibatkan banyaknya produk-produk kecantikan pemutih kulit yang dipasarkan di Indonesia, dan dari iklan-iklan produk inilah yang berhasil mepresentasikan bahwa cantik itu harus putih. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan teori Fenomenologi Alfred Schutz. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui arti kecantikan dan pengalaman komunikasi bagi coed berkulit coklat Universitas Riau. Penelitian ini menunjukan hasil Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adalah sebagai berikut yang pertama, makna kecantikan bagi Coed University Riau berkulit coklat yang terdiri dari keindahan luar yang berkulit putih, tampan, bersih, dan wajah. Sedangkan keindahan dari dalam jiwa, hati, kecerdasan, pikiran dan kepribadian. Kedua, pengalaman komunikasi dikategorikan ke dalam dua kategori, pengalaman komunikasi yang manis menjadi penerimaan yang baik, dukungan dari keluarga, tetangga, teman, pacar dan humor yang membuat hubungan keluarga menjadi dekat dan harmonis, mendapatkan lebih banyak perhatian, mendapatkan perhatian yang berbahaya menelepon, mendapatkan pujian yang indah, karakter unik dan tidak membosankan, serta pengalaman komunikasi pahit seperti penolakan dari keluarga, tetangga, teman, lawan jenis, subjek humor, mendapatkan ejekan, penghinaan atau tekanan, mendapatkan nicknam baru, kurang percaya diri dengan lawan jenis, dan sulit untuk mencocokkan pakaian yang tepat dengan warna kulit. Kata kunci: artinya kecantikan, Coed, Berkulit coklat (Sari & Salam, 2017).

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi kepustakaan. Sedangkan informan pada penelitian ini adalah mahasiswa yang memahami tentang inner beauty, mengikuti tren kecantikan, mahasiswa semester 3-8 dan bersedia untuk memberikan informasi untuk melengkapi tujuan dari penelitian ini. Berikut tabel informan penelitian ini terlihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data Informan

Nama	Fakultas	Semester	NPM	Umur
Sella Sundarela	FKOMINFO	7	24071119211	21 Tahun
Ari Haifa Khaerunnisa	FISIP	7	24012119153	21 Tahun
Putri Imania Fhaliati	FMIPA	8	24041118185	21 Tahun
Devia Fitriani	FEKON	3	24081120090	20 Tahun
Febrianty Natasya	FKWU	5	24081120187	21 Tahun

Sumber : Hasil Observasi, 2022

Sedangkan kriteria narasumber dalam penelitian ini adalah memiliki pengetahuan dalam bidang kecantikan, memiliki pengalaman di bidang kontes kecantikan, praktisi dalam ajang kontes kecantikan dan bersedia memberikan informasi dengan benar.

Tabel 1. Data Narasumber

Nama	Status	Umur
Dinda Setiadew, M.Psi	Psikolog Klinis Dewasa	33 Tahun
Suci Dzikriani	Mojang Garut 2022	21 Tahun
Aliza Ayu Bintani	Putri Pariwisata Jabar 2019	22 Tahun

Sumber : Hasil Observasi, 2022

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Motif *Inner Beauty* Bagi Mahasiswi

Motif merupakan atau alasan manusia dalam melakukan dan mengambil suatu keputusan dalam suatu hal. Motif yang ada dalam diri seseorang akan berdampak pada kinerja dan kemampuannya dalam mencapai tujuan. Motif juga menggunakan sistematis antara respon dan dorongan, motif juga tidak harus digambarkan secara sadar akan tetapi lebih mengarah pada keadaan perasaan. Ada dua jenis motif orang melakukan sesuatu hal yang pertama ada motif untuk dan yang kedua ada motif karena.

Motif Untuk

Motif untuk merupakan suatu dimensi dari teori fenomenologi upaya mencari tahu dimana letak dari tujuan dan latar belakang seseorang melakukan sesuatu, dengan mencari tahu informasi dengan menggunakan motif untuk ini maka kita akan mengetahui dari tujuan dan latar belakang dari *inner beauty* sebagai standar pemutus kecantikan bagi mahasiswi di Universitas Garut. Dalam proses wawancara, seluruh informan memiliki motif nya masing-masing dalam menerapkan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan. Berikut adalah beberapa pernyataan yang disampaikan oleh informan terkait motif dari *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan :

“Tujuan memiliki *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan yaitu memiliki kecantikan dari dalam akan lebih menjadi percaya diri. Hal ini disebabkan karena sudah berhasil menerima segala kekurangan dengan mencintai diri sendiri” (Sela Sundarela, 2022).

“Tujuan saya memutuskan kata tersebut karena dilingkungan saya masih banyak yang tidak percaya diri dengan ukuran tubuhnya dan wajarhnya yang rata-rata berpikir memiliki proporsi tubuh yang ideal seperti tinggi dan langsing, yang memiliki bentuk wajah, mata, idung dan bibir yang indah” (Ari Hanifa, 2022).

“Tujuan memiliki *inner beauty* bukan lah untuk sekedar mendapatkan pengakuan atau pandangan baik dari orang lain, namun untuk mendapatkan hidup yang lebih nyaman dan tenang” (Putri Imania, 2022).

“Jika *inner beauty* dijadikan standar kecantikan memungkinkan semua perempuan berkesempatan adil untuk menjadi cantik. Tidak hanya dengan mengejar standar cantik tentang badan tinggi, langsing, putih, hidung mancung dan ketentuan lainnya, akan tetapi kebaikan hati dan faktor psikologis yang harus lebih diperhatikan meliputi kepribadian, kebijaksanaan, kecerdasan, kesopanan, kesabaran, kharisma, integritas, simpati, empati, dan kasih sayang” (Devia Fitriani, 2022).

“Tujuan saya dalam menggunakan kata *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan yaitu untuk menanamkan kecantikan dalam diri agar menjadi lebih percaya diri di lingkungan sosial” (Febrianty Natasya, 2022).

Dari yang disampaikan oleh para informan terkait *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan mereka memiliki motif tersendiri seperti yang dinyatakan oleh Sela Sundarela selaku informan pertama, Ari Hanifa selaku informan kedua dan Febrianty Natasya selaku informan kelima memiliki kesamaan motif mereka menggunakan *inner beauty* adalah untuk bisa lebih percaya diri di lingkungan sosial mereka serta mencintai diri sendiri. Menurut Putri Imania selaku informan ketiga motif beliau menggunakan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan

agar bisa mendapatkan hidup lebih nyaman dan tenang sedangkan menurut Devia Fitriani selaku informan kelima motif beliau menggunakan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan agar semua wanita bisa adil dalam mendapatkan kecantikan yang tidak hanya dilihat dari segi fisik namun ada juga cantik dari dalam.

Motif Karena

Peneliti juga meninjau dari aspek motif karena yang mana merupakan suatu alasan atau hal yang dapat menjadi latar belakang mahasiswi menerapkan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan, karena dapat dilihat dari apa penyebab yang melatar belakangi para mahasiswi di Universitas Garut menerapkan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan. Dari hasil wawancara peneliti dengan kelima informan, ditemukan bahwa penggunaan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan utamanya karena ketidakpercayaan wanita dengan kecantikan yang dimilikinya dikarenakan banyaknya stigma masyarakat yang menilai cantik hanya dari segi fisiknya saja.

“Karena kecantikan dari dalam lebih penting dibanding kecantikan fisik (kecantikan dari luar). Tidak dapat dipungkiri bahwa kecantikan fisik akan memudar seiring berjalannya waktu, sementara *inner beauty* akan berlangsung sepanjang masa.” (Sela Sundarela, 2022).

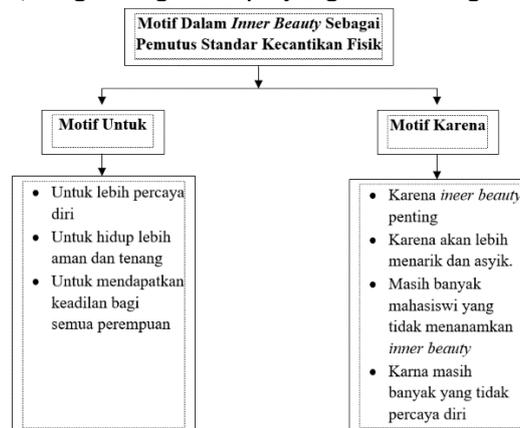
“Hal yang menjadi dorongan menggunakan kata “*inner beauty*” untuk standar kecantikan yaitu saya sadar yang terbaik dari seseorang itu “*inner beauty*”nya yang membuat seseorang percaya diri, terlihat menarik, dan asik untuk orang sekitarnya” (Ari Hanifa, 2022).

“Dorongan saya dalam menggunakan kata *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan adalah karena menurut saya ada beberapa orang yang sudah memiliki standar kecantikan secara fisik namun secara *inner beauty* kurang dan menyebabkan mendapat celaan dari masyarakat”(Putri Imania, 2022).

“*Insecure* sudah menjadi istilah yang tidak asing banyak diantara wanita yang sering merasakan hal itu dan itu yang menjadi dorongan untuk menggunakan *inner beauty* sebagai standar pemutus kecantikan” (Devia Fitriani, 2022).

“yang menjadi dorongan saya menggunakan kata *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan karena *inner beauty* yang membuat seseorang percaya diri, terlihat menarik, dan asik untuk orang sekitarnya sehingga bisa memunculkan aura positif bagi lingkungan sekitar” (Febrianty Natasya, 2022).

Dari yang disampaikan oleh para informan terkait *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan banyak hal yang mendorong seseorang untuk menggunakan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan, tergantung dari apa yang mereka ingin capai atas dirinya.



Sumber: Hasil wawancara, 2022

Bagan 1. Model Motif Dalam *Inner Beauty* Sebagai Pemutus Standar Kecantikan Fisik

Hasil Penelitian Pengalaman *Inner Beauty* Bagi Mahasiswi

Pengalaman merupakan suatu peristiwa yang terjadi pada diri seseorang atas dasar kesadaran diri sebagai manusia. Pengalaman merupakan observasi antara perpaduan penglihatan, pendengaran, penciuman. Pengalaman ini yang dimaksudkan adalah pengalaman yang terjadi dan dirasakan oleh kelima informan yang telah peneliti wawancarai mengenai *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan bagi mahasiswa, yang mana mereka memiliki pengalaman yang berbeda-beda satu dengan yang lain, seperti yang disampaikan oleh informan sebagai berikut:

“Pengalaman saya pribadi yaitu bangga menjadi diri sendiri dan tidak berusaha untuk menjadi orang lain” (Sela Sundarela, 2022).

“saya semakin percaya diri, dapat menerima seseorang yang berbeda pendapat, dapat bergaul dengan siapapun dengan bisa menepatkan diri dan tidak mudah terbawa pergaulan yang buruk” (Ari Hanifa, 2022).

“Seseorang akan lebih tertarik pada orang yang memiliki *inner beauty* itu sudah terbukti. Cantik secara visual saja tidak cukup, dan itu tidak akan membuat seseorang tertarik kepada kita bertahan lama, mereka akan lebih tertarik kepada orang yang memiliki kepribadian yang berbeda dari orang lain” (Putri Imania, 2022).

“menambah tingkat kepercayaan diri dan lebih menghargai diri saya sendiri. Serta mencegah kita agar tidak mudah memberikan suatu pandangan/penilaian terhadap orang lain dengan seenaknya. Begitupun sebaliknya orang-orang sekitar saya juga bisa menghargai saya” (Devia Fitriani, 2022).

“Menurut pengalaman saya, *inner beauty* membuat saya lebih percaya diri dan lebih bisa mengasah kemampuan yang saya miliki dan juga masih banyak orang yang merasa tidak percaya diri dan percaya bahwa kecantikan fisik lebih di terima lingkungan dari pada “*inner beauty*” karena menurut mereka bersikap baik tidak cukup agar semua orang menyukainya” (Febrianty Natasya, 2022).

Dari yang disampaikan oleh kelima informan terkait pengalaman dalam penggunaan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan memiliki pengalaman yang berbeda menurut pernyataan dari informan pertama yaitu Sela Sundarela pengalam beliau dalam penggunaan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan adalah menjadi bangga pada diri sendiri serta tidak berusaha menjadi orang lain, sedangkan menurut pernyataan dari informan kedua Ari Hanifa dan infroman kelima dan kelima yaitu Devia dan Febrianty memiliki pengalaman yang sama yaitu bisa menjadi lebih percaya diri terhadap diri sendiri dan lebih menghargai diri sendiri dan menurut informan ketiga Putri Imania beliau menyatak bahwa seseorang akan menjadi lebih tertarik kepada orang yang memiliki *inner beauty*.



Sumber: Hasil Wawancara, 2022

Bagan 2. Model Pengalaman Komunikasi *Inner Beauty* Bagi Mahasiswa

Hasil Penelitian Makna *Inner Beauty* Bagi Mahasiswi

Peneliti juga meninjau dari aspek makna ini merupakan dimensi ketiga dari teori fenomenologi yang mana merupakan hasil hubungan antara bahasa dan dunia luar. Penentuan

hubungan terjadi karena adanya suatu kesepakatan antara pelaku sehingga terjadi perwujudan dari makna itu sendiri, dan dapat digunakan untuk menyampaikan informasi sehingga bisa saling mengerti. Di dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan makna yakni yang memiliki kaitan dengan komunikasi, pada hakikatnya merupakan suatu fenomena sosial. Makna sebagai konsep komunikasi mencakup lebih dari pada sekedar pemahaman atau penafsiran seorang individu saja, tetapi makna juga selalu mencakup banyak pemahaman mengenai aspek-aspek pemahaman yang secara bersama dimiliki oleh para komunikator. Makna dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai sudut pandang penerimaan para mahasiswi sebagai informan terhadap penggunaan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan.

Makna pertama dari sudut pandang Fenomenologi ini yakni dari bagaimana para informan memaknai *inner beauty* yang digunakan sebagai pemutus standar kecantikan bagi mahasiswi, dari wawancara yang telah dilakukan berikut pernyataan dari kelima informan sebagai berikut :

“Makna *inner beauty* adalah kecantikan yang berasal dari dalam diri yang terpancar ketika hati dipenuhi kebaikan dan merupakan anugerah yang dimiliki oleh wanita semenjak mereka dilahirkan ke dunia” (Sela Sundarela, 2022).

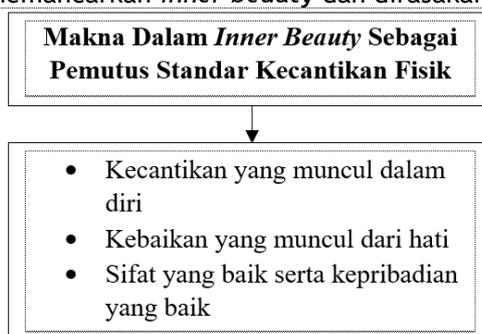
“*Inner beauty* adalah seseorang yang dapat mengendalikan emosi, percaya diri, bersikap baik terhadap diri sendiri maupun orang lain, mudah berkomunikasi, memiliki pendirian yang kuat tapi tetap menghargai orang lain” (Ari Hanifa, 2022).

“*Inner beauty* diartikan sebagai kecantikan yang dapat dinilai dari kepribadian seseorang, Karena sejatinya kecantikan dari segi visual dapat memudar namun kecantikan yang berasal dari kepribadian seseorang akan tetap terlihat” (Putri Imania, 2022).

“kekuatan yg berasal dari dalam diri seseorang bisa terus terpancar ketika hati dipenuhi dengan kebaikan dan sifat sifat yang tidak” (Devia Fitriani, 2022).

“Menurut saya *inner beauty* itu dimaknai dengan kecantikan yang berasal dari dalam diri seseorang yang akan terpancar ketika hati dipenuhi dengan kebaikan. Jangan sampai sibuk mengurus kecantikan diri saja hingga lupa pada *inner beauty* karena *inner beauty* lah yang lebih utama untuk diperbaiki” (Febrianty Natasya, 2022).

Dari hasil wawancara dengan kelima informan, makna dari *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan hampir memiliki kesamaan antara satu sama lain yang mana kelima informan memaknai *inner beauty* sebagai kecantikan yang muncul dari dalam diri dan bisa menjadi sebuah kekuatan diri bagi individu atau orang yang memiliki *inner beauty*. *Inner beauty* juga dimaknai sebagai simbol kebaikan yang muncul dari hati seseorang dengan kepribadian dan sifat yang baik menjadikan seseorang bisa memancarkan *inner beauty* dan dirasakan oleh orang sekitar.



Sumber : Hasil Wawancara, 2022

Bagan 3. Model Makna Dalam *Inner Beauty* Sebagai Pemutus Standar Kecantikan Fisik

Pada bagian ini, penulis akan melakukan analisis pembahasan terkait dengan motif, pengalaman dan makna *Inner Beauty* Sebagai Pemutus Standar Kecantikan Fisik Bagi Mahasiswi Universitas Garut. Hasil wawancara peneliti dengan narasumber menjelaskan bahwa motif untuk yang dilakukan mahasiswi dalam penggunaan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik yang pertama untuk bisa lebih percaya diri dan dihargai dalam melakukan sosialisasi di lingkungannya, kedua untuk bisa hidup lebih aman dan tenang dari stigma masyarakat yang menstandarisasi kecantikan yang ketiga untuk mendapatkan keadilan bagi semua perempuan tentang kecantikan karena sejatinya semua perempuan bisa tampil cantik tidak hanya dilihat dari

outer beauty atau kecantikan dari luar bisa juga dilihat dari *inner beauty* yang bisa memancar keluar dan dirasakan oleh orang lain. Selaras dengan apa yang disampaikan ibu Dinda Setiadewi, M.Psi., selaku psikologi klinis dewasa dan juga sebagai narasumber dalam penelitian ini beliau menyatakan bahwasanya *inner beauty* jika dihubungkan dengan konteks psikologi bisa untuk mengubah mindset satu atau sekelompok orang agar bisa jadi lebih sehat dari aspek mental yang nantinya akan bisa menerima diri sendiri dengan segala kekurangan dan kelebihan serta dengan kondisi mental yang baik akan bisa melakukan hubungan antar manusia dengan baik.

Pembahasan ini juga selaras dengan penelitian terdahulu dari Sri Wahyuni dkk, 2018 tentang makna cantik di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial universitas negeri padang angkatan 2015, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menjadi cantik agar bisa menarik perhatian lawan jenis, wanita yang dapat menarik perhatian laki-laki akan merasa lebih di hargai lingkungan sosial daripada wanita yang tidak cantik, tidak dipungkiri dihargai oleh lingkungan dan masyarakat adalah salah satu kebahagiaan yang diharapkan para wanita karena ia merasa lebih di akui keberadaannya, kedua untuk bisa lebih percaya diri karena wanita yang tidak percaya diri terhadap dirinya sehingga mengakibatkan wanita berperilaku sosial cenderung pasif, dan yang ketiga untuk mendapat pujian dari lingkungan sosial, sama halnya yang diungkapkan oleh informan dalam penelitian ini bahwa mahasiswi menerapkan *inner beauty* atau kecantikan dari dalam yaitu agar lebih percaya diri dan dihargai di lingkungan sosial dan dalam penelitian terdahulu ini menyebutkan bahwa motif mahasiswi menjadi cantik selain untuk menarik perhatian lawan jenis juga agar untuk bisa dihargai di lingkungan sosialnya (Wahyuni & Erianjoni, 2018).

Sedangkan motif karena dalam penggunaan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik bagi mahasiswi Universitas Garut karena *inner beauty* penting bagi individu untuk bisa bersosialisasi dengan lingkungannya agar bisa diterima dan tidak terjadi tindak rasisme, yang kedua dengan adanya *inner beauty* dalam diri seseorang akan lebih menarik dan asyik untuk melakukan komunikasi dengan orang karena dengan kepribadian dan sifat yang baik seseorang bisa nyaman untuk melakukan hubungan antar manusia, ketiga karena para mahasiswi masih banyak yang kurang dalam menanamkan *inner beauty* dikarenakan kurangnya pengetahuan yang cukup dan juga kurangnya sosialisasi terkait pentingnya menanamkan *inner beauty* dalam diri, kelima karena masih banyak yang tidak percaya diri terhadap potensi diri yang dimiliki yang masih bisa dikembangkan dari bukan hanya dari segi fisik tapi juga dari segi pola pikir tingkah laku serta kepribadian terutama dikalangan mahasiswi yang notabane nya harus bisa berpikir kritis dan memiliki tingkat intelektual yang bagus.

Selaras dengan pernyataan dari Narasumber ketiga yaitu Aliza Ayu Bintani beliau menyatakan bahwasanya kecantikan tidak bisa hanya dinilai dari 1 sisi saja, melainkan harus balance baik dari dalam maupun dari luar, karena Cantik yang terpancar melalui kepribadian perempuan, merupakan sebuah kondisi ketika seseorang dapat diterima oleh lingkungan sosial karena karakter, sikap dan perilaku yang melekat pada perempuan tersebut mampu memberi efek yang berarti terhadap realitas sosial di sekitarnya dan bisa menyebabkan menjadi lebih percaya diri dalam berinteraksi sehingga bisa meningkatkan secara maksimal potensi yang ada dalam diri apalagi sebagai mahasiswi yang harus bisa menjadi agen perubahan di lingkungan masyarakat tidak memandang gender baik perempuan atau laki-laki harus bisa menjadi agen perubahan di masyarakat.

Berdasarkan hasil analisis peneliti yang disampaikan oleh narasumber, teori, penelitian terdahulu maka hasil pembahasan penelitian terkait motif *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik bagi mahasiswi Universitas Garut memiliki tujuan yang intinya agar mahasiswi bisa percaya diri ketika berada di lingkungan sosial yang saat ini standar kecantikan bagi wanita di konstuksi oleh masyarakat sedemikian rupa. Sejatinya kecantikan wanita khususnya mahasiswi harus memiliki *inner beauty* bukan hanya *outer beauty* karena mahasiswi merupakan agen perubahan bagi lingkungan masyarakat, perilaku, spiritual serta intelektual yang merupakan *inner beauty* harus bisa dijadikan sebagai pemutus standar kecantikan fisik bagi mahasiswa di lingkungan sosial.

Peneliti juga meninjau penelitian ini dari aspek pengalaman, mengacu pada konsep Edmund Husserl pengalaman merupakan kata dasar dari "alami" yang memiliki arti mengalami, menempuh, mengarungi, menghadapi, menyebrangi, mengganggu, mendapatkan, menyelami,

melakoni dan merasakan yang mana pengalaman ini bermaksudkan suatu peristiwa yang terjadi dan disadari dalam keadaan sadar oleh tubuh manusia termasuk dalam penelitian disini pengalaman ini terjadi atas apa yang telah dilalui oleh seseorang, termasuk mahasiswi dalam konteks *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik bagi mahasiswi Universitas Garut. Dari hasil wawancara dengan narasumber serta temuan peneliti dilapangan peneliti menemukan bahwasanya pengalaman yang didapat setelah menerapkan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan bagi mahasiswi yang pertama bisa menjadikan seseorang menjadi bangga akan dirinya sendiri, dengan apa yang telah dikaruniai oleh tuhan kepada individu tersebut, yang kedua bisa menjadi semakin percaya diri dengan apa yang dia punya dalam melakukan sosialisasi dengan lingkungannya serta bisa menjadi lebih menghargai diri sendiri dengan kelebihan dan kekurangan yang ada di dalam diri dan yang ketiga bisa membuat orang mudah tertarik kepada seseorang yang menerapkan *inner beauty* karenan dengan kebaikan, sifat, dan prilaku yang baik seseorang bisa nyaman dalam melakukan hubungan antar manusia.

Selaras dengan apa yang disampaikan narasumber yang bernama Aliza Ayu Bintani selaku Putri Pariwisata Jabar 2019 beliau menyatakan bahwa *inner beauty* bisa membawa dampak yang signifikan terhadap diri sendiri terutama di lingkungan sosial dalam menjalin hubungan baik dengan orang lain terutama dengan lawan jenis, perempuan yang menerapkan *inner beauty* dan memancarkannya keluar akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam bersosialisasi dengan lingkungannya hal ini dikarenakan orang yang menerapkan *inner beauty* sudah berhasil bisa menerima diri sendiri dengan segala kekurangn ataupun kelebihanannya. Pembahasan ini juga selaras dengan penelitian terdahulu, dari Siti Maria Ulva, 2021 tentang interpretasi makna cantik dari kalangan mahasiswa dalam persfektif fenomenologi sosial, hasil penelitian menunjukan bahwa pengalaman yang didapat dalam memancarkan *inner beauty* dan juga *outer beauty* yang pertama bisa menarik perhatian, wanita yang cantik dapat menarik perhatian laki-laki dan akan lebih di hargai daripada wanita yang tidak cantik, kedua lebih percaya diri segala upaya akan dilakukan untuk terlihat cantik karena dengan begitu mereka akan jauh lebih percaya diri dan aktif dalam kegiatan dikampus maupun diluar kampus ini sejalan dengan yang diungkapkan informan dalam penelitian ini yang mana pengalaman infroman dalam menerapkan *inner beauty* salah satunya yaitu menjadi lebih percaya diri dalam melakukan kegiatan di kampus ataupun dilingkungan sosial (Ulva, 2021).

Berdasarkan hasil analisis peneliti yang disampaikan oleh narasumber, teori, penelitian terdahulu maka hasil pembahasan penelitian terkait pengalaman dalam menerapkan konsep *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik bagi mahasiswi Universitas Garut mahasiswi memiliki kebanggaan tersendiri dalam dirinya dengan apa yang telah Tuhan berikan dan bisa lebih menghargai diri baik dengan kelebihan dan kekurangannya, dengan perikalu yang baik serta sifat yang baik yang itu merupakan bagian dari *inner beauty* bisa membuat mudah untuk menjalin hubungan yang baik dengan lingkungan sosial. Bagi wanita memiliki kecantikan fisik merupakan suatu kelebihan tersendiri apalagi jika dibarengi dengan kecantikan dari dalam (*inner beauty*) itu akan membuat lebih mudah menarik perhatian lawan jenis serta akan lebih dihargai di lingkungan sosial, pengalaman yang banyak dirasakan oleh mahasiswi di Universitas Garut dalam menerapkan konsep *inner beauty* menjadikan mereka menjadi lebih percaya diri dan bangga akan diri sendiri (Yusanto, 2018).

Mengacu pada konsep Edmund Hussrel makna merupakan proses dari pengalaman empiris ke makna esensi ini yang oleh Husserl dinamakan "*ideation*" maksudnya disini objek yang muncul dalam kesadaran bersatu dengan objek itu sendiri, untuk menghasilkan makna yang dijadikan dasar bagi pengetahuan. Makna ada pada tubuh diri sendiri sesuai dengan apa yang ia rasakan dan terima, khususnya dalam meenggunakan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik bagi mahasiswi, makna juga bukan hanya dari reaksi belaka dari tindakan orang lain pada individu lainnya, dalam hal ini analisis makna di dukung oleh Teori Interkasionisme simbolik yang menyebutkan sifat khas dari interaksi antar manusia (Yanti, 2020). Dalam hal ini bukan hanya interaksi yang dilakukan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Sebagai manusia yang berpendidikan, mahasiswi ditekankan memiliki wawasan dan pola pikir yang kritis serta rasional dalam menanggapi sesuatu, begitupun dengan penerapan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan mahasiwi harusnya lebih bisa terbuka akan pandangan soal cantik. Dari hasil penemuan dilapangan dan juga hasil wawancara dengan para informan peneliti menemukan

pemaknaan tentang *Inner beauty* dimaknai beragam oleh mahasiswi, pertama *inner beauty* dimaknai sebagai kecantikan yang muncul dari dalam diri dan terpancar keluar sehingga memunculkan kecantikan bagi individu yang menerapkan konsep *inner beauty*, ada juga yang memaknai *inner beauty* sebagai kebaikan yang muncul dari hati seseorang karena dengan sikap yang baik tulus dan muncul dari hati seseorang bisa terlihat dan muncul sisi *inner beauty* nya dan bisa dirasakan oleh orang sekitarnya. Yang terakhir *inner beauty* dimaknai sebagai sifat yang baik serta kepribadian yang baik, bagi orang yang memiliki kepribadian yang baik serta sifat yang baik akan memunculkan aura yang positif dan bisa memunculkan *inner beauty* yang dapat dirasakan oleh orang sekitar.

Selaras dengan apa yang disampaikan Suci Dzikriani Febianti selaku mojang yang terpilih pada tahun 2022 dan juga sebagai narasumber dalam penelitian ini, yang mana beliau memaknai *inner beauty* sebagai sebuah kecantikan yang dimiliki oleh seorang wanita dan memancar dari kepribadian, sifat, dan perilaku yang baik yang dimiliki seseorang serta harus sering di sosialisasikan kepada masyarakat luas agar stigma tentang kecantikan bisa di dekonstruksi. Sedangkan dari sudut pandang psikologi yang disampaikan oleh narasumber pertama memaknai *inner beauty* sebagai upaya untuk mengubah mindset seseorang atau sekelompok orang, untuk melihat lebih luas mengenai kecantikan.

Pembahasan ini juga selaras dengan penelitian terdahulu, dari Wellfarina Hamer dan kawan-kawan, 2021, yang berjudul interpretasi makna cantik di kalangan mahasiswa dalam perspektif fenomenologi sosial, hasil penelitian menunjukkan bahwa makna cantik bagi setiap mahasiswa khususnya mahasiswa Tadris IPS IAIN Metro dalam memaknai cantik yang cenderung pada makna objektive dilihat dari aspek fisik atau dari luar yang mana dilihat dari bentuk tubuh ideal, kulit putih dan cerah, dan berpenampilan menarik (*outer beauty*) daripada makna subjektif yang dapat dilihat dilihat dari kecerdasan intelektual, kecerdasan emosional, kecerdasan spiritual serta sifat dan perilaku seseorang (*Inner Beauty*) (Hamer & Wahyuni, 2021). Berdasarkan hasil analisis peneliti yang disampaikan oleh narasumber, teori, penelitian terdahulu maka hasil pembahasan penelitian terkait makna dalam menerapkan konsep *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik bagi mahasiswi Universitas Garut dimaknai sebagai kecantikan yang muncul dari dalam diri seseorang yang mana *inner beauty* bisa berupa perilaku yang baik, sifat yang baik, kecerdasan spiritual serta kecerdasan intelektual yang bisa menimbulkan aura positif dan dapat dirasakan oleh lingkungan sekitarnya. Makna dari *inner beauty* para informan memfokuskan kepada aspek yang bersifat subjektif yang tidak hanya cukup dinilai dengan mata, para informan melihat konsep *inner beauty* secara luas.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti paparkan mengenai tentang makna *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik bagi mahasiswi Universitas Garut dengan menggunakan teori fenomenologi Alferd Schutz dan Husserl, maka dapat disimpulkan bahwa:

Motif yang dimiliki oleh para mahasiswi di Universitas Garut dalam menerapkan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik, terbagi menjadi dua motif, yaitu motif untuk dan motif karena. Motif untuk disini memiliki tujuan agar bisa lebih percaya diri dengan diri sendiri serta untuk bisa mendapatkan keadilan dan ketengan bagi keberlangsungan hidup bagi seorang wanita. Sedangkan motif karena dari hal ini yakni, *inner beauty* dianggap penting dan para mahasiswi masih banyak yang kurang dalam menanamkan *inner beauty* pada dirinya yang menyebabkan tidak percaya diri akan diri sendiri. Dalam aspek pengalaman, informan semua memiliki pengalaman positif dalam menerapkan *inner beauty* sebagai pemutus standar kecantikan fisik yang mana para mahasiswi bisa menjadi bangga dengan diri sendiri bisa menjadi semakin percaya diri dengan diri sendiri dan bisa menerima atas kekurangan dan kelebihan yang dimiliki dan bisa membuat orang menjadi tertarik dalam melakukan interaksi dengan lingkungan sosial. Dalam aspek makna para informan memaknai *inner beauty* dengan pandangannya masing-masing. *Inner beauty* dimaknai sebagai kecantikan bagi seorang wanita yang muncul dari dalam diri seseorang dari sifat yang baik, kepribadian yang baik yang memancar keluar dan menjadi *inner beauty* yang bisa terus memancar hingga akhir hayat tidak seperti kecantikan yang datangnya dari segi fisik yang bisa hilang ketika fisik sudah berubah dan menua.

5. REFERENCES

- Aprilia, D. R. (2013). Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan (Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body Shape & Prolene). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4 (12), 41-68. doi:<https://doi.org/10.24002/jik.v2i1.252>
- Aulia, S. (2022, 4 18). *6 Standar Kecantikan Korea Selatan, Paling Ketat Secara Global*. Retrieved from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/4938921/6-standar-kecantikan-korea-selatan-paling-ketat-secara-global#:~:text=Standar%20kecantikan%20Korea%20mengharuskan%20orang,dianggap%20sangat%20elegan%20dan%20modern.>
- Fahrudin, M. (2012). Konsep Inner beauty; Kajian Pendidikan Akhlaq. *Jurnal El-Hikmah*, 9 (2), 201-219. doi:<https://doi.org/10.32552/jsgd.v3i2.3440>
- Hamer, W., & Wahyuni, S. (2021). Interpretasi Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Fenomenologi Sosial. *Jurnal Studi Gender dan Anak*, 3 (2), 12-23. doi:<https://doi.org/10.32332/jsga.v3i2.3640>
- Islamey, G. R. (2020). Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah Femina. *Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 2 (5), 110-119. doi:<https://doi.org/10.24076/PIKMA.2020v2i2.400>
- Jahidin, S., & Ahmad, R. S. (2019, Juli 2). Konstruksi Makna Cantik Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makasar. *Jurnal Sosialisasi*, 6 (3), 108 - 113. doi:<https://doi.org/10.26858/sosialisasi.v0i0.13252>
- Karuru, P. (2017). Pentingnya Kajian Pustaka Dalam Penelitian. *Jurnal Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 2 (1), 193-200. Retrieved from <https://journals.ukitoraja.ac.id/index.php/jkip/article/view/149>
- Kuswarno, E. (2013). *Metodologi Penelitian Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Maulidani, D., & Listiani, E. (2021, 9 19). Makna Cantik dalam Iklan Kosmetik di Televisi. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 7 (2), 379-281. doi:<http://dx.doi.org/10.29313/.v0i0.29974>
- Nurdin, E. (2020, 6 12). 'Hinaan rasis' terhadap mahasiswi Papua: Semangat membanggakan Papua 'lebih besar' dari cercaan, 'ih ada orang hitam, kok bisa sampai Amerika'. Retrieved from BBC News Indonesia: <https://www.bbc.com/indonesia/dunia-53009570>
- Permana, R. S., & Suzan, N. (2018). Pengalaman Komunikasi dan Konstruksi Makna "OTAKU" Bagi Penggemar Budaya Jepang (OTAKU). *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, 8 (1), 177-182. doi:<https://doi.org/10.34010/jipsi.v8i1.887>
- Pratiwi, R. (2018,). Perempuan Dan Kontes Kecantikan. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10 (2), 134-142. doi:<https://doi.org/10.34001/an.v10i2.785>
- Purba, B., & Gaspersz, S. (2022). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Purnamasari, M., & Zaelani, P. I. (2021). Representasi Sosok Muslimah Cantik Pada Akun Instagram @atalla_official. *Jurnal dan Penelitian Studi Ilmu Komunikasi*, 2 (2), 81 - 97. doi:<https://doi.org/10.32897/buanakomunikasi.2021.2.2.1115>
- Purwandari, S. N., & Nugroho, C. (2021). Construction Of Beauty Meaning In Beauty Products Advertisement. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 4 (3), 77 - 87. doi:<https://doi.org/10.17933/diakom.v4i1.175>
- Rizaty, M. A. (2021, 10 5). *Industri Kosmetik Tumbuh 5,59 Persen, Ini Merek Perawatan Tubuh Terlaris pada Agustus 2021*. Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/05/industri-kosmetik-tumbuh-559-persen-ini-merek-perawatan-tubuh-terlaris-pada-agustus-2021>
- Sari, R., & Salam, N. E. (2017). Konstruksi Makna Cantik Bagi Mahasiswi Universitas Riau Berkulit Coklat. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4 (1), 1-15. doi:<https://doi.org/10.24376/perspektif.d1i6.34>
- Ulva, S. M. (2021). Interpretasi Makna Cantik Dari Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Fenomenologi Sosial. *Jurnal Studi Gender dan Anak*, 3 (2), 12-22. doi:<https://doi.org/10.32332/jsga.v3i2.3640>

- Wahyuni, S., & Erianjoni, E. (2018). Makna Cantik di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang Angkatan 2015. *Jurnal Perspektif Jurnal kajian Sosilogi dan Pendidikan*, 3 (6), 51-57. doi:<https://doi.org/10.24036/perspektif.v1i4.46>
- Wardhani, V. (2021, 3 12). *Viral Orang Korea Rasis ke Orang Indonesia, Lee Jeong Hoon Buka Suara*. Retrieved from Merdeka.com: <https://www.merdeka.com/sumut/viral-orang-korea-rasis-ke-orang-indonesia-lee-jeong-hoon-buka-suara.html>
- Winivia, M., & Pritasari, O. (2020). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Penampilan Diri Bagi Wanita Profesi Model di Sz Model Management Surabaya. *Jurnal Tata Rias*, 9 (4), 1-12. doi:<http://doi.org/10.23311/.v1i0.24934>
- Yanti, V. S., & Bajari, A. (2020). Konstruksi Cakntik Dalam Instagram. *Jurnal Ranah Komunikasi*, 3 (2), 55 - 69. doi:<https://doi.org/10.25077/rk.3.2.55-68.2019>
- Yusanto, F. (2018). Makna Cantik Dalam Iklan Magnificent Meaning In Advertising. *Lingkar Studi Komunikasi*, 4 (1), 1-24. doi:<https://doi.org/10.25124/liski.v4i1.1192>