**MATRIKS**

**‘’Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi Cantik Di Masyarakat’’**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Chervenic, B. (2015). Is Beauty a Promise to Happiness?. *New Errands: The Undergraduate Journal of American Studies*, *2*(2).** | | | | | |
| **LATARBELAKANG** | **TEORI** | **METODE** | **HASIL** | **KESIMPULAN** | **KOMENTAR** |
| Kecantikan menjadi sarana kebahagiaan yang dipengaruhi oleh kalangan pria. Seiring berjalannya waktu, ilusi ini menjadi orentasi pada identitas, penampilan dan rutinitas kecantikan, mitos kecantikan yang beredar dalam budaya Amerika.  Ketika industry kosmetik memanfaatkan pemasaran transformasi melalui produk-produk pencarian kebahagiaan tanpa henti, siklus yang kacau dalam standar kecantikan yang tidak terjangkau dan dominasi laki-laki yang berkelanjutan. | Perspektive Kebahagiaan, penulis mencoba menghubungkan arti kecantikan dengan kebahagiaan individu | Kajian Literatur Review | Apabila seseorang menjadi cantik, hal itu merupakan bagian dari kebahagiaan perempuan. Sisi lain hal ini pun berkontribusi pada aspek kesuksesan kapitalisme dalam mengkontruks standar kecantikan yang disosialisaikan melalui produk kosmetik dan iklan-iklan di media. | Pencairan kebahagiaan dalam memenuhi standar kecantikan tidak dapat berakhir karena industry kosmetik terus-menerus mengubah standar kecantikannya. Apabila kebahagiaan adalah tanggungjawab sosial yang menyelaraskan orang ke dalam kelompok maka orang tersebut akan terus melakukan pencarian sebagai tujuan akhirnya. Begitu pula dengan perempuan yang mengejar standar kecantikan yang ingin didapatkan. | Artikel ini sangat layak untuk dijadikan referensi karena ia melihat citra cantik dalam pandangan yang berbeda yaitu kebahagiaan perempuan. Gagasan John Locke mengatakan bahwa kebahagiaan adalah suatu penyebab kesenangan dari objek-objek yang mempengaruhi kita dengan cara terbaik. Seperti lisptik, kosmetik dll. |
| **Chin Evans, P., & McConnell, A. R. (2003). Do racial minorities respond in the same way to mainstream beauty standards? Social comparison processes in Asian, Black, and White women. *Self and Identity*, *2*(2), 153-167** | | | | | |
| **LATARBELAKANG** | **TEORI** | **METODE** | **HASIL** | **KESIMPULAN** | **KOMENTAR** |
| Penampilan fisik merupakan aspek penting dari konsep diri wanita, daya tarik fisik merupakan kesan utama dan standarisasi kecantikan ini sangat meresap dalam budaya Amerika. | Perbandingan Sosial Festinger | Obervasi evaluasi diri wanita minoritas yaitu wanita Asia dan wanita berkulit hitam yang mana penampilan fisiknya sangat berbeda dari standarisasi kecantikan dari barat, wanita berkulit putih. | Perempuan kulit hitam dan perempuan Asia walaupun sama-sama dari ras minoritas, tetapi keduanya memiliki respon yang berbeda terhadap standar kecantikan ideal. Perempuan kulit hitam tidak menemukan keinginan yang ingin dicapai sesuai citra cantik ideal, mereka lebih cenderung mengidentifikasi standar kecantikannya dengan kelompoknya. Sedangkan perempuan Asia sebaliknya, ia cenderung mengikuti standar kecantikan yang berkembang saat itu. Akibatnya, ia akan berusaha keras untuk mencapai standar kecantikan ideal tersebut, harga dirinya pun terancam dan sering merasakan ketidakpuasan terhadap tubuhnya. | Perempuan Asia memiliki kebutuhan yang kuat untuk menyesuaikan diri dengan standar budaya daripada perempuan berkulit hitam yang lebih cenderung memiliki evaluasi diri positif dan tidak terpengaruh terhadap beredarnya standar kecantikan mainstream. | Artikel ini menunjukan bahwa permasalahan yang ditimbulkan oleh ‘citra cantik ideal’ dapat diatasi dengan melakukan stategi perlindungan dari perbandingan sosial yang tidak mungkin dicapai dan membangun evaluasi diri positif ketika diterpa isu standar kecantikan oleh media. |
| **Aprilita, D. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan\_girl). *Paradigma*, *4*(3).** | | | | | |
| **LATARBELAKANG** | **TEORI** | **METODE** | **HASIL** | **KESIMPULAN** | **KOMENTAR** |
| Banyak perempuan yang mulai membenci dirinya sendiri karena tidak dapat tampil sebagaimana perempuan dalam media yang terkesan sempurna. Kebencian tersebut bukan tidak mungkin mengarah kepada hal-hal negative seperti diet ketat, eating disorder, dsb. untuk memenuhi keinginannya tampil cantik selayaknya tuntutan media massa. Selain itu, konsumsi terhadap media seperti majalah, baik online maupun cetak banyak membahas tentang perempuan memiliki banyak pengaruh terhadap ketidapuasan tubuh dan informasi yang disampaikan media seringkali dijadikan sebagai bahan untuk mengoreksi penampilan perempuan. | Teori Semiotika dari Roland Barthes untuk melihat tanda atau makna denotasi dari tubuh | Metode kualitatif deskripstif, dengan tujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai fenomena yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian. | Dari beberapa akun intagram yang menjadi objek penelitian menunjukan bahwa persepsi citra cantik berbeda-beda dari setiap akun. yakni @mostbeautyindo, mitos kecantikan yang ditunjukkan adalah kecantikan modern dan sensual. Lalu akun @bidadarisurga\_, Konsep kecantikan yang ditampilkan oleh akun ini adalah kecantikan yang Islami, yakni yang taat terhadap ajaran-ajaran agama Islam. Sedangkan pada akun @papuan\_girl, representasi kecantikan yang ditampilkan adalah yang menunjukkan lokalitas, artinya kecantikan yang tidak bersifat universal dan menunjukkan keunikan serta cirri khas dari kelompok mereka, yakni Papua. | Citra cantik merupakan sebuah relativitas, tidak objektif dan universal.  Citra cantik dibagi menjadi tiga representasi dalam Instagram yaitu cantik modern dan sensual, cantik islami dan cantik local. | Seperti yang dikatakan oleh Naomi Wolf (2002) cantik merupakan unsur yang tidak bersifat universal atau berbeda-beda. Ia pun selalu berubah dari masa ke masa, begitu pula dengan citra cantik yang berkembang, standarisasi kecantikan akan selalu berubah-rubah dan berbeda sesuai kontruksi sosial di masyarakat. |