

HUBUNGAN STATUS SOSIAL DAN KEPERIBADIAN GEN Z JABODETABEK YANG TEREKPOSE TREND TIKTOK KECANTIKAN HAILEY BIEBER DENGAN PERUBAHAN STANDAR KECANTIKAN

Naswa Amirah¹, M Jamiluddin Ritonga²

^{1,2}Universitas Esa Unggul

Email: naswa.amirah14@gmail.com¹, jamiluddin8@gmail.id²

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan status sosial dan kepribadian Generasi Z Jabodetabek yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber dengan perubahan standar kecantikannya. Munculnya berbagai tren kecantikan di TikTok memungkinkan terbentuknya persepsi dan standar kecantikan baru yang dapat memengaruhi cara Generasi Z memandang kecantikan. Penelitian ini menggunakan Teori Kognitif Sosial dengan paradigma positivistik, pendekatan kuantitatif, metode survei, serta bersifat deskriptif korelasional. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden Generasi Z di wilayah Jabodetabek yang pernah terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman Rank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan standar kecantikan. Sebaliknya, kepribadian memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan standar kecantikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa perubahan standar kecantikan pada Generasi Z lebih berkaitan dengan faktor personal yang berasal dari kepribadian dibandingkan faktor sosial ekonomi yang tercermin melalui status sosial. Dengan demikian, paparan tren kecantikan Hailey Bieber di TikTok cenderung mempengaruhi perubahan standar kecantikan melalui karakteristik individu daripada latar belakang status sosial yang dimiliki.

Kata Kunci: TikTok, Generasi Z, Status Sosial, Kepribadian, Perubahan Standar Kecantikan.

Abstract: This study aims to examine the relationship between social status and personality among Generation Z in the Greater Jakarta area (Jabodetabek) who are exposed to Hailey Bieber's beauty trend on TikTok and changes in their beauty standards. The emergence of various beauty trends on TikTok has contributed to the formation of new beauty perceptions and standards that may influence how Generation Z views beauty. This study employs Social Cognitive Theory within a positivist paradigm, using a quantitative approach, survey method, and descriptive correlational research design. Data were collected through questionnaires distributed to 150 Generation Z respondents in the Jabodetabek area who had been exposed to Hailey Bieber's beauty trend on TikTok. The sampling technique used was purposive sampling, while data were analyzed using the Spearman Rank correlation test. The results indicate that social status does not have a significant relationship with changes in beauty standards. In contrast, personality shows a significant relationship with changes in beauty standards. These findings suggest that changes in beauty standards among Generation Z are

more closely related to personal factors reflected in personality than to socioeconomic factors represented by social status. Therefore, exposure to Hailey Bieber's beauty trend on TikTok tends to influence changes in beauty standards through individual characteristics rather than through one's social status background.

Keywords: *TikTok, Generation Z, Social Status, Personality, Changes In Beauty Standards.*

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi salah satu sumber utama informasi dan referensi gaya hidup bagi Generasi Z. Melalui platform seperti TikTok, berbagai tren kecantikan dapat menyebar dengan cepat dan membentuk persepsi pengguna mengenai penampilan yang dianggap ideal. Salah satu tren kecantikan yang banyak menarik perhatian adalah tren yang dipopulerkan oleh Hailey Bieber melalui konsep *clean girl aesthetic*, *glazed donut skin*, dan *latte makeup*. Popularitas tren tersebut berkembang secara luas melalui konten video pendek, tutorial kecantikan, serta interaksi pengguna di TikTok sehingga menjadikannya salah satu referensi kecantikan yang banyak diikuti oleh Generasi Z (SpaSeekers, 2022).

Paparan terhadap tren kecantikan di media sosial dapat mempengaruhi cara individu memandang dan mendefinisikan standar kecantikan. Pada masa perkembangan identitas, Generasi Z cenderung lebih terbuka terhadap eksperimen gaya dan lebih rentan terhadap pengaruh sosial yang berasal dari lingkungan maupun media digital (Wilson et al., 2015). Di sisi lain, persepsi mengenai kecantikan masih dipengaruhi oleh karakteristik fisik tertentu, seperti warna kulit yang dianggap ideal. Meskipun penerimaan terhadap warna kulit sawo matang semakin meningkat, kecenderungan untuk menganggap kulit cerah dan tampilan *glowing* sebagai standar kecantikan masih cukup kuat (Yens et al., 2023).

Respons individu terhadap tren kecantikan yang berkembang di media sosial tidak selalu sama. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perbedaan tersebut adalah status sosial. Individu dengan status sosial yang lebih tinggi cenderung memiliki akses yang lebih besar terhadap produk kecantikan, perawatan estetika, serta berbagai informasi yang berkaitan dengan tren kecantikan yang sedang berkembang. Selain status sosial, kepribadian juga berperan dalam membentuk cara individu menerima dan merespons informasi yang diperoleh dari media sosial. Generasi Z dengan karakteristik introvert, ekstrovert, maupun ambivert memiliki kecenderungan yang berbeda dalam mengekspresikan diri, mengikuti tren, serta memaknai standar kecantikan yang berkembang di lingkungan sosial maupun digital.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui Teori Kognitif Sosial yang dikemukakan

oleh Bandura (1986), yang menjelaskan bahwa individu dapat mempelajari nilai, sikap, dan perilaku melalui proses observasi terhadap model yang ditemui dalam lingkungannya. Dalam konteks penelitian ini, konten kecantikan Hailey Bieber di TikTok berperan sebagai model yang diamati oleh Generasi Z sehingga berpotensi mempengaruhi persepsi mereka mengenai standar kecantikan. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan status sosial dan kepribadian Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber dengan perubahan standar kecantikannya.

TINJAUAN TEORITIS

Tabel Penelitian Terdahulu

Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Teori yang Digunakan	Metode	Hasil Penelitian
Wilmanda & Hariyanti (2025)	<i>Pergeseran Standar Kecantikan Indonesia di TikTok @cadburylemonade</i>	Bagaimana TikTok berperan dalam merekonstruksi makna kecantikan perempuan Indonesia.	Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough	Kualitatif deskriptif, mengumpulkan data melalui analisis konten video TikTok @cadburylemonade, dengan sumber data berupa video terkait kecantikan, dan berfokus pada bagaimana TikTok merekonstruksi makna kecantikan perempuan Indonesia	TikTok menjadi media konstruksi ulang makna kecantikan dan memperluas representasi visual perempuan.

Mufidah, Mubarrok & Az-Zahra (2025)	<i>Representasi Standar Kecantikan Perempuan Indonesia dalam Konten Endorsement Produk Kecantikan di TikTok</i>	Bagaimana produk kecantikan di TikTok membentuk standar kecantikan baru di kalangan pengguna.	Teori Kognitif Sosial (Bandura)	Analisis Isi Kualitatif, mengumpulkan data melalui observasi konten endorsement kecantikan di TikTok, dengan sumber data influencer dan video iklan, dan berfokus pada bagaimana standar kecantikan baru direpresentasikan dalam konten influencer	Influencer masih menampilkan standar kecantikan homogen (kulit cerah, langsing).
Sudarmika, Suarka & Mahyuni (2025)	<i>Standar TikTok sebagai Realitas Perubahan Sosial Budaya</i>	Bagaimana standar yang dibentuk TikTok berpengaruh pada perubahan sosial budaya masyarakat modern.	Teori Perubahan Sosial & Globalisasi	Kualitatif (Studi Pustaka), mengumpulkan data dari literatur dan jurnal tanpa melibatkan populasi langsung, dan berfokus pada peran TikTok dalam membentuk norma sosial baru terkait kecantikan.	TikTok membentuk norma sosial baru mengenai gaya hidup dan kecantikan.
Wiana, Puspita & Syahril (2025)	<i>TikTok dan Konstruksi Sosial Standar Kecantikan Perspektif Gen Z di Era Digital</i>	Bagaimana Gen Z memaknai konten kecantikan di TikTok.	Teori Konstruksi Sosial (Berger & Luckmann)	Kualitatif (Wawancara & Studi Literatur), melibatkan Gen Z pengguna TikTok sebagai populasi, dan berfokus pada bagaimana Gen Z memaknai konten kecantikan digital.	TikTok memperkuat homogenisasi standar kecantikan namun juga mendorong self-acceptance.

Basir, Didik & Lestari (2022)	<i>Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di TikTok dan Instagram</i>	Bagaimana wanita membangun persepsi kecantikan melalui dua platform media sosial.	Teori Kognitif Sosial & Medium Theory	Kualitatif (Observasi & Survei), mengumpulkan data melalui survei dan observasi konten TikTok serta Instagram, dengan populasi perempuan pengguna media sosial tersebut, dan berfokus pada pembentukan persepsi kecantikan dan pencarian validasi sosial melalui platform digital.	Media sosial memperkuat persepsi homogen dan pencarian validasi sosial atas kecantikan.
-------------------------------	--	---	---------------------------------------	--	---

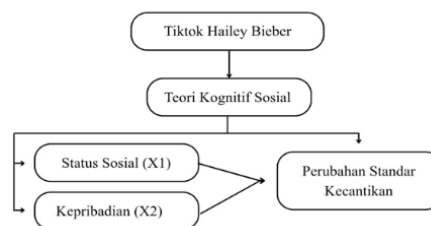
Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, media sosial terbukti memiliki keterkaitan dengan pembentukan persepsi individu terhadap kecantikan. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak membahas pengaruh media sosial terhadap citra tubuh, persepsi diri, maupun standar kecantikan secara umum. Penelitian ini memiliki perbedaan pada penggunaan variabel status sosial dan kepribadian serta fokus pada Generasi Z Jabodetabek yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai hubungan karakteristik sosial dan personal dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z.

Teori Kognitif Sosial

Teori Kognitif Sosial yang dikemukakan oleh Bandura (1986) menjelaskan bahwa individu dapat mempelajari perilaku, sikap, dan nilai melalui proses observasi terhadap lingkungan sosialnya. Teori ini menekankan bahwa pembelajaran terjadi melalui perhatian (*attention*), penyimpanan informasi (*retention*), reproduksi perilaku (*reproduction*), dan motivasi (*motivation*). Dalam penelitian ini, konten kecantikan Hailey Bieber di TikTok

dipandang sebagai model yang diamati oleh Generasi Z sehingga berpotensi mempengaruhi persepsi mereka mengenai standar kecantikan.

Kerangka Pemikiran



Kerangka pemikiran penelitian ini menempatkan status sosial (X1) dan kepribadian (X2) sebagai variabel independen yang berhubungan dengan perubahan standar kecantikan (Y) sebagai variabel dependen. Hubungan tersebut dijelaskan melalui Teori Kognitif Sosial Bandura yang menekankan proses pembelajaran melalui observasi terhadap konten kecantikan Hailey Bieber di TikTok.

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disusun, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H01: Tidak terdapat hubungan antara status sosial dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber.
- Ha1: Terdapat hubungan antara status sosial dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber.
- H02: Tidak terdapat hubungan antara kepribadian dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber.
- Ha2: Terdapat hubungan antara kepribadian dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber.
- H03: Tidak terdapat hubungan antara status sosial dan kepribadian dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber.
- Ha3: Terdapat hubungan antara status sosial dan kepribadian dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Paradigma positivistik dipilih karena penelitian berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form kepada responden yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif korelasional karena bertujuan untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian sekaligus mengetahui hubungan antara status sosial dan kepribadian dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui kuesioner yang disebarakan secara daring. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, serta berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel, yaitu status sosial (X1), kepribadian (X2), dan perubahan standar kecantikan (Y), yang kemudian diterjemahkan ke dalam butir-butir pernyataan kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang lahir pada tahun 1997–2012 dan berdomisili di wilayah Jabodetabek. Populasi tersebut dipilih karena Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam lingkungan digital dan menjadi pengguna aktif media sosial, khususnya TikTok. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *cluster sampling* berdasarkan wilayah tempat tinggal yang meliputi Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Setiap wilayah diwakili oleh 30 responden sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Pemilihan jumlah responden yang seimbang pada setiap wilayah dilakukan untuk memperoleh keterwakilan data yang lebih merata dari seluruh kawasan Jabodetabek.

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen telah melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel status sosial, kepribadian, dan perubahan standar kecantikan dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik, dengan nilai Cronbach's Alpha pada variabel status sosial sebesar 0,766, kepribadian sebesar 0,817, dan perubahan standar

kecantikan sebesar 0,740. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan konsisten dan dapat digunakan dalam proses pengumpulan data.

Teknik analisis data yang digunakan terdiri atas analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif dilakukan menggunakan modus dan persentase untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban pada masing-masing variabel penelitian. Sementara itu, analisis inferensial dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman Rank untuk mengetahui hubungan antara status sosial dan kepribadian dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Subjek penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dan telah terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber. Penelitian melibatkan 150 responden yang dipilih sesuai dengan kriteria penelitian. Karakteristik responden ditinjau berdasarkan tahun lahir, domisili, dan suku untuk memberikan gambaran mengenai latar belakang responden yang menjadi objek penelitian.

1. Identitas Responden Berdasarkan Tahun Lahir

Tahun Lahir	f	%
1997-1999	22	14,7
2000-2004	72	48,0
2005-2007	35	23,3
2008-2012	21	14,0
Grand Total	150	100,0

2. Identitas Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Tempat Tinggal	f	%
Jakarta	30	20
Bogor	30	20
Depok	30	20
Tangerang	30	20

Bekasi	30	20
Grand Total	150	100,0

3. Identitas Responden Berdasarkan Suku/Etnis

Suku/Etnis	F	%
Jawa	64	42,7
Sunda	26	17,3
Betawi	26	17,3
Tionghoa	6	4,0
Minang	5	3,3
Batak	4	2,7
Arab	3	2,0
Melayu	2	1,3
Bali	1	0,7
Bugis	1	0,7
Toraja	1	0,7
Lampung	1	0,7
Kalimantan	1	0,7
Sulawesi Selatan	1	0,7
Sumatra Utara	1	0,7
Sumatera	1	0,7
Yogyakarta	1	0,7
Grand Total	150	100,0

Berdasarkan identitas responden, paling banyak responden lahir pada rentang tahun 2000–2004. Persebaran domisili responden pada wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi tersebar secara merata, sedangkan suku Jawa menjadi kelompok yang paling banyak. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian berasal dari latar belakang yang beragam, namun sama-sama termasuk dalam kelompok Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki peluang tinggi untuk terekspos tren kecantikan yang

berkembang di TikTok.

Tabel Variabel X1 Status Sosial

Status Sosial	f	%
Tinggi	58	38.7
Sedang	85	56.7
Rendah	7	4.7
Grand Total	150	100,0

Berdasarkan Tabel diatas, lebih dari separuh (56,7%) responden memiliki status sosial pada kategori sedang. Temuan ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh Generasi Z dari kelompok status sosial menengah yang memiliki akses relatif baik terhadap media sosial dan berbagai informasi yang beredar di dalamnya.

Tabel Variabel X2 Kepribadian

Status Sosial	F	%
Introvert	82	54.7
Ambivert	66	44.0
Ekstrovert	2	1.3
Grand Total	150	100,0

Berdasarkan Tabel diatas, lebih dari separuh (54,7%) responden memiliki tipe kepribadian introvert. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden cenderung memproses informasi secara lebih personal dan reflektif ketika menerima berbagai konten yang muncul di media sosial.

4. Variabel Y Perubahan Standar Kecantikan

Status Sosial	Frekuensi (f)	&
Cantik	71	47.3%
Kurang Cantik	28	18.7%
Tidak Cantik	51	34.0%
Grand Total	150	100,0%

Berdasarkan table diatas, paling banyak (47,3%) responden berada pada kategori cantik. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian responden memiliki kecenderungan menerima karakteristik kecantikan yang dipopulerkan melalui tren kecantikan Hailey Bieber di TikTok, seperti tampilan wajah yang natural, kulit sehat, dan gaya penampilan yang sederhana namun tetap menarik.

5. Hasil Uji Hubungan Antar Variabel

Hipotesis	Hasil
Ha1: Hubungan Status Sosial dengan Perubahan Standar Kecantikan	Tidak terdapat hubungan yang signifikan
Ha2: Hubungan Kepribadian dengan Perubahan Standar Kecantikan	Terdapat hubungan signifikan
Ha3: Hubungan Status Sosial dan Kepribadian dengan Perubahan Standar Kecantikan	Terdapat hubungan signifikan

Hasil uji korelasi Spearman Rank menunjukkan bahwa status sosial tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan standar kecantikan karena nilai signifikansi sebesar 0,143 lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, kepribadian memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan standar kecantikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 dan koefisien korelasi sebesar 0,228. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber lebih berkaitan dengan faktor psikologis individu dibandingkan faktor status sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan pendapatan responden bukan merupakan faktor yang menentukan terjadinya perubahan standar kecantikan. Kondisi tersebut dapat dijelaskan oleh karakteristik TikTok sebagai media yang relatif mudah diakses oleh berbagai kalangan. Algoritma TikTok bekerja berdasarkan minat dan interaksi pengguna sehingga individu dari berbagai latar belakang sosial memiliki peluang yang sama untuk menerima paparan tren kecantikan yang serupa. Akibatnya, perubahan standar kecantikan tidak hanya terjadi pada kelompok dengan status sosial tertentu, tetapi dapat ditemukan pada berbagai kelompok sosial yang sama-sama aktif menggunakan media sosial.

Temuan ini didukung oleh penelitian Nazma Prameswari dkk. (2025) yang menemukan bahwa perubahan standar kecantikan pada Generasi Z lebih banyak dipengaruhi oleh paparan media dan budaya populer yang diterima melalui media sosial dibandingkan oleh latar belakang sosial ekonomi individu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk menyebarkan standar kecantikan secara luas sehingga pengaruh status sosial menjadi kurang menonjol.

Berbeda dengan status sosial, kepribadian menunjukkan hubungan yang signifikan dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber. Temuan ini menunjukkan bahwa karakteristik individu berperan dalam proses penerimaan dan pemaknaan informasi yang diperoleh dari media sosial. Lebih dari separuh responden dalam penelitian ini memiliki kecenderungan kepribadian introvert. Meskipun cenderung lebih pasif dalam interaksi sosial secara langsung, individu introvert tetap dapat memperoleh paparan yang tinggi terhadap konten kecantikan melalui proses observasi. TikTok memungkinkan pengguna mengakses informasi secara berulang tanpa harus terlibat secara aktif dalam komunikasi dengan pengguna lain. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nazma Prameswari dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung mengadopsi standar kecantikan yang sering mereka temui di media digital. Paparan yang berlangsung secara terus-menerus membuat karakteristik kecantikan tertentu semakin dikenal dan diterima sebagai bagian dari referensi kecantikan yang dianggap ideal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa status sosial dan kepribadian memiliki hubungan dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber. Namun, hubungan tersebut lebih banyak dipengaruhi oleh variabel kepribadian dibandingkan status sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor psikologis individu memiliki keterkaitan yang lebih kuat dengan proses pembentukan persepsi kecantikan dibandingkan faktor sosial ekonomi. Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori Kognitif Sosial Bandura yang menjelaskan bahwa individu mempelajari nilai, perilaku, dan preferensi melalui proses observasi terhadap model yang dianggap menarik atau relevan. Dalam penelitian ini, Hailey Bieber berperan sebagai model yang diamati melalui konten TikTok sehingga mempengaruhi cara Generasi Z memahami dan memaknai standar kecantikan. Temuan ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa perubahan standar kecantikan pada Generasi Z lebih banyak dipengaruhi oleh paparan media digital dan proses internalisasi nilai-nilai kecantikan dibandingkan oleh latar belakang sosial

ekonomi individu. Dengan demikian, perubahan standar kecantikan dalam penelitian ini lebih berkaitan dengan faktor personal dan proses pembelajaran sosial yang terjadi melalui media digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan status sosial dan kepribadian Generasi Z Jabodetabek yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber dengan perubahan standar kecantikannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori status sosial sedang, memiliki kecenderungan kepribadian introvert, serta berada pada kategori cantik dalam variabel perubahan standar kecantikan. Berdasarkan hasil uji korelasi Spearman Rank, status sosial tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan standar kecantikan. Sebaliknya, kepribadian memiliki hubungan yang signifikan dengan perubahan standar kecantikan pada Generasi Z yang terekspos tren TikTok kecantikan Hailey Bieber.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perubahan standar kecantikan pada Generasi Z lebih dipengaruhi oleh faktor personal yang berkaitan dengan kepribadian dibandingkan faktor sosial ekonomi yang berkaitan dengan status sosial. Hasil ini mengindikasikan bahwa cara individu menerima, mengamati, dan memaknai informasi kecantikan yang diperoleh melalui TikTok memiliki peran yang lebih besar dalam membentuk perubahan standar kecantikan dibandingkan tingkat pendidikan dan pendapatan yang dimiliki. Temuan tersebut juga memperkuat relevansi Teori Kognitif Sosial Bandura yang menjelaskan bahwa proses observasi terhadap figur yang dianggap menarik dapat mempengaruhi cara individu membentuk persepsi dan preferensi tertentu, termasuk dalam memandang standar kecantikan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai perubahan standar kecantikan dengan menggunakan objek, platform media sosial, maupun variabel psikologis lain seperti *self-esteem*, *body image*, literasi media, dan intensitas penggunaan media sosial. Selain itu, Generasi Z diharapkan lebih kritis dalam menyikapi konten kecantikan yang beredar di media sosial agar standar kecantikan yang berkembang tidak dijadikan satu-satunya acuan dalam menilai diri sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

Allport, G. W. (1937). *Personality: A psychological interpretation*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

- Ariana, H. (2024). *Influence of TikTok on Body Satisfaction Among Generation Z. JMIR Human Factors.*
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1991). *Social cognitive theory of moral thought and action.* In W. M. Kurtines & J. L. Gewirtz (Eds.), *Handbook of moral behavior and development* (Vol. 1, pp. 45–103). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Bandura, A. (2001). *Social cognitive theory of mass communication.* *Media Psychology*, 3(3), 265–299.
- Basir, S., Didik, R., & Lestari, A. (2022). *Persepsi wanita dalam menentukan standar kecantikan di TikTok dan Instagram.* *Jurnal SNIIS: Social and Human Interaction Studies*, 5(3), 1832–1845. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste.* Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Brailovskaia, J., & Margraf, J. (2020). *The relationship between social media use, personality, and well-being: A longitudinal study.* *Computers in Human Behavior*, 113, 106511.
- Caravelli, N. S., et al. (2025). *Associations between TikTok facial filter use and body image.* *Body Image Journal.* Elsevier.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO personality inventory and NEO five-factor inventory professional manual.* Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Eysenck, H. J. (1967). *The biological basis of personality.* Springfield, IL: Charles C. Thomas.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). London: SAGE Publications.
- GCI Magazine. (2023). *Hailey Bieber Is the World's Most Popular Celebrity Makeup Inspiration.*
- Grant, A. (2013). *Rethinking the extraverted sales ideal: The ambivert advantage.* *Psychological Science*, 24(6), 1024–1030.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style.* London: Routledge.
- Marwick, A. E. (2023). *The public self on social media: Culture and performance in the digital age.* Cambridge University Press.
- Miller, V. (2020). *Understanding digital culture* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Mufidah, M., Mubarrok, Z. A., & Az-Zahra, F. (2025). *Representasi standar kecantikan*

- perempuan Indonesia dalam konten endorsement produk kecantikan di TikTok*. Jurnal Dimensia, 9(2), 223–235. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Perloff, R. M. (2021). *Social media use and body image disorders: Associations and interventions*. *Body Image*, 36(2), 296–308.
- Prameswari, N., Pariha, Q. A., Abdul, D. A. L., Putra, P., Faizal, A. R., & Zaimasuri. (2025). *Dinamika standar kecantikan Indonesia terhadap pengaruh hegemoni budaya Korea pada Generasi Z*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial Politik, 2(4), 994–1000. <https://doi.org/10.62379/jiksp.v2i4.2563>.
- Siagian, C. E., Zalukhu, F. A. D., Safitri, Z. A., Sununianti, V. V., Istiqoma, & Kurniawan, D. A. (2026). *Konstruksi standar kecantikan di media sosial dan dampaknya terhadap persepsi diri mahasiswi*. *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(3), 221–230.
- Sudarmika, I. W., Suarka, I. N., & Mahyuni, L. P. (2025). *Standar TikTok sebagai realitas perubahan sosial budaya*. Jurnal Commed: Communication and Media Studies, 4(1), 87–100. Universitas Udayana.
- The Leap Indonesia. (2023). *APJII Survey: TikTok Leads Indonesian Social Media Usage With 35.17% Access Rate*.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). *NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls*. *International Journal of Eating Disorders*, 47(6), 630–643.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*. New York: Macmillan.
- Vogue. (2023). *What Is the Clean Girl Aesthetic and Why Is It So Popular?*.
- Weber, M. (1946). *From Max Weber: Essays in sociology*. Oxford University Press.
- Wiana, A. R., Puspita, S. D., & Syahril, A. (2025). *Pengaruh kepribadian dan intensitas penggunaan media sosial terhadap self-esteem pada Generasi Z*. Jurnal Komunikasi dan Media, 8(1), 45–56.
- Wiana, A. R., Puspita, S. D., & Syahril, A. (2025). *TikTok dan konstruksi sosial standar kecantikan perspektif Gen Z di era digital*. Jurnal Al-Qolamuna, 14(2), 201–215. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta. Retrieved from
- Wilmanda, G., & Hariyanti, N. (2025). *Pergeseran standar kecantikan Indonesia di TikTok @cadburylemonade*. Jurnal Kanal: Jurnal Komunikasi dan Informasi, 14(1), 566–575. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Wolf, N. (1991). *The beauty myth: How images of beauty are used against women*. New York:

HarperCollins.