

## KONSEP DIRI DAN *SELF ACCEPTANCE* PADA PEREMPUAN (Studi Fenomenologi Pada Kampanye *#ImPerfectBeauty* by Elsheskin)

Nur Ainia

Prodi Ilmu Komunikasi, Juusan Ilmu Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum  
Universitas Negeri Surabaya [nur.18056@mhs.unesa.ac.id](mailto:nur.18056@mhs.unesa.ac.id)

### Abstrak

Adanya perkembangan teknologi membuat banyak orang menggunakan media sosial seperti contohnya instagram. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk menyalurkan kampanye *#ImPerfectBeauty* dimana kampanye ini menyalurkan pemikiran-pemikiran perempuan mengenai kecantikan. Maraknya *beauty standard* yang memberikan pandangan bahwa perempuan cantik ialah orang yang putih, tinggi dan langsing akhirnya membuat beberapa orang yang tidak sesuai dengan standard itu merasa tidak percaya diri. Melalui kampanye *#ImPerfectBeauty* perempuan-perempuan ini dapat menyalurkan pemikiran bahwa setiap perempuan memiliki keunikannya masing-masing. Pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana konsep diri yang dimiliki pada perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty*. Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kualitatif dengan paradigma interpretative. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan informan dan observasi tak langsung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty* memiliki konsep diri yang positif yang dipengaruhi oleh *significant other* dan *reference group* serta memiliki rasa penerimaan diri akan kekurangan dan kelebihan yang dimilikinya dengan adanya ingin meningkatkan *skill* yang dimilikinya.

**Kata Kunci :** konsep diri, *self acceptance*, kampanye *#ImPerfectBeauty*

### Abstract

*The existence of technological developments makes many people use social media such as Instagram for example. Social media can be used to channel the #ImPerfectBeauty campaign where this campaign channels women's thoughts about beauty. The rise of beauty standards which gives the view that a beautiful woman is a person who is white, tall and slender has finally made some people who do not conform to these standards feel insecure. Through the #ImPerfectBeauty campaign, these women can convey the idea that every woman has her own uniqueness. This study aims to find out how self-concept is owned by women who participate in the #ImPerfectBeauty campaign. The research method used is descriptive qualitative with an interpretative paradigm. Data was collected through interviews with informants and indirect observation. The data analysis technique used in this study was data reduction, data presentation and conclusion. From the results of data analysis it can be seen that women who participate in the #ImPerfectBeauty campaign have a positive self-concept that is influenced by significant others and reference groups and have a sense of self-acceptance of their strengths and weaknesses by wanting to improve their skills.*

**Keywords:** *self-concept, self-acceptance, #ImPerfectBeauty campaign*

### PENDAHULUAN

Pada era saat ini, mayoritas perempuan memandang kecantikan merupakan sesuatu hal yang penting. sehingga memunculkan suatu standar kecantikan yang berkaitan dengan bentuk fisik, wajah dan tubuh seseorang. Demi mendapatkan bentuk tubuh dan fisik yang ideal, banyak perempuan yang menggunakan *skincare* untuk merawat tubuh mereka agar terlihat cantik. Ada beberapa iklan kecantikan yang menampilkan model iklan dengan postur tubuh ideal dan cantik, menurut Aulia (2022) penggambaran kecantikan perempuan dalam iklan tidak

lain untuk mendukung agar iklan tersebut bisa diterima oleh masyarakat Indonesia.

Membahas tentang kecantikan sosok perempuan itu menjadi sesuatu yang relatif yang berarti setiap pemikiran orang mengenai makna cantik bisa berlainan. Kasiyan (Irza, 2019) mengatakan bahwa dalam masyarakat awam, seorang wanita dapat dibilang cantik tak hanya dilihat berdasarkan dari nilai dan rupa wajahnya saja, namun juga dilihat dari kulit halus, mulus, putih, mancung, tinggi badan, serta lekuk tubuh yang menonjolkan bentuk badan dan kemolekan pada bagian tubuh tertentu.

Adanya standar kecantikan ini memunculkan rasa tidak percaya diri dan sulit untuk menerima diri sendiri bagi perempuan yang bentuk tubuh dan fisiknya dianggap kurang ideal atau tidak memenuhi standar. Hal ini membuat seseorang dengan mudah menerima komentar dan perkataan buruk dari orang di lingkungan sekitarnya entah yang dilontarkan secara langsung atau melalui media sosial. Komentar negatif dari orang lain membuat beberapa orang mengalami penurunan kepercayaan diri, kesulitan untuk mencintai diri sendiri dan merasa harus tampil dengan penampilan tertentu serta dapat berujung pada gangguan psikologi seseorang (Aulia, 2022).

Pada bulan Desember 2021, *viral* video seorang perempuan menangis ketika membagikan pengalaman yang tidak mengenakan bagi dirinya saat dirinya disebut *kingkong* oleh petugas puskesmas yang tidak dikenalnya. Petugas puskesmas tersebut mengatakan “badan udah kaya *kingkong* kok masih sakit” kata-kata kasar seperti ini seharusnya tidak diucapkan kepada orang lain, karena bisa saja hal ini bisa melukai perasaan seseorang. bahkan bukan orang terdekat atau orang yang tidak dikenal yang mengatakannya.

Adanya makna bahwa cantik itu harus putih, dan memiliki badan yang ideal, akhirnya membuat banyak orang ingin menjadi cantik. Hal ini akhirnya mempengaruhi munculnya produk *skincare* atau produk kecantikan yang bersaing antara satu sama lain agar bisa bertahan dan menguasai pasar. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan produk kecantikan agar standar kecantikan di Indonesia tidak memandang bentuk tubuh dan fisik yaitu dengan menyuarakan cantik tidak hanya ada di fisik saja dan semua orang itu cantik terlepas dari warna kulit, ras, bentuk tubuh, bentuk rambut dan kondisi fisik. Berdasarkan Sulistyaningtyas (2006) kampanye dapat diartikan sebagai harapan seseorang atau kelompok buat mensugesti keyakinan dan perilaku sebuah kelompok menggunakan komunikasi yang menarik dengan tujuan buat membentuk pembaruan dan perkembangan pada masyarakat. Berkembangnya teknologi, kampanye dapat dilakukan di mana saja serta kapan saja tak hanya mendatangi suatu daerah untuk menyampaikan maksud dan tujuan kepada masyarakat. Kampanye bisa dilaksanakan melalui media sosial yang banyak digunakan masyarakat sekarang seperti Instagram, facebook, twitter serta media yang lain.

Seperti halnya Elsheskin, salah satu *brand* lokal yang menawarkan produk kecantikan dan perawatan kulit bagi perempuan. Elsheskin mempromosikan produk kecantikannya melalui media sosial instagram. Salah satu kampanye Elsheskin yang populer ialah *#ImPerfectBeauty*, di mana kampanye ini mengangkat isu mengenai stigma masyarakat dalam memandang standar

kecantikan perempuan yang harus putih, hidung mancung, serta memiliki badan yang ideal. Dalam iklan ini Elsheskin menggandeng model *down syndrome* untuk bekerjasama, konsep iklan yang diusung berbeda dengan produk lain. Ada beberapa produk kecantikan yang *brand ambassador* nya bekerjasama dengan artis atau *public figure* yang memiliki visual yang cantik atau ganteng bahkan menggandeng artis dan aktor yang berasal dari Korea Selatan contohnya seperti Ponds yang bekerjasama dengan Wendy Red Velvet lalu Garnier yang bekerjasama dengan Vanessa Pricilia, dan Chelsea Islan. Serta produk lokal Scarlett yang bekerjasama dengan Song Jongki dan Twice.

Dalam kampanye ini Elsheskin menyajikan video dan foto pemetretan Namira Zania yang merupakan model *down syndrome* untuk mengajak masyarakat mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty* dengan membagikan pengalaman tidak mengenakan atau rasa *insecure* yang pernah dialami selama ini. Dengan adanya kampanye ini, banyak komentar netizen yang membagikan kisah mereka yang pernah mengalami penghinaan fisik oleh orang-orang terdekat mereka maupun orang yang tidak dikenal. Maka tujuan dari kampanye *#ImPerfectBeauty* adalah agar semua perempuan di Indonesia merasa percaya diri dengan kekurangan yang ada pada dalam diri mereka.

Dapat kita lihat dari unggahan akun instagram yang berpartisipasi dalam kampanye *#ImPerfectBeauty* beberapa di antaranya mengalami deskriminasi fisik entah warna kulit, bentuk badan dan bentuk wajah. Masih ada beberapa orang yang menganggap bahwa semua orang harus sesuai dengan standar kecantikan yang ada. Hal ini bisa memunculkan perasaan tidak percaya diri terhadap kemampuan diri mereka. Ada salah satu akun Instagram yang menceritakan bahwa dia juga menginginkan badan yang ideal, segala cara sudah dia lakukan tetapi hasilnya nihil.

Hal ini membuat kepercayaan diri menurun ketika melakukan kegiatan sehari-hari. Penerimaan diri diperlukan seseorang untuk menerima kelebihan atau kekurangan diri mereka sendiri. Menurut Anderson (Permatasari: Witrin, 2016), penerimaan diri juga berpengaruh dalam membentuk karakter seseorang ketika menjalani kehidupan. Ketika seseorang bisa menerima dirinya sendiri, maka tak akan memiliki rasa khawatir saat melihat dirinya secara apa adanya, entah itu dari dalam (hati/pikiran/perasaan) juga pada luar (perilaku, penampilan), karena kita tidak dapat mengelak dari diri sendiri. Adanya penerimaan diri akan kekurangan yang dimiliki dapat membuat individu tersebut menjalani kehidupan sehari-hari yang akan membentuk konsep diri seorang perempuan. Aderson (dalam Permatasari & Witrin, 2016) mengatakan bahwa penerimaan diri berarti kita sudah mampu menerima apa kemampuan serta

kekurangan yang kita miliki dengan seadanya, dengan kita menerima diri kita sudah menemukan karakter diri.

Konsep diri pada perempuan mengenai kecantikan yang tidak dilihat hanya dari fisik saja. Mereka memiliki penyebab dan alasan tertentu yang berbeda dalam memandang mengenai kecantikan. Dengan latar belakang dan pengalaman yang berbeda bakal membangun gambaran konsep diri seseorang. Oleh sebab itu, sesuai dengan latar belakang fenomena ini, penulis ingin melihat lebih lanjut mengenai bagaimana konsep diri serta penerimaan diri perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty*. Berdasarkan fenomena yang ada, maka peneliti menyusun rumusan masalah yaitu “Bagaimana konsep diri serta penerimaan diri pada perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty*?” dengan demikian, tujuan dari penelitian ini yaitu bertujuan untuk mengetahui konsep diri serta penerimaan diri pada perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty* berikut ini kerangka berpikir yang disusun oleh peneliti pada penelitian ini



## METODE

Penelitian yang dikerjakan ini ialah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang menggabungkan data pada suatu latar alamiah guna menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti sebagai instrument kunci. Dalam buku metodologi penelitian kualitatif, menurut Kirk & Miller penelitian kualitatif ialah tradisi dalam ilmu sosial secara fundamental yang bergantung dari pengamatan pada manusia dalam lingkungannya yang mengidentifikasi hal-hal yang signifikan dengan makna baik dalam berbagai manusia, berbagai perilaku, berbagai keyakinan dan minat yang memiliki fokus pada perbedaan bentuk yang memunculkan perbedaan makna.

Dalam penelitian ini menggunakan metode fenomenologi, menurut Husserl fenomenologi ialah kajian filosofis yang menggambarkan segala pengalaman manusia. Manusia memiliki pengalaman hidupnya dalam sebuah kesadaran. Fenomenologi memiliki fokus pada pengalaman personal, termasuk bagaimana individu mengalami perasaan satu sama lain (Littlejohn, 2002:13). Maka dari itu, komunikasi dipandang sebagai hubungan antarpribadi secara bersama melalui interaksi sosial.

Selain itu penelitian ini menggunakan paradigma interpretatif yang memiliki arti bahwa penelitian ini merupakan upaya guna menemukan penjelasan mengenai kejadian sosial atau budaya berdasarkan pada perspektif serta pengalaman informan atau orang yang diteliti. Pendekatan ini ialah sebuah sistem sosial yang mengartikan perilaku secara spesifik. Paradigma interpretatif melihat sebuah fakta sebagai suatu hal yang menarik dalam memahami makna sosial, sebuah fakta yang merupakan tindakan spesifik dan kontekstual yang bergantung pada pemaknaan beberapa orang dalam sebuah lingkungan sosial. Interpretatif memiliki beberapa sifat yaitu adanya kesan, opini serta pandangan yang berhubungan mengenai adanya tafsiran. Lalu dapat disimpulkan bahwa paradigma interpretatif ialah paradigma yang mencoba menjelaskan serta menggambarkan opini serta pemikiran yang ada dalam objek penelitian.

Merujuk pada Qalam (2020) yang menjelaskan bahwa saat pengambilan penelitian kualitatif menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data utama yang bisa berbentuk perkataan serta tindakan yang bisa didapatkan melalui interview dan observasi tak langsung. Sementara itu data sekunder ialah data yang diambil di luar tindakan. Dalam penelitian ini data sekunder diambil dari pencarian informasi melalui internet dengan menggunakan Instagram dan blog informan.

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dimulai dari bulan Juni 2022, selanjutnya akan dilaksanakan menyesuaikan untuk pengumpulan data dan berikutnya digunakan sebagai pengolahan data. Tempat penelitian ini berlangsung secara *online* dengan beberapa informan yang terkait. Subjek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty*. Subjek dipilih sesuai dengan karakteristik penelitian yang mengacu yaitu perempuan, mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty*, membagikan unggahan foto yang berkaitan dengan *#ImPerfectBeauty* di Instagram pribadi, berusia 20 tahun – 40 tahun. Objek dalam penelitian ini ialah konsep diri Perempuan yang mengikuti kampanye iklan Elsheskin *#ImPerfectBeauty*.

Pada Penelitian yang dilakukan penulis ini, ada beberapa teknik pengumpulan data dilakukan, yaitu dengan Wawancara yaitu suatu cara mengumpulkan data yang sistematis dengan melakukan percakapan tanya jawab dengan dua orang, tiga orang atau bisa lebih guna memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti. Wawancara dilakukan oleh dua sisi yakni pewawancara sebagai orang yang memberikan pertanyaan mengenai sesuatu hal, dan yang diwawancarai sebagai orang yang memberikan tanggapan akan pertanyaan yang sudah diberikan pewawancara. Dan melakukan observasi yaitu suatu cara menggabungkan data yang tertata dan teratur secara langsung atau tidak langsung. Di mana observasi langsung melakukan pengamatan secara langsung tanpa alat terhadap subjek yang diteliti. Sementara itu observasi tak langsung yaitu melakukan pengamatan terhadap subjek yang diteliti menggunakan bantuan alat. Observasi dalam penelitian ini dapat meliputi pencarian latar belakang informan mengenai kecantikan dan rasa percaya diri sebelum mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty* by Elsheskin.

Validitas data dalam penelitian kualitatif merujuk pada sejauh mana data yang didapat telah mewakili realitas atau fenomena yang diteliti. Oleh sebab itu penelitian ini menerapkan teknik triangulasi. Ada beberapa macam jenis teknik triangulasi, penulis memilih menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber berdasarkan buku metode penelitian kualitatif dan kuantitatif berarti melihat sesuatu dari berbagai sudut yang artinya verifikasi dari penemuan penelitian dengan menerapkan berbagai sumber data dan metode pengumpulan data. Pengecekan ini bisa dilakukan dengan memperhatikan tiga sudut pandang, atau bisa lebih dan tidak terbatas atau bahkan boleh hanya dari dua sudut pandang saja jika dirasa memang sudah cukup mendapatkan data yang signifikan.

Analisis data ialah proses menggabungkan data secara tertata dan teratur dari hasil teknik pengambilan data berupa wawancara dengan cara mengumpulkan data dan memilah mana yang signifikan serta mudah untuk ditelaah dan dibuat kesimpulan yang mudah dimengerti (Sugiyono, 2007:333-345). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah penelitian kualitatif dengan menggunakan model Miles dan Hubberman. Aktivitas analisis data dengan model Miles dan Hubberman yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Langkah aktivitas analisis data tersebut sebagai berikut :

1. Reduksi Data. Reduksi data yaitu dengan melakukan proses pemendekan data melewati proses seleksi, pemfokusan dan keabsahan data mentah menjadi informasi yang

signifikan sampai dapat menyerderhanakan penarikan kesimpulan.

2. Penyajian Data. Penyajian data dalam penelitian kualitatif ini berbentuk naratif. Penyajian data dilakukan dengan menyusun data secara tertata agar mudah dipahami dan dimengerti. Penyajian data dapat dilaksanakan dengan menggunakan beberapa jenis jaringan, began, grafik dan matriks
3. Penarikan Kesimpulan. Penarikan analisis data dapat dilaksanakan dengan melihat hasil reduksi data yang berpatok pada rumusan masalah dengan mempertimbangkan tujuan yang akan dicapai. Data yang sudah ditata dibandingkan dengan lain guna diambil kesimpulan menjadi jawaban dari persoalan yang ada

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian, ditemukan hasil sebagai berikut :

### Data Diri Informan

Peneliti menjelaskan dan memaparkan terkait analisis data yang telah didapat melalui wawancara mendalam bersama 8 informan yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Seluruh informan dipilih dengan melihat latar belakang, usia, dan pernah mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty*. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada informan memiliki nilai yang sama agar mendapatkan pemahaman dan membandingkan informasi antar satu dengan yang lain. Informan berasal dari kota Tangerang, Surabaya, Yogyakarta, Cikarang, Pekanbaru, Medan dan Palembang, serta berumur sekitar 23 tahun – 40 tahun. Adapun pekerjaan mereka yaitu *financial advisor*, mahasiswa, *content creator*, blogger, guru bahasa inggris, ibu rumah tangga, leader klinik kecantikan, penulis dan editor. Penggalan informasi dilakukan dengan wawancara tertulis dan wawancara *virtual* melalui aplikasi *zoom meeting*.

### Motif Perempuan Mengikuti Kampanye *#ImPerfectBeauty*

Ada beberapa alasan bagi perempuan untuk mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty*, diantaranya yaitu membagikan pengalaman atau bercerita kepada teman-teman. Manusia sebagai makhluk sosial yang tak bisa lepas dari hubungan sosial antar sesama. Sebagai makhluk sosial, tentunya manusia memiliki rasa ingin bercerita dan membagikan pengalaman yang dimilikinya kepada orang lain terkhususnya teman-teman di kehidupan mereka melalui sosial media instagram. Melalui kampanye *#ImPerfectBeauty* dapat membantu mereka berbagi cerita. Begitu juga yang dilakukan oleh para perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty* yang ingin membagikan kisah mereka kepada teman-temannya. Tak

hanya ingin berbagi cerita, tetapi juga ingin menyampaikan pesan kepada yang melihat bahwa perempuan itu cantik dengan keunikannya masing – masing.

Menebarkan hal-hal positif mengenai kecantikan. Kecantikan perempuan tidak hanya dilihat dari penampilan saja, banyak hal yang membuat perempuan memiliki nilai diri yang tinggi. Seperti halnya kebaikan hati yang dimiliki, tingkah laku yang sopan santun, kondisi badan bersih dan wangi serta memiliki kemampuan dan kecerdasan. Serta Meluapkan emosi, ada informan yang merasa dengan mengikuti kampanye #ImPerfectBeauty dapat meluapkan emosi yang dimiliki seperti halnya mengenai diri sendiri kepada orang lain.

### **Pandangan Diri Sendiri Setelah Mengikuti Kampanye #ImPerfectBeauty**

Ada beberapa yang dulunya menganggap cantik itu harus putih, anggun serta mengharuskan diri sendiri mengubah penampilan untuk dapat diterima di lingkungan sekitar. Adanya kampanye #ImPerfectBeauty ini dapat mengubah beberapa pendapat orang lain bahwa cantik itu tidak harus putih dan semua orang di dunia ini memiliki kekurangan. Sebelum mengikuti kampanye #ImPerfectBeauty para informan sudah memiliki pandangan yang positif mengenai dirinya sehingga mereka berani mengunggah foto dan mengajak masyarakat mengikuti kampanye ini. Bagaimana kedelapan informan memandang diri sendiri setelah mengikuti kampanye #ImPerfectBeauty yaitu merasa lebih cantik dan lebih mencintai diri sendiri dari sebelumnya. Dengan adanya kampanye #ImPerfectBeauty yang mendukung bahwa semua wanita cantik dengan keunikannya masing-masing dapat membuat orang yang tidak sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku merasa cantik dan lebih mencintai diri sendiri. Dalam mencintai diri sendiri tentunya ada rasa bangga terhadap diri sendiri serta tidak terlalu menghiraukan perkataan orang lain yang dapat menimbulkan rasa sakit hati.

### **Interaksi Dengan Lingkungan Sekitar Berdasarkan Teori Interaksi Simbolik**

Para perempuan ini ternyata memiliki berbagai pengalaman yang membuat mereka terlihat kurang percaya diri akan diri mereka sendiri, entah diberi komentar negatif oleh keluarga sendiri atau teman dan orang lain di lingkungannya. Dapat dilihat dari jawaban kedelapan informan, mereka mendapat komentar negatif tidak jauh dari kondisi wajah yang tidak mulus, berjerawat, postur tubuh yang gemuk dan tidak tinggi. Penulis juga mengamati bahwa individu mengalami perubahan sikap yang awalnya tidak percaya diri, minder bahkan *insecure* sekarang secara perlahan sudah mulai

percaya diri dikarenakan adanya pengalaman menyenangkan dan dukungan dari orang sekitar. Bahkan ada beberapa informan yang sampai menghindari pertemuan dengan teman atau tetangga secara langsung agar tidak mendengarkan komentar atau ejekan mengenai bentuk badan yang dimilikinya.

Teori interaksi simbolik memfokuskan pada dua hal. Pertama, manusia dalam kegiatan bermasyarakat tak pernah luput dari interaksi sosial. Kedua, interaksi dalam masyarakat dapat berwujud dalam simbol tertentu yang memiliki sifat dinamis (Ahmadi, 2020). Pikiran (*mind*) mempengaruhi bagaimana seseorang perempuan hidup dan menjalani kesehariannya. Tiap informan memiliki pemikiran yang berbeda antar satu dengan yang lain, seperti halnya CL yang berpikiran bahwa orang-orang yang memberi komentar negatif itu ditujukan pada dirinya agar menjadi individu yang sehat dan lebih baik.

Pemikiran (*mind*) dari perempuan yang mengikuti kampanye #ImPerfectBeauty yaitu memiliki pemikiran bahwa cantik ialah tidak selalu mengenai kondisi fisik saja tetapi cantik bisa dilihat dari penampilan yang rapi, wangi, sopan santun, kepintaran dan kecerdasan seseorang. Pemikiran inilah yang bisa memunculkan konsep diri yang sekarang ini dimiliki oleh perempuan tersebut. Dalam bukunya, Mead menyatakan bahwa Diri atau *Self* ialah kemampuan menerima diri sendiri sebagai objek dari perspektif dari individu lain. Diri tumbuh melalui berbagai proses interaksi sosial dan bahasa, diri tidak mungkin dapat tumbuh kalau tidak memiliki pengalaman sosial. Mead mengatakan dalam beberapa istilah yaitu *significants gestures* atau isyarat yang bermakna, dan *significants communication* yang menerangkan mengenai individu bisa berbagi makna dari simbol dan merefleksikannya. Mead juga memberi perbedaan antara makna ‘me’ dan ‘I’ dimana ‘me’ ialah bentuk diri yang dilihat orang lain, lalu ‘I’ ialah bentuk diri yang mengamati diri sendiri. Pada penelitian ini, *self* yang dimaksud ialah bagaimana perempuan ini bisa merefleksikan konsep diri dan bagaimana dia melihat dirinya sendiri serta bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain di lingkungannya. Adanya konsep diri *I* dan *Me* dalam berkomunikasi dengan orang lain dengan memposisikan diri mereka ketika berinteraksi dengan ego, harga diri, dan citra diri. Pada masyarakat, para informan mengambil keputusan dan tindakan yang dilakukan karena adanya pengalaman yang dilalui melalui interaksi dengan masyarakat sekitar.

Semua informan memberi makna “I” dengan positif yang didasari pada pengetahuan tentang dirinya yang memiliki kekurangan tetapi juga memiliki kelebihan yang bisa dikembangkan oleh diri mereka. Misalnya ada informan yang mengetahui bahwa dirinya keterbatasan fisik tetapi tetap bisa berkarya, lalu ada yang paham

mengenai dirinya bahwa dia tidak langsing tetapi unggul dalam persoalan sopan santun kepada orang lain. Sementara itu bentuk diri “Me” atau bagaimana bentuk diri yang dilihat orang lain, mereka kerap kali dapat komentar negatif mengenai diri mereka, tetapi mereka juga mendapatkan dukungan dari orang-orang terdekat.

Mead juga mengatakan mengenai masyarakat (*society*) pada umumnya, masyarakat sangat penting untuk pertumbuhan dan perkembangan pikiran dan diri. Masyarakat (*Society*) yang dimaksud ialah lingkungan sekitar, serta mengacu pada faktor yang dapat membentuk konsep diri seorang individu yakni Orang lain (*Significants Others*) dan Kelompok Rujukan (*References Group*). Dari hasil wawancara, memperlihatkan bahwa yang menentukan konsep diri ialah orang lain. Para informan mendengarkan pandangan atau pendapat orang lain mengenai dirinya yang akhirnya dapat dijadikan motivasi untuk menemukan kelebihan dan bakat para informan.

#### Penerimaan Diri Terhadap Fisik Yang Dimiliki

Berbagai pernyataan informan beberapa sudah percaya diri dan sebagian juga masih belum sepenuhnya percaya diri. Ada empat orang dari delapan yang lebih percaya diri dibanding sebelumnya tapi kadang-kadang rasa minder atau kurang percaya diri itu muncul. Dilihat dari tabel, cara informan dalam menerima diri sendiri juga berbeda-beda, diantara lainnya yaitu menemukan kelebihan diri, menggantikan pikiran negatif dengan pemikiran positif, membuka diri, mengubah *mindset* dan memfokuskan diri pada sesuatu hal yang lebih penting. Adapun tiga dari delapan informan ini memanfaatkan penggunaan media sosial untuk membantu proses penerimaan diri. Sosial media yang disebutkan yaitu youtube dan instagram. Melihat beberapa pernyataan dari informan, secara tidak langsung mereka juga menggunakan youtube dan instagram sebagai sarana untuk mengubah *mindset* dan menerima kekurangan diri. Dengan menggunakan fitur media sosial dapat mengelolah emosi dengan baik serta mendapatkan pengaruh positif dengan memilah dan memilih tontonan dari youtube atau media sosial yang lain.

Penulis juga mengamati dalam proses penerimaan diri diperlukan waktu agar informan dapat menerima pandangan atau komentar negatif. Tidak serta merta bisa langsung menerima dengan sendirinya. Seberapa lama waktunya tergantung dari individu sudah mulai berdamai dengan diri sendiri dan menerima diri apa adanya. Selaras dengan pernyataan Fristy “*Time can heal most anything*”. Dari sini dapat disimpulkan bahwa menerima kekurangan diri dan berdamai dengan diri sendiri memerlukan waktu yang cukup lama. Mengubah kebiasaan buruk ke kebiasaan baik atau mengubah

pemikiran negatif ke pemikiran positif harus dilakukan secara konsisten.

Tabel 1. Perasaan Menerima Diri Sendiri

Informan	Tingkat Percaya Diri Sekarang	Cara Menerima Kekurangan Diri
1	Sudah percaya diri	Tetap bersyukur dengan semua keadaan, ambil sisi positif dari orang lain jangan negatifnya
2	Sudah percaya diri	Berpikir bahwa kita memiliki kelebihan, sering membaca buku yang membuat pikiran positif dan bersyukur
3	Sudah percaya diri	Mengisi keseharian dengan kegiatan bermanfaat dan belajar memasak dari youtube biar tidak memikirkan omongan orang lain
4	Belum sepenuhnya percaya diri	<i>Self talk</i> bahwa aku cantik, aku berharga dan fokus pada kelebihan bukan hanya pada kekurangan serta bergaul dengan orang
5	Belum sepenuhnya percaya diri	Memfokuskan diri pada sesuatu hal yang lebih penting, dan memberitahu anak didik mengenai <i>body positivity</i>
6	Belum sepenuhnya percaya diri	Fokus pada kelebihan bukan kekurangan, berusaha nggak peduli dengan komentar orang lain dan kekurangan diri bisa ditutup dengan berkarya dan memperbaiki diri.
7	Sudah percaya diri	Membuka diri, banyak solusi untuk mengubah <i>mindset</i> kita di channel youtube dan instagram. Coba cari lingkungan lain

8	Belum sepenuhnya percaya diri	Berusaha menerima diri ditambah kesadaran diri menggali hal yang menjadi kelebihan kita dan berpikir positif bahwa kita cantik <i>just the way we are</i> dan menghilangkan pikiran-pikiran negatif
---	-------------------------------	---

### Konsep Diri Perempuan

Adapun konsep diri yang dimiliki perempuan ini positif dengan beberapa kategori, dimana ada beberapa informan yang cuek akan komentar negatif orang lain dan tidak peduli tanpa melakukan apa-apa terhadap fisik yang dimiliki tetapi meningkatkan kemampuan yang dipunya. Ada juga informan yang melakukan perubahan gaya hidup serta mendengarkan komentar orang lain yang dijadikan motivasi guna mengubah fisik dengan cara berolahraga dan memulai gaya hidup sehat.

Dapat dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan, konsep diri yang terbentuk yaitu konsep diri positif dengan kategori berikut :

Tabel 2. Konsep Diri Perempuan Yang Mengikuti Kampanye #ImPerfectBeauty

Konsep Diri yang dimiliki	
Mengetahui adanya kekurangan fisik yang dimiliki	1. Bersyukur dan menjadikannya hal positif serta motivasi untuk memperbaiki diri 2. Merawat diri demi kesehatan diri sendiri bukan karena orang lain 3. Menerima diri dengan apa adanya 4. Lebih percaya diri dan membuka diri pada publik
Mengetahui adanya kelebihan yang dimiliki	1. Mengembangkan kemampuan yang dimiliki 2. Memperbaiki diri dan menutupi kekurangan diri dengan berkarya 3. Lebih memfokuskan pada kecerdasan dan <i>attitude</i>
Memahami bahwa diri tidak bisa selalu mengikuti komentar orang lain	1. Tidak Menanggapi perkataan orang lain serta fokus pada kepentingan diri 2. Tidak peduli dengan standar orang lain

Melihat dari aspek konsep diri menurut Calhoun dan Acocella (dalam Irza, 2021) yang mengatakan bahwa ada tiga aspek yakni: Pengetahuan, harapan, dan penilaian. Berikut penjelasan berdasarkan hasil wawancara :

**Pengetahuan.** Pengetahuan berhubungan dengan yang informan ketahui mengenai dirinya. Entah itu mengenai kondisi fisik, penampilan, serta status sosial yang mereka miliki. Apa yang informan ketahui tentang “siapa saya” akan memberikan gambaran tentang dirinya. Gambaran yang tercipta ini ialah pendapat terakhir mengenai bagaimana individu tersebut melihat dirinya dan bisa menyesuaikan dirinya dengan lingkungan sekitar. Hal ini juga berhubungan dengan pendapat mereka mengenai bagaimana karakter kepribadian yang dimiliki diri mereka seperti contohnya karakter jujur, baik dan buruknya pandangan mereka terhadap diri sendiri. Pengetahuan mengenai diri dimana para informan mengetahui betul mengenai diri sendiri, entah itu mengenai kondisi fisik, penampilan, status sosial dan psikologinya. Mereka sadar akan kekurangan fisik yang dimiliki, tak hanya itu mereka juga sadar akan kelebihan yang dimiliki sehingga mereka dapat mengasah kemampuan yang dimilikinya. Entah itu kemampuan menulis, public speaking, mengajar dan kemampuan yang lain. Seperti halnya yang dilakukan salah satu informan yang meskipun ia memiliki keterbatasan fisik tetapi ia tetap semangat untuk mengikuti perlombaan yang berkaitan dengan jurnalistik dan memenangkan banyak penghargaan. Ia berhasil menunjukkan kepada semua orang meskipun ada kekurangan diri tetap harus mengasah dan mengetahui kelebihan diri. Standard kecantikan, mengenai standard kecantikan yang tren di media sosial pernah menjadikan para informan menjadi tidak percaya diri akan hal yang sudah dimilikinya, masih ngerasa kurang akan fisik entah tinggi badan, bentuk wajah, bentuk hidung dan jerawat. Beberapa informan sepakat bahwa dengan bertambahnya usia, lambat laun penilaian orang mengenai fisik tidak akan terlalu digubris seperti saat remaja. Ketika remaja pasti ingin terlihat cantik dan menonjol.

**Harapan.** Aspek ini berhubungan dengan individu yang mempunyai keinginan dan cita-cita akan dirinya di masa mendatang. Selagi individu memiliki gambaran mengenai dirinya yang sebenarnya, maka individu akan memiliki beberapa gambaran lain mengenai adanya kemungkinan bagaimana dia di masa depan. Hal ini bisa yakni berupa gambaran diri yang dia impikan sejak lama. Kedelapan informan ini menunjukkan bahwa dapat menerima fakta yang terjadi dan bisa mengerti kondisi dan suasana disekitarnya. Mencintai Diri yaitu saat proses pembentukan konsep diri seseorang, pasti individu mempunyai keinginan dan harapan pada diri sendiri. Para informan ini mengatakan bahwa ingin lebih mencintai dan menyayangi diri sendiri serta memiliki rasa bangga terhadap pencapaian dirinya serta tidak terlalu memperdulikan perkataan orang lain. Cara para informan mencintai diri mereka ialah menemukan kelebihan atau kemampuan yang sudah dimiliki guna menutupi

kekurangan yang ada di dirinya serta mencoba untuk berdamai dengan diri sendiri dan setiap orang mempunyai kemampuan dan kekurangannya yang sudah dianugerahi sejak lahir, akan tetapi kemampuan yang dimiliki dapat diasah lagi. Menghargai Orang Lain, para informan juga berharap untuk bisa lebih menghargai orang lain dengan menjaga perkataan serta tindakan yang dilakukan agar tidak membuat orang lain tidak enak hati atau tersinggung. Para informan juga berpendapat bahwa perempuan cantik juga dilihat dari tutur kata, sikap, perilaku dan *attitude* yang baik serta tidak membuat orang lain rugi atau membahayakan orang lain. Sikap menghargai ini bisa ditunjukkan dengan tidak memberikan komentar negatif, hinaan atau perkataan yang buruk kepada orang lain karena tindakan ini tidak membuat diri menjadi lebih baik. Sikap yang baik yaitu menjaga perkataan, memperlakukan dan menghargai kekurangan orang lain dan tidak merendahnya. Tetap Konsisten, para informan juga memiliki harapan supaya apa yang dikerjakan saat ini masih bisa terus dilakukan seterusnya. Bisa konsisten melakukan hal-hal baik seperti menjalani hidup sehat, tidak mendengarkan perkataan yang tidak enak, berolahraga dan memperbaiki diri supaya menjadi pribadi yang lebih baik. Konsisten dalam melakukan sesuatu hal sangat diperlukan, karena dengan adanya konsisten akan membuat sebuah kebiasaan baru yang bernilai positif. Menjadi Seseorang Yang Berguna dan Optimis, ketika para informan berhasil untuk lebih mencintai diri sendiri dan konsisten terhadap hal yang dilakukan maka informan akan meningkatkan kelebihan yang ia miliki. Hal ini berupa kemampuan atau *skill* dalam menunjang karirnya. Ada beberapa informan yang berkerja sebagai penulis, maka ia akan meningkatkan *skill* menulisnya. Para informan juga berharap agar bisa menjadi seseorang yang berguna bagi orang sekitarnya, ketika teman atau keluarga yang membutuhkan bantuan ia dapat membantu dan menolongnya. Seperti halnya mereka membagikan unggahan kampanye *#ImPerfectBeauty* agar para pembaca mengetahui bahwa setiap perempuan cantik dengan kekurangan dan kelebihannya.

Penilaian. Aspek ini berhubungan dengan individu yang memiliki peran sebagai penilai mengenai dirinya serta tak lepas dari peran dan status sosial. Struktur peran dan status sosial ini salah satunya dengan adanya hubungan sosial dan komunikasi dengan individu lain. Penyebab seseorang memiliki konsep diri negatif salah satunya ialah dikarenakan individu tersebut tidak mau mengubah dan memperbaiki diri menjadi lebih baik. individu ini kecenderungan memiliki respon yang negatif, serta cenderung mendengarkan semua komentar negatif yang dilontarkan orang lain dimasukkan ke hati namun nggak ada usaha untuk mengubah dan memperbaiki diri. Sementara itu individu yang konsep diri positif

mempunyai karakter diri positif yaitu lebih terbuka pikirannya atau sering dikatakan *open minded* akan hal-hal positif dari perkataan orang lain mengenai dirinya dan mau melakukan perubahan atau perbaikan diri. Berdasarkan hasilnya, penilaian ini merupakan harga diri seseorang, dimana hal ini berhubungan dengan besarnya rasa suka informan dengan dirinya saat ini. Percaya Diri, para informan mengatakan bahwa merasa tenang, bahagia dan lebih percaya diri dengan dirinya sekarang. Para informan juga mengatakan bahwa nggak ada manfaatnya menggubris komentar negatif dari orang lain dan merasa kalau semua komentar negatif tidak selalu harus ditanggapi. Komentar negatif yang ditujukan pada dirinya dibuat motivasi, dan saran agar menjadi lebih baik lagi serta rasa percaya diri informan dapat dirasakan ketika menemukan kelebihan dan dukungan dari orang disekitar mereka. Bersyukur dimana lingkungan sekitar ikut mendukung dalam membentuk rasa percaya diri seseorang, seperti halnya teman, keluarga dan suami yang *supportive*. Mendukung melalui perkataan atau melalui tindakan yang dilakukan sehingga para informan dapat berubah menjadi individu yang lebih baik. Para informan juga menyadari perempuan cantik dengan keunikannya sendiri, dan setiap orang mempunyai kekurangan dan kelebihannya sendiri. Awalnya para informan yang *insecure* menjadi bersyukur atas hal yang dimiliki dalam hidupnya mulai dari kepintaran, perilaku yang baik, perempuan *independent*, serta karir yang bagus.

## Pembahasan

Penelitian mengenai konsep diri sudah banyak dilakukan, dalam penelitian ini penulis berusaha untuk memenuhi penelitan-penelitian terdahulu mengenai konsep diri. Pada penelitian berjudul “Konsep Diri dan *Self Acceptance* Pada Perempuan” ini penulis berusaha menjelaskan bagaimana konsep diri yang terbentuk dalam diri para informan dalam kehidupan sehari-hari. Jawaban dari informan ini didasari dari pengetahuan serta pengalaman mereka serta bagaimana pemikiran mereka sendiri. Pada masa sekarang ini dengan adanya fenomena kecantikan, membuat para perempuan berlomba-lomba untuk menjadi cantik sehingga memunculkan produk-produk kecantikan. Salah satu produk kecantikan yaitu Elsheskin, dalam mempromosikan produknya Elsheskin menggunakan kampanye *#ImPerfectBeauty*. Kampanye ini mengajak para perempuan agar lebih mencintai diri sendiri dan menerima kekurangan yang dimiliki. Banyak para perempuan yang mengikuti kampanye ini.

Para informan ini dulunya juga pernah merasa *insecure* terhadap kekurangan yang dimilikinya yang akhirnya bisa kembali percaya diri berkat dukungan dan interaksi dengan orang sekitar. Hal ini berkaitan dengan teori Interaksi Simbolik menurut George Herbert Mead



mengenai “diri” menganggap bahwa konsepsi diri merupakan suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain. Mengacu pada berbagai penelitian terdahulu, salah satunya yaitu penelitian soal konsep diri orang mengenai standar kecantikan yang berjudul “Konsep Diri Perempuan Cantik di Instagram” (Irza, Chika Ananda, 2021) yang mencoba menjelaskan bagaimana konsep diri yang terbentuk dari mahasiswa Pekanbaru. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa konsep diri yang terbentuk dijelaskan pada tiga aspek yaitu pengetahuan, harapan dan penilaian diri. Mengenai standar kecantikan di Instagram pernah menjadikan remaja perempuan Pekanbaru merasa tidak percaya diri.

Pada hasil yang didapatkan mengenai pengetahuan, perempuan mengetahui kekurangan dan kelebihan diri mereka serta mereka mengetahui mengenai standar kecantikan yang melekat pada masyarakat. Mereka mengetahui mengenai sikap yang akan mereka ambil mengenai standar kecantikan ini. Pada aspek harapan mereka memiliki harapan dan cita-cita yang mereka impikan serta tidak menyerah akan keadaan dan berjuang guna mewujudkan cita-citanya. Pada aspek penilaian, mereka menilai bahwa diri mereka sudah bisa menerima diri sendiri dan berdamai dengan keadaan serta bisa lebih percaya diri dari sebelumnya dengan mengambil tindakan yang berbeda antara informan satu dengan yang lain.

Dapat dilihat dari hasil wawancara bahwa perempuan zaman sekarang bisa memiliki pemikiran yang kritis, dan tidak takut untuk menyuarakan apa yang ada di pikiran mereka mengenai fenomena apa yang sedang terjadi. Tentunya hal ini sangat berbeda dengan pemikiran orang-orang dahulu yang berpendapat bahwa perempuan memiliki tiga kewajiban yaitu masak (memasak di dapur), *macak* (berdandan), *manak* (melahirkan). Mereka berani memulai gebrakan baru melalui kampanye *#ImPerfectBeauty* agar stigma masyarakat yang berpatokan pada standar kecantikan bisa berangsur-angsur mereda. Hal ini sesuai dengan tulisan Isti Khomalia yang berjudul Standarisasi Kecantikan di Media Sosial : Analisis Wacana Sara Mills Beauty Standard di Canel Youtube Gita Savitri Devi (2018) dimana di tulisannya menjelaskan bahwa perempuan zaman sekarang berani dan memiliki pemikiran kritis dengan studi pada youtuber.

Agar pesan-pesan perempuan ini tersampaikan pada masyarakat maka mereka mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty* guna membuat masyarakat Indonesia sadar akan kecantikan itu tidak harus dengan patokan yang berlaku melalui kampanye ini dirasa bisa membagikan pengalaman serta pesan yang ingin disampaikan kepada publik melalui media sosial sehingga target yang

diinginkan bisa tercapai. Sesuai dengan hasil penelitian Haryanto dan Prampal yang berjudul Pengaruh Pesan Kampanye *Real People Real Body* dan persepsi konsumen terhadap *Brand Image* yang menyebutkan bahwa masyarakat belajar dari dan melalui lingkungan sekitar seperti halnya kampanye, dan masyarakat akan lebih dipengaruhi jika model-model yang diamati memiliki kesamaan.

Kecantikan pada perempuan tidak hanya dilihat melalui fisik saja, tetapi dilihat dari sikap, perilaku, kepintaran, kecerdasan dan kemampuan yang lain. Dalam penelitian ini perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty* sepakat bahwa hal yang perlu diutamakan oleh seorang perempuan ialah *value* diri. Dimana *value* perempuan yaitu nilai dan kemampuan serta kelebihan diri yang dimiliki. Perempuan-perempuan ini lebih mementingkan karir, kedudukan, dan *skill* yang dimiliki, mereka memilih meningkatkan kemampuannya dibanding mendengarkan omongan orang lain. Banyak informan yang bekerja sebagai penulis, maka mereka *upgrade* kemampuan mereka dibidang ini serta berkarya sebagai *content creator* yang berguna bagi semua orang dengan memberikan manfaat pada setiap konten yang dibagikan. Konten ini bisa berupa tutorial memasak, membagikan aktivitas sehari-hari, memberi motivasi dan semangat, serta belajar bersama mengenai bahasa.

Dengan memanfaatkan media sosial dengan baik bisa membantu mengurangi rasa tidak nyaman atau tidak percaya diri. Hal ini sesuai dengan penelitian Fatmawati dan Fitrinanda yang berjudul Representasi Kecantikan dalam Akun Tiktok Jharna Bhagwani, dimana dalam hasil penelitian ini menjelaskan *content creator* tiktok yang memanfaatkan tiktok dengan membagikan video dia *make up* karakter untuk menegaskan bahwa cantik itu tidak harus berdandan seperti pada umumnya yang selalu tampil cantik. Tiktok sebagai media baru dimanfaatkannya dalam merepresentasikan kecantikan agar para *follower* nya tidak merasa insecure karena tiap perempuan dilahirkan dengan keunikannya.

Maka dari itu sangat penting agar dapat memahami dan mengerti diri sendiri serta mendapatkan konsep diri positif sebagai satu hal terpenting yang dalam setiap individu. Berani memperbaiki diri atas kesalahan yang dibuat dan menerima kekurangan diri tidak dianggap sebagai beban hidup. Komentar negatif akan penampilan fisik dan kekurangan fisik yang tidak sempurna berdampak tidak baik bagi psikis perempuan dan dapat menimbulkan konsep diri negatif ketika perempuan tersebut tidak dapat berdamai dengan diri sendiri. Alangkah baiknya untuk selalu bijak dalam berkata atau berkomentar terhadap orang lain, sehingga dapat menciptakan sesuatu hal yang

positif. Dengan menanamkan bahwa setiap perempuan mempunyai kecantikan dan keunikannya sendiri, dapat membuat para informan percaya diri akan dirinya dan tidak kehilangan nilai positif yang ada didalam dirinya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Menurut hasil penelitian yang telah dijabarkan pada dapat disimpulkan bahwa ada beberapa faktor yang membentuk konsep diri yaitu *significant other*, dan *reference group* seperti halnya kedelapan informan yang konsep dirinya terbentuk karena interaksi dengan orang tua, saudara, suami, dan orang sekitarnya yang dalam penelitian ini disebut sebagai *significant other*. Sesuai dengan yang disampaikan oleh informan juga bahwa dia memiliki komunitas yang mendukung agar lebih percaya diri dan mengambil sesuatu dari positifnya saja. Komunitas ini yang disebut sebagai *reference other*. Lalu berkaitan dengan *new media* ialah ketika seseorang mengubah sebuah mindset dan perilaku atau sikap dengan memanfaatkan sosial media seperti halnya melihat youtube, instagram, twitter dan sebagainya. Tentunya hal yang ditonton ialah sesuatu yang bermanfaat. Ada tiga informan yang memanfaatkan *new media*.

Penerimaan diri para informan bersifat positif, mengenai penerimaan diri seorang perempuan dalam penelitian ini bisa dikatakan positif, karena seluruh informan sepakat bahwa dengan menerima kekurangan diri bisa membuat menemukan kelebihan diri. Dapat dilihat dari harapan realistis para informan yang menginginkan beberapa hal dalam hidupnya. Dalam proses penerimaan diri tentunya membutuhkan proses yang lama dan membutuhkan waktu tidak serta merta langsung dapat menerima kekurangan yang ada pada diri sendiri. Para informan memiliki konsep diri positif, Sesuai dengan ciri-ciri seseorang yang mempunyai konsep diri positif yaitu mampu memperbaiki diri sendiri menjadi individu yang lebih baik dari sebelumnya serta sadar akan tindakan yang kita miliki tidak selalu dapat disukai oleh semua orang dan percaya akan kemampuan yang mereka miliki. Kedelapan informan juga memiliki pengetahuan akan kekurangan dan kelebihan yang mereka miliki, dan dapat mengatasi kekurangan tersebut. Serta adanya harapan-harapan positif pada diri sendiri serta mereka juga memiliki penilaian dan evaluasi terhadap diri sendiri

### Saran

Penelitian berjudul “Konsep Diri dan *Self Acceptance*” ini memusatkan pada hal mengenai konsep diri dan cara penerimaan diri perempuan yang mengikuti kampanye *#ImPerfectBeauty* dengan mengambil data informasi berdasarkan interview atau wawancara dengan beberapa informan. Dianjurkan bagi peneliti selanjutnya bisa

menggali lebih dalam dan terfokus pada konsep diri orang yang memiliki keterbatasan fisik sehingga dapat penemuan baru. Sementara itu peneliti juga memiliki harapan bagi pembaca untuk bisa menerima kekurangan diri dan bisa menemukan kelebihan diri. Dikarenakan banyak hal yang bisa dimiliki perempuan selain kecantikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Dadi. 2005. “Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar”. *Dirjen Dikti*. No 56
- Andriani, Dian. 2017. *Kampanye Sosial di Media Sosial (Studi Kasus Computer Mediated Communication pada Platform Crowdfunding kitabisa.com)*. Tesis tidak diterbitkan. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Annisa, Elvira Rifka. 2020. *Persepsi dan Obsesi Tentang Wajah dan Tubuh Ideal di Korea Selatan Dalam Drama Nae Aidueun Gangnammi-In (My ID is Gangnam Beauty)*. Tesis tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Aulia, Maulidya Rahmatika. 2022. *Inklusivitas Kecantikan Dalam Kampanye Digital #Meaningful Lamida Indonesia di Instagram @lamida.id*. Tesis tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Azizah, Rahmalia Wulan. 2022. *Konsep Diri Generasi Milenial Pelaku Minimalis m Lifestyle*. Tesis tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Fatmawati, T dan Fitrinanda. 2023. “Representasi Kecantikan dalam Akun Tiktok Jharma Bhagwani”. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*. Vol 15, No 1
- Fauziah, Anis. 2017. *Analisis Faktor Yang Berhubungan Dengan Self Acceptance Penderita HIV Dan AIDS Dalam Kelompok Dukungan Sebaya Berdasarkan Teori Health Belief Model*. Tesis tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Airlangga
- Ghozi, S dan Fajar J. 2022. “Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Garnier Sakura White dan Wardah White Secret”. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*. Vol 14, No 1
- Haryanto, K dan Prampal. 2023. “Pengaruh Pesan Kampanye *Real People Real Body* dan Persepsi Konsumen Terhadap *Brand Images* Nipplets Pada *Followers* Instagram @Nipplets\_official”. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. Vol 20, No 1
- Irza, Chika Ananda Putri (2021) *Konsep Diri Perempuan Cantik Di Instagram*. Tesis tidak diterbitkan, Riau: Universitas Islam Riau.
- Magh'firoh, R.H., Noviadji, B.R., & Halim, Y. 2021. “Perancangan Kampanye Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Remaja Mengenai Rasisme”. *Jurnal Artika*. Vol 5. No 2
- Nuraini, Haiva dan Evi. 2021. “Konstruksi Pengalaman Komunikasi dan Konsep Diri Perempuan Berambut

- Keriting dalam Perspektif Fenomenologi". *Journal of Scientific Communication*, 3, 36-47
- Octaviana, Vanisha. 2021. *Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @RaikuBeauty Tentang Campaign Dare To Be Bare Terhadap Brand Image Raiku*. Tesis tidak diterbitkan, Banten: Universitas Multimedia Nusantara.
- Palupi, Rety dan Setyawan, Andi. 2021. "Konstruksi Makna dan Simbol Kecantikan Pada Tayangan Final Miss Universe 2019". *Jurnal Media Penyiaran*. Vol 1, 73-82
- Permatasari, Vera dan Witrin Gamayanti. 2016. "Gambaran Penerimaan Diri (Self-Acceptance) pada Orang yang Mengalami Skizofrenia". *Jurnal Ilmiah Psikologi*. Vol 3, No 1
- Rahardaya, Astrid Kusuma. 2021. "Analisis Wacana Kritis Representasi Counter Hegemony Standar Kecantikan Pada Unggahan Akun Instagram @Tarabasro". *Nivedana: Jurnal Komunikasi & Bahasa*, 2, 31-52
- Rustanto, Bambang. 2015. *Penelitian Kualitatif Pekerjaan Sosial*. Remaja Rosdakarya PT.
- Sukisman, Joanne dan Lusiana, S. S. 2020. "Perlawanan Stigma Warna Kulit Terhadap Standar Kecantikan Perempuan Melalui Iklan". *Koneksi*. Vol 5. No 1.
- Syahrani, Andi. 2020. "Pembentukan Konsep Diri Remaja". *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*. Vol 7, 61-67
- Teresia, Noiman Derung. "Interaksionisme Simbolik dalam Kehidupan Bermasyarakat". *Jurnal Kateketik dan Pastoral*. Vol 2, No 1
- Widyastuti, Yeni. 2014. *Psikologi Sosial*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Wijayanto Galih A dan Eni Hidayati. 2021. "Konsep Diri Pada Remaja Yang Mengalami Bullying". *Keperawatan Silampari*. Vol 4. No 2.