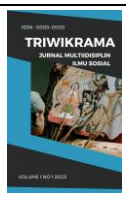
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



ESTETIKA KOLONIALISME : BAGAIMANA WARNA KULIT PUTIH TERINTERNALISASI DI TENGAH TREN KECANTIKAN DI INDONESIA

Rahil Azka Izzati [1], Mutiara Nurlita Sari[2], Euis Qonita Amin[3], Nayla Azka Aulida[4], Ruth Vinita Br Siahaan[5], Maria Krisnawati[6], Anik Maghfiroh[7]
Universitas Negeri Semarang

ARTICLE INFO

Article history:
Received November 2025
Revised November 2025
Accepted November 2025
Available online November 2025

Email:
rahilazkaiz@students.unnes.ac.id,
nlita06_@students.unnes.ac.id,
euisqontaa25@students.unnes.ac.id,
naylaazkaaulida20@students.unnes.ac.id,
ruthvinitasiahaan1@students.unnes.ac.id

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2025 by Author.

Abtrak

Fenomena globalisasi telah mendorong perubahan signifikan dalam pandangan masyarakat terhadap identitas dan estetika, yang di Indonesia tercermin dalam tren kecantikan yang menjadikan kulit putih sebagai simbol kecantikan, kemurnian, dan status sosial. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji kelanjutan dan penguatan konstruksi estetika kolonial pada masa kini, yang dipicu oleh penyebaran budaya populer internasional. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif-interpretatif dengan menganalisis literatur sekunder seperti jurnal dan artikel akademik dari basis data ilmiah. Teknik analisis data menggunakan metode tematik untuk mengidentifikasi tema utama, termasuk penyebaran melalui media global, pengaruh kolonial, dan proses internalisasi. Temuan menunjukkan bahwa standarisasi kulit putih berasal dari hierarki sosial pada era kolonial Belanda, yang menempatkan kulit terang sebagai indikator status tinggi dan kemakmuran, menggantikan pandangan pra-kolonial yang menghargai kulit cokelat atau gelap. Warisan ini kini diperkuat oleh dominasi media global seperti Hollywood dan K-pop, yang secara terus-menerus mempromosikan standar kecantikan transnasional yang memuja kulit putih dan fitur Kaukasia. Proses internalisasi colorism terjadi melalui lingkungan sekitar, seperti keluarga dan pembentukan stereotip oleh media, yang kemudian diterima dan dianggap sah secara sosial melalui objekifikasi dan eksternalisasi. Internalisasi standar kulit putih ini memiliki dampak negatif seperti tekanan sosial, rendahnya harga diri, trauma psikologis, dan risiko kesehatan akibat penggunaan produk pemutih yang berbahaya, meskipun secara subjektif dapat meningkatkan kepercayaan diri individu yang berhasil memenuhi standar tersebut. Studi ini menyimpulkan bahwa estetika kecantikan di Indonesia merupakan hasil interaksi kompleks antara warisan kolonial dan hegemoni budaya global, yang telah membantu membentuk identitas estetika yang terkolonisasi.

Kata Kunci: Kolonialisme; Kulit Putih; Estetika; Globalisasi; K-pop; Internalisasi.

Pendahuluan

Fenomena globalisasi telah mendorong perubahan mendasar dalam cara masyarakat memandang identitas, terutama terkait dengan estetika dan standar kecantikan. Di Indonesia, pengaruh ini terlihat melalui penyebaran tren kecantikan yang menganggap kulit putih sebagai simbol kecantikan, kemurnian, dan status sosial. Artikel ini, berjudul "Estetika Kolonialisme: Bagaimana Kulit Putih Diinternalisasi di Tengah Tren Kecantikan Global di Indonesia," bertujuan untuk menganalisis kelanjutan dan penguatan konstruksi estetika kolonial dalam konteks budaya populer internasional pada masa kini.

Selama beberapa dekade terakhir, industri media massa dan hiburan global, mulai dari Hollywood hingga K-pop, telah memainkan peran penting dalam membentuk pandangan dunia tentang kecantikan. Kedua bidang ini sering menggambarkan orang kulit putih atau berkulit terang sebagai figur yang sempurna, sukses, dan menarik. Melalui mekanisme globalisasi budaya, citra ini telah menyebar luas dan membentuk norma estetika di banyak wilayah, termasuk Indonesia. Di sini, kulit putih tidak hanya dianggap sebagai atribut fisik, tetapi juga simbol nilai-nilai sosial yang diidamkan, seperti kemodernan, kebersihan, dan kemakmuran.

Melalui pendekatan analisis budaya, pembahasan ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana estetika kolonial telah diperbarui dalam bentuk tren kecantikan global yang menyebar dengan cepat di media sosial dan sektor kecantikan Indonesia. Studi ini juga berusaha

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

memahami mekanisme internalisasi citra kulit putih sebagai standar ideal yang berasal dari era kolonial, yang kini diperkuat oleh dinamika ekonomi dan media global. Melalui eksplorasi ini, diharapkan akan muncul pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan timbal balik antara warisan kolonial, dominasi budaya global, dan proses pembentukan identitas estetika di Indonesia.

Metode Penelitian

Fenomena internalisasi estetika kulit putih dieksplorasi melalui tinjauan literatur sekunder. Studi ini menggunakan pendekatan deskriptif-interpretatif, yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial dengan mengandalkan sumber tertulis, tanpa bertujuan untuk membuat generalisasi statistik. Metode pengumpulan data meliputi analisis jurnal dan literatur sekunder, di mana peneliti mengumpulkan dan menganalisis jurnal dan artikel akademik yang berkaitan dengan estetika kolonial, globalisasi kecantikan, tren dari Hollywood dan K-pop, serta proses internalisasi kulit putih di Indonesia. Data dikumpulkan dari basis data seperti JSTOR, ResearchGate, dan Neliti untuk mengidentifikasi pola difusi estetika dan dampaknya.

Teknik analisis data ini menggunakan pendekatan tematik yang merujuk pada metode Braun & Clarke (2006). Pendekatan ini mencakup pengelompokan konten jurnal yang relevan dan identifikasi tema utama seperti penyebaran melalui media global, internalisasi dalam kehidupan sehari-hari, dan pengaruh kolonial. Populasi studi mencakup literatur ilmiah yang ada tentang estetika kolonial, globalisasi kecantikan, dan tren dari Hollywood dan K-pop. Teknik sampling purposif diterapkan untuk memilih jurnal yang relevan dengan topik studi, terutama yang membahas konteks Indonesia dan Asia Tenggara.

Hasil dan Pembahasan

1. Latar Belakang Estetika Kolonial

Kolonialisme membentuk pandangan masyarakat terjajah tentang diri mereka sendiri, terutama dalam hal estetika, dengan menjadikan budaya Eropa dan ciri fisik Eropa sebagai standar utama kecantikan. Selama era kolonial, norma kecantikan tidak hanya ditetapkan melalui struktur sosial, tetapi juga melalui media visual yang diperkenalkan oleh orang Eropa. Iklan-iklan awal yang diterbitkan di surat kabar kolonial seperti Bataviaasch Nieuwsblad, De Locomotief, dan Java-Bode sering menampilkan wanita Eropa atau wanita Indo dengan kulit sangat putih sebagai simbol kecantikan yang sempurna. Produk seperti sabun, krim wajah, bedak, dan parfum dipromosikan menggunakan model Kaukasia, menciptakan asosiasi kuat bahwa kecantikan setara dengan kulit putih dan gaya hidup Eropa. Kurniawan (2024) menyatakan bahwa iklan kolonial berfungsi sebagai sarana penyebaran nilai-nilai modernitas yang "terikat" pada tubuh berkulit putih, sehingga penduduk asli secara bertahap mengadopsi standar-standar tersebut.



https://www.netralnews.com/standar-cantik-itu-putih-dari-iklan-produk-kecantikan-di-hindia-belanda/Z3BCbmJVdHhqRkN5Um5hdW5nNGRaZz09

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Selain iklan komersial, fotografi kolonial juga memainkan peran yang signifikan. Fotografer Eropa seperti Woodbury & Page pada abad ke-19 sering memotret wanita Indo-Eropa untuk dijual sebagai kartu pos eksotis (kartu pos kolonial). Meskipun digambarkan sebagai "eksotis," wanita Indo digambarkan dengan estetika Eropa seperti kulit yang lebih terang, rambut yang rapi, dan pakaian bergaya Eropa, yang pada saat itu dianggap lebih superior daripada penampilan wanita asli. Menurut penelitian Saraswati (2013), praktik ini menghasilkan hierarki visual yang menempatkan estetika Indo-Eropa sebagai standar kecantikan kolonial.

Tokoh-tokoh Eropa di Hindia Belanda, terutama istri dan anak perempuan pejabat kolonial, juga memiliki pengaruh besar dalam membentuk norma kecantikan. Para wanita ini sering tampil di acara sosial elit, pesta dansa, dan klub-klub Eropa, memamerkan mode, riasan, dan gaya rambut Eropa. Hal ini menciptakan gambaran bahwa kecantikan kolonial tidak hanya terkait dengan penampilan fisik, tetapi juga dengan gaya hidup kelas atas. Baroroh dkk. (2025) menekankan bahwa wanita Indo yang sering terpapar budaya Eropa berperan sebagai "perantara" estetika kolonial karena mereka tampil di media dan kegiatan sosial, lalu menjadi model kecantikan bagi komunitas asli yang ingin meningkatkan status sosial mereka.

Dominasi estetika kolonial ini diperkuat oleh sistem pendidikan yang mengklasifikasikan siswa berdasarkan ras. Sekolah-sekolah Eropa, seperti Europeesche Lagere School (ELS), menggunakan buku teks, ilustrasi, dan contoh perempuan kulit putih sebagai representasi manusia modern yang ideal. Hal ini memperkuat bias visual bahwa kulit terang merupakan simbol kecerdasan dan kepatuhan sosial. Saraharah & Ningtyas (2023) menjelaskan bahwa praktik ini menciptakan narasi bahwa perempuan asli akan "lebih cantik" jika mendekati standar Eropa, yang memicu munculnya industri lokal yang mulai memproduksi bubuk pemutih sederhana pada awal abad ke-20.

1.1 Pengaruh Kolonialisme Belanda terhadap Persepsi Kecantikan

Menurut Puspa (2010), pandangan bahwa kulit putih melambangkan kecantikan, kemajuan, kemurnian, kebersihan, dan status sosial yang tinggi berasal dari kolonialisme Belanda, di mana orang Eropa menduduki posisi teratas, sementara kulit gelap dikaitkan dengan kelas bawah dan pekerja kasar. Sebuah artikel di BeritaNasional.ID menyebutkan bahwa pada era kolonial, wanita dengan kulit terang (serupa dengan orang Kaukasia) dianggap lebih menarik dan memiliki status yang lebih tinggi, sehingga warna kulit berfungsi sebagai penanda kelas sosial dan kekuasaan. Perbandingan dengan Pandangan Pra-Kolonial sebelum kolonialisme, masyarakat di kepulauan Indonesia memiliki pandangan inklusif, di mana kulit cokelat atau gelap dianggap menarik karena mencerminkan kesehatan, kekuatan, dan keaslian. Baroroh dkk. (2025) menjelaskan bahwa dampak kolonialisme melalui pendidikan, media, dan gaya hidup telah mengubah pandangan ini, sehingga karakteristik Eropa seperti kulit putih, postur tinggi, dan tubuh langsing menjadi simbol kemajuan dan kemakmuran.



https://share.google/images/gsxo9CLsz7w3BHwHV

1.2 Peran Industri Kecantikan dan Dampaknya Saat Ini

Saraharah dan Ningtyas (2023) menjelaskan bahwa produk kecantikan di Indonesia sering kali menekankan pemutihan atau pencerahan kulit, mencerminkan pengaruh kuat estetika

kolonial. Iklan, baik di masa lalu maupun sekarang, menggambarkan kulit putih sebagai simbol kecantikan dan kesuksesan. Berita Nasional.ID menyoroti dampak jangka panjangnya, di mana banyak wanita menjadi terobsesi dengan kulit putih, sehingga mereka menggunakan krim pemutih yang berbahaya, yang pada akhirnya mempengaruhi pola perilaku saat ini dan perkembangan industri kecantikan.

Sesuai dengan temuan ini, beberapa studi di Indonesia menunjukkan bahwa norma kecantikan yang mengutamakan kulit putih terus dipertahankan oleh media dan industri kecantikan domestik. Wulandari dkk. (2023) mengungkapkan bahwa penggambaran kulit putih dalam iklan dan platform digital tetap menjadi tolok ukur utama yang membentuk pandangan perempuan muda tentang kecantikan. Studi ini menegaskan bahwa paparan terhadap iklan produk pemutih kulit memperkuat keyakinan bahwa kulit putih setara dengan kecantikan dan kepercayaan diri. Temuan ini diperkuat oleh studi Arifiyana dkk. (2019), yang menunjukkan bahwa minat publik yang tinggi terhadap produk pemutih kulit mendorong peredaran krim yang mengandung zat berbahaya seperti hidrokinon, yang sebenarnya merusak kesehatan kulit. Selain itu, penelitian oleh Maharani, Abbas, dan Sartika (2018) mengungkapkan bahwa praktik penggunaan krim pemutih berisiko tinggi masih umum terjadi akibat kurangnya pemahaman tentang kandungan merkuri dan dampaknya terhadap kesehatan. Hasil penelitian di Indonesia ini menunjukkan bahwa industri kecantikan tidak hanya menciptakan tren, tetapi juga mempertahankan standar kecantikan kolonial yang secara langsung mempengaruhi pola konsumsi, kondisi kesehatan, dan cara perempuan memandang diri mereka sendiri.

1.3 Representasi di Era Media Sosial

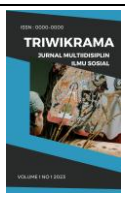
Listyani dkk. (2023) mengungkapkan bahwa akun klinik kecantikan di Instagram menampilkan wanita kulit putih sebagai model yang sempurna, yang menunjukkan pengulangan nilai-nilai kolonial dalam ruang digital yang tampak kontemporer namun belum sepenuhnya terbebas dari pengaruh tersebut.

Menurut hasil penelitian Listyani dkk. (2023) tentang akun klinik kecantikan di Instagram, penelitian lain di Indonesia juga menunjukkan bahwa platform media sosial, termasuk profil klinik dan influencer, sering mempromosikan kulit putih sebagai standar utama kecantikan. Analisis akun Instagram mengidentifikasi pola representasi perempuan yang menonjolkan wajah halus dan kulit putih sebagai indikator kecantikan dan profesionalisme, sehingga menciptakan tekanan bagi pengguna untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma tersebut (Garcia, 2023). Penelitian Arwanda (2022) lebih lanjut menegaskan bahwa konten iklan dan posting online sering memperkuat mitos bahwa kulit putih setara dengan status sosial dan daya tarik, sementara perempuan dengan kulit gelap atau zaitun jarang ditonjolkan. Selain itu, studi yang menganalisis materi endorsement dan pendekatan branding di Instagram menunjukkan bahwa taktik pemasaran sering memperkuat narasi tentang pemutihan kulit untuk membangun kepercayaan pelanggan dan mendorong penjualan produk kecantikan lokal (Aprilita, 2016). Temuan dari penelitian lokal ini memperkuat pandangan bahwa gambar di era media sosial tidak hanya tentang estetika kontemporer, tetapi juga sarana untuk mempertahankan nilai-nilai kolonial yang tertanam dalam praktik konsumsi kecantikan di Indonesia.

2. Hubungan Tren Estetika Global melalui Globalisasi: Dari Hollywood ke K-Pop

Globalisasi tidak hanya mempengaruhi aspek ekonomi, politik, dan budaya, tetapi juga membentuk pandangan estetika dunia melalui interaksi budaya yang mendalam. Sektor hiburan, seperti Hollywood dan K-pop, mempromosikan norma kecantikan lintas batas yang seringkali mengutamakan kulit putih, wajah ramping, hidung tinggi, dan proporsi tubuh yang dianggap sempurna, meskipun gerakan alternatif seperti #BlackIsBeautiful telah muncul dalam upaya untuk membebaskan estetika dari pengaruh kolonial.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



2.1 Hollywood sebagai Pusat Estetika Barat

Sejak abad ke-20, Hollywood telah menjadi sumber utama penyebaran standar kecantikan Barat melalui sinema, iklan, dan platform digital, menonjolkan karakteristik seperti kulit putih, mata lebar, dan rambut lurus. Fenomena ini tidak hanya menetapkan norma kecantikan global tetapi juga memicu imperialisme budaya, di mana nilai-nilai Barat mendominasi persepsi kecantikan di negara-negara non-Barat, seperti di Asia dan Afrika. Akibatnya, kulit putih sering dianggap sebagai simbol kesempurnaan, status sosial, dan kemurnian, yang memengaruhi pola konsumsi produk kecantikan dan bahkan mendorong praktik seperti pemutihan kulit di berbagai belahan dunia.

Pengaruh Hollywood sangat terasa di sektor budaya internasional, termasuk kemunculan K-pop sebagai pengaruh budaya Asia yang sejalan dengan norma-norma Barat. Selama dua puluh tahun terakhir, K-pop telah berkembang pesat, namun estetikanya tetap sangat dipengaruhi oleh standar Hollywood, seperti kulit putih, rahang tajam, dan tren seperti “glass skin” dan pemutihan kulit. Industri kecantikan Korea, yang merupakan bagian dari lingkungan K-pop, menonjolkan kulit putih sebagai simbol kemurnian dan status sosial, seringkali didorong oleh permintaan pasar global. Namun, terdapat resistensi yang semakin meningkat di kalangan artis K-pop yang mulai menerima warna kulit alami mereka, sebagai respons terhadap homogenisasi budaya dan upaya untuk mempromosikan keragaman estetika Asia yang lebih autentik. Hal ini menggambarkan interaksi kompleks antara hegemoni Barat dan resistensi lokal dalam arena estetika global kontemporer.

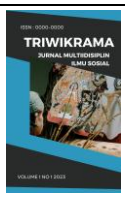
2.2 Media Sosial dan Reproduksi Standar Estetika

Media sosial telah berkembang menjadi platform utama untuk penyebaran dan penguatan standar kecantikan secara global. Platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan pengguna untuk berperan ganda sebagai konsumen dan pembuat konten, sehingga mereka dapat menyerap dan menghasilkan gambar tubuh dan wajah yang dianggap “sempurna.” Tinjauan literatur menunjukkan bahwa konten yang dibuat oleh influencer kecantikan di media sosial sering menonjolkan estetika yang diedit: kulit halus, fitur wajah yang seimbang, dan komposisi tubuh tertentu elemen-elemen yang umumnya dikaitkan dengan konsep “kesempurnaan” berdasarkan norma internasional.

Salah satu cara utama kerja ini adalah melalui penggunaan filter digital, alat yang disediakan oleh berbagai aplikasi media sosial untuk secara langsung mengubah penampilan wajah: menyembunyikan tekstur kulit, meratakan fitur wajah, memperbesar mata, memperkecil wajah, mencerahkan kulit, dan sebagainya. Pada individu yang secara rutin menggunakan filter ini, penelitian menunjukkan korelasi positif antara penggunaan filter dan ketidakpuasan terhadap penampilan pribadi, serta penurunan kepuasan terhadap tubuh atau citra diri yang negatif.

Akibatnya, media sosial tidak hanya menyebarkan standar kecantikan, tetapi juga mengulang dan memperkuatnya. Proses ini berpotensi mendorong keseragaman estetika di antara pengguna dari latar belakang budaya yang beragam, karena banyak orang meniru konsep kecantikan yang dianggap ideal di kancah global. Akibatnya, keragaman dalam bentuk tubuh, warna kulit, atau karakteristik fisik lainnya menjadi terpinggirkan, dan identitas visual pribadi cenderung menyesuaikan diri dengan norma-norma dominan. Hal ini menegaskan peran media sosial sebagai agen aktif dalam sosialisasi estetika global saat ini.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



2.3 Dampak Sosial dan Budaya Dominasi Estetika Kulit Putih

Salah satu konsekuensi paling mendalam dari hegemoni estetika global adalah munculnya tekanan terkait warna kulit, terutama kecenderungan untuk memandang "kulit putih sebagai cantik atau superior." Di ranah media sosial dan periklanan, terdapat kecenderungan untuk memandang kulit terang atau "putih" sebagai standar ideal kecantikan. Misalnya, penelitian di Malaysia menunjukkan bahwa iklan dan kampanye di media sosial menonjolkan kulit terang sebagai elemen daya tarik, yang kemudian mempengaruhi sikap dan tindakan konsumen muda terhadap produk pemutih kulit.

Fenomena ini sering dikaitkan dengan istilah colorism, yang merupakan bentuk diskriminasi atau preferensi terhadap orang dengan warna kulit lebih terang dalam kelompok ras atau masyarakat. Dengan dominasi estetika kulit putih di media, individu dengan warna kulit lebih gelap menghadapi tekanan untuk menyesuaikan diri, baik melalui penggunaan produk pemutih kulit, kosmetik, atau prosedur kecantikan lainnya. Hal ini telah menyebabkan munculnya hierarki ras atau kulit yang tersembunyi, di mana "putih" dikaitkan dengan status sosial, kecantikan, dan penerimaan sosial. Konsep ini sejalan dengan kritik terhadap praktik "whitewashing" (dalam konteks kecantikan), yaitu penghapusan atau perubahan kulit gelap dan fitur fisik non-Eropa untuk menyesuaikan dengan standar Eropa atau Barat.

Dampak dominasi estetika putih tidak hanya bersifat pribadi seperti persepsi diri, rendah diri, dan ketidakpuasan terhadap tubuh tetapi juga mencakup aspek struktural dan budaya. Industri kecantikan dan hiburan internasional, yang didominasi oleh representasi Eropa atau Barat, menyebarkan gagasan bahwa "keindahan universal" identik dengan estetika putih dan fitur Eropa. Kondisi ini memperkuat hierarki rasial dan estetika lintas batas, yang berpotensi menekan identitas lokal, mengurangi keragaman kecantikan budaya, dan menciptakan ketidaksetaraan dalam representasi. Studi tentang representasi kulit dan dinamika di media menunjukkan bahwa dominasi ini merupakan bentuk imperialisme budaya estetika, di mana estetika "global" menindas estetika lokal dan keragaman fisik.

3. Proses Internalisasi Kolorisme Kulit Putih di Indonesia

Proses penerimaan kulit putih sebagai standar di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai aspek psikologis, sosial, dan budaya, di mana masyarakat mengadopsi nilai-nilai Barat melalui paparan media dan hubungan sosial, meskipun tradisi lokal awalnya menghargai kulit cokelat.

3.1. Proses Internalisasi standar kecantikan kulit putih di Indonesia

Proses penerimaan kulit putih sebagai standar kecantikan di Indonesia telah melewati berbagai fase dan dipengaruhi oleh lingkungan sekitar serta media.

Lingkungan Sekitar (Keluarga dan Sosial): Pembentukan pandangan tentang kecantikan dimulai dari orang-orang terdekat kita, terutama keluarga. Keluarga memainkan peran utama dalam membentuk persepsi awal tentang kecantikan, misalnya melalui perbandingan antara saudara kandung berkulit gelap dan berkulit terang, atau keyakinan ibu bahwa wanita cantik adalah yang berkulit terang. Preferensi orang tua terhadap anak-anak berkulit lebih terang memperkuat peran keluarga dalam proses penerimaan ini.

Media dan Pembentukan Sosial: Konsep kecantikan seringkali merupakan stereotip yang ditanamkan dalam pikiran masyarakat, salah satunya melalui iklan media. Stereotip kecantikan ini sangat dipengaruhi oleh daya tarik estetika Barat. Iklan berfungsi sebagai manifestasi budaya massa yang tidak hanya memasarkan barang tetapi juga menanamkan nilai-nilai tertentu, termasuk citra palsu kecantikan ideal yang digambarkan sebagai wanita berkulit putih dengan rambut lurus, tinggi, dan langsing (Featherstone dalam Setyawan, 2011). Nilai-nilai budaya Barat ini telah diserap melalui berbagai media seperti koran, poster, film, iklan, buku teks, dan karya sastra sejak era kolonial (Pratama, 2025).

Fase Pembentukan Sosial: Berdasarkan teori konstruksi sosial Peter L. Berger, internalisasi merupakan tahap awal dalam pembentukan standar kecantikan, yang kemudian diikuti oleh: (1) Objektifikasi: Pandangan bahwa kulit putih merupakan standar kecantikan mulai dibenarkan dan diterima secara luas oleh masyarakat. (2) Eksternalisasi: Pandangan yang telah diterima tersebut terus disebarkan kepada orang lain, hingga akhirnya dianggap sebagai kebenaran yang sah di masyarakat (Fitrasari & Listyani, 2024).

3.2. Faktor Sosial Standar kecantikan warna kulit di Indonesia

Standar kecantikan yang berkaitan dengan warna kulit di Indonesia menunjukkan kompleksitas yang mendalam, karena dipengaruhi oleh berbagai aspek sosial, budaya, dan sejarah (Fitrasari & Listyani, 2024).

Faktor Historis dan Kolonial: Sejarah panjang kolonialisme Belanda di Indonesia telah memicu perubahan nilai dan norma, sekaligus memperkenalkan budaya baru. Orang Eropa memperkenalkan misi-misi budaya yang kemudian diadopsi oleh masyarakat lokal. Pemerintah kolonial menyebarkan propaganda tentang budaya modern dan Barat, yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk pandangan tentang identitas dan gender (Pratama, 2025). Selama periode kolonial, praktik kolonial membentuk ideal kecantikan tertentu, di mana wanita berkulit putih lebih diutamakan. Pengaruh kolonial Belanda terhadap persepsi kecantikan tercermin dalam upaya membuat penduduk asli merasa inferior dan kurang percaya diri terhadap warna kulit alami mereka. Hierarki sosial yang menempatkan orang Eropa di puncak juga memperkuat superioritas kulit putih.

Dominasi Budaya dan Media: Iklan dan media secara massif membangun realitas kecantikan yang menyerap daya tarik Barat, mendorong perempuan non-Barat untuk mengubah warna kulit dan bentuk tubuh mereka agar terlihat menarik. Iklan juga menentukan tema-tema palsu, seperti stereotip sempit tentang kecantikan ideal. Kontes kecantikan internasional, seperti Miss Universe, juga berfungsi untuk melegitimasi kecantikan Barat, di mana penilaian didasarkan pada kriteria Barat (tinggi badan, tubuh langsing, kulit putih bercahaya).

Upaya Mencapai Pengakuan Sosial: Selama periode Hindia Belanda, kelas menengah pribumi menerima unsur-unsur budaya Barat untuk mengejar kemajuan peradaban dan mencapai kesetaraan dengan negara-negara kulit putih (Pratama, 2025). Di era modern, penyesuaian terhadap standar kulit putih didorong oleh tekanan sosial untuk diterima di masyarakat. Sebagian besar orang memandang kulit putih sebagai yang paling menonjol, karena warna kulit adalah aspek pertama yang diperhatikan orang lain (Fitrasari & Listyani, 2024).

3.3. Dampak Standar Kecantikan Kulit Putih

Standar kecantikan kulit putih yang terinternalisasi memiliki berbagai konsekuensi bagi individu dan masyarakat.

Dampak Negatif: (1) Dampak Psikologis dan Emosional: Standar kecantikan menjadi hambatan nyata yang memaksa wanita untuk menyesuaikan diri dengan pembicaraan kecantikan yang kompleks, sesuai dengan ungkapan populer “Kecantikan adalah penderitaan” (Wolf, 1990 dalam Fitrasari & Listyani, 2024). Diskriminasi berdasarkan warna kulit sejak kecil dapat menyebabkan trauma psikologis yang mendalam dan menumbuhkan kurangnya kepercayaan diri terhadap warna kulit alami. **(2) Dampak Kesehatan:** Obsesi untuk mendapatkan kulit putih mendorong perempuan untuk mengambil berbagai langkah, seperti menggunakan kosmetik pemutih kulit dan menjalani suntikan atau bedah rekonstruktif. Penggunaan produk pemutih kulit, terutama yang diperoleh secara online dan keamanannya tidak terjamin, dapat menyebabkan gangguan hormonal. Hal ini juga berpotensi menimbulkan ketergantungan pada produk tersebut, di mana seseorang merasa perlu terus menggunakannya.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 11 No 8 2025
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:

Penggunaan produk kecantikan yang tidak tepat dapat memiliki konsekuensi serius bagi penggunanya (Fitrasari & Listyani, 2024).



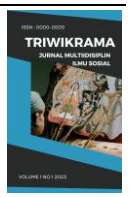
Wajah Wanita Ini Menghitam gegara Skincare Bermerkuri

Dampak Positif: (1) Peningkatan Rasa Percaya Diri (Setelah Penyesuaian): Keinginan masyarakat Indonesia untuk memiliki kulit putih didasarkan pada pandangan bahwa hal itu membuat seseorang terlihat lebih cantik, menarik, menyenangkan dipandang, dan lebih percaya diri dibandingkan dengan warna kulit khas wanita Indonesia (Al Rashid, 2008). Beberapa orang merasa lebih dihargai setelah menyesuaikan diri dengan standar kecantikan kulit putih. Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap standar tersebut dapat menghasilkan penerimaan sosial yang diinginkan, meskipun hal ini merupakan hasil dari tekanan sosial itu sendiri.

Berdasarkan analisis beberapa jurnal yang tersedia, standar kecantikan kulit putih yang dipengaruhi oleh budaya Barat atau asing di Indonesia dapat memiliki dampak yang dapat dianggap "positif" atau "bermanfaat" dalam konteks tertentu (terutama dalam hal stratifikasi ekonomi dan sosial), meskipun secara umum standar ini juga memiliki dampak negatif seperti colorism dan masalah citra diri. **(2) Keuntungan Akses dan Privilese Sosial:** Standar kulit putih atau cerah menciptakan stratifikasi sosial yang berakar pada praktik colorism di Asia Tenggara. Meskipun ini merupakan isu diskriminatif, dampak bagi individu yang memenuhi standar ini adalah akses yang lebih mudah dalam berbagai aspek. Konstruksi kecantikan ideal yang digambarkan sebagai berkulit putih telah menjadi "hukum yang dipatuhi oleh dunia nyata," sehingga secara tidak langsung memberikan keuntungan sosial dan privilese kepada mereka yang sesuai dengan citra yang diciptakan oleh media dan periklanan. **(3) Mendorong Pertumbuhan dan Inovasi di Industri Kecantikan:** Standar kecantikan ideal (yang kini kompleks, tidak hanya putih tetapi juga halus, lembut, dan bercahaya) yang dibangun oleh media dan periklanan menjadi pemicu utama bagi konsumen untuk membeli produk atau layanan. Hal ini menciptakan pasar dan mendorong pembelian, serta menjadi strategi pemasaran yang efektif.

Kesimpulan

Artikel ini mengkaji secara mendalam bagaimana estetika kolonialisme dipertahankan dan diperkuat di era globalisasi melalui tren kecantikan yang menjadikan kulit putih sebagai simbol kecantikan, kemurnian, dan status sosial di Indonesia. Menggunakan pendekatan deskriptif-interpretatif dan analisis literatur sekunder melalui metode tematik Braun & Clarke (2006), penelitian ini mengungkap akar historis fenomena ini, yang bermula dari kolonialisme Belanda yang menempatkan kulit terang sebagai tanda kelas sosial tinggi, sehingga menggantikan pandangan pra-kolonial yang lebih menghargai kulit cokelat atau gelap. Warisan ini semakin diperkuat oleh dominasi media internasional seperti Hollywood dan K-pop, yang mempromosikan standar kecantikan lintas batas dengan ciri-ciri Kaukasia, sehingga memperluas praktik imperialisme budaya dan diskriminasi berdasarkan warna kulit.



Proses penerimaan terjadi melalui interaksi dengan lingkungan sekitar, seperti keluarga, dan pembentukan stereotip oleh media, yang meliputi fase objekifikasi dan eksternalisasi sesuai dengan teori konstruksi sosial Berger. Aspek sosial seperti dominasi budaya, kontes kecantikan global, dan tekanan sosial mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma ini, meskipun budaya lokal awalnya inklusif. Namun, penerimaan ini memiliki dampak negatif yang signifikan, seperti stres psikologis, penurunan harga diri, trauma emosional, dan risiko kesehatan akibat penggunaan produk pemutih kulit yang tidak aman. Di sisi lain, dari sudut pandang subjektif, kepatuhan terhadap standar ini dapat meningkatkan kepercayaan diri dan integrasi sosial bagi sebagian orang.

Secara umum, penelitian ini menyimpulkan bahwa estetika kecantikan di Indonesia merupakan hasil interaksi kompleks antara warisan kolonial dan hegemoni budaya global, yang membentuk identitas estetika yang terkolonisasi. Kondisi ini memerlukan pemahaman kritis untuk mendekolonisasi norma kecantikan, meskipun terdapat gerakan penolakan seperti #BlackIsBeautiful. Dengan keterbatasan sumber literatur sekunder, temuan ini mendorong penelitian lebih lanjut melalui data primer guna memahami implikasinya secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Amelia, L., Fahmi, K., & Tamrin, S. (2022). Konstruksi Makna Cantik bagi Remaja Perempuan Pengguna Pemutih Kulit Ilegal. *Jurnal Sosialisasi, 9*(3).

Aprilita, D. (2016). Representasi kecantikan perempuan dalam media sosial Instagram (Analisis semiotika Roland Barthes pada akun @mostbeautyindo, @Bidadarisurga, dan @papuan_girl). Paradigma: Jurnal Kajian Budaya, 4(3), 1–10.

Arifiyana, D., Harjanti, H., Sri, Y., Ebtavanny, E., & Gusti, T. (2019). Analisis kuantitatif hidrokuinon pada produk kosmetik krim pemutih yang beredar di wilayah Surabaya Pusat dan Surabaya Utara dengan metode spektrofotometri UV-Vis. Akta Kimia Indonesia, 4(2), 107–117. https://doi.org/10.12962/j25493736.v4i2.5532

Arwanda, D. (2022). Putih yang ideal: Representasi warna kulit perempuan dalam iklan media sosial. Jurnal Audiens, 3(2), 95–107.

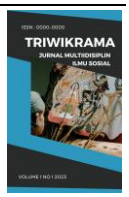
Asysyamil, M. F., Pratiwi, K., Luthfiyah, E. Z. H., & Anggraeni, C. (2024). Beauty Mirror: The Depiction of Korean Wave Influence in Indonesian Women's Beauty Standard in Scarlett, Citra, and Wardah Skincare Advertisements (A Semiotics Approach). *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS)*. https://jurnal.uns.ac.id/prosidingsemantiks

At Thariq, M. W. D. (2024). Deconstructing beauty standards: Geulis Unpad Instagram account. Media dan Jurnal Studi.

Baroroh, H. E., Anam, H. F., & Kharisma, M. (2025). Colonial Legacies and Gender Representation on Social Media's Muslim Fashion Brands in Indonesia. Sawwa: Jurnal Studi Gender, 20(1). https://doi.org/10.21580/sa.v20i1.25854

Fadhila, K. R. (2020). Pengetahuan dan penggunaan produk whitening dan brightening di kalangan perempuan muda. Jurnal Fakultas Kedokteran Universitas Airlangga.

Fitrasari, A., & Listyani, R. H. (2024). Kontruksi Kecantikan Warna Kulit Perempuan Indonesia (Studi Kasus di Kota Surabaya). *Paradigma, 13*(13).



Garcia, G. (2023). Representasi standar kecantikan wanita di media sosial Instagram. Jurnal Koneksi, 7(1), 12–22.

Herlina, H. (2019). Effect of knowledge and use of bleaching cosmetics on facial skin. Jurnal Kesehatan STIKes PHI.

Ifa, K., Sudrajat, A., & Tedjomurti, F. (2025). Warna Kulit dan Stratifikasi Sosial: Perjuangan Representasi di Ruang Media Sosial TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi, 14*(2), 58–66. http://dx.doi.org/10.21831/dimensia.v14i2.81746

Kurniawan, Y. (2024). Representation of Indonesian beauty standards in advertising and media. ELITE Journal, Universitas Negeri Surabaya.

Listyani, R. H., Kiranantika, A., Arimbi, D. A., & Susanti, E. (2023). Aesthetic Clinic and Beauty Myths in Indonesia: Discourse Analysis of Beauty Representation in Instagram Accounts. The Journal of Society and Media, 7(2), 514–545. https://doi.org/10.26740/jsm.v7n2.p514-545

Listyani, R. H., Setiowati, R., & Lestari, M. (2023). Aesthetic clinic and beauty myths in Indonesia: Discourse analysis of Instagram accounts of aesthetic clinics. Jurnal Komunikasi, 12(2), 134–148.

Maharani, A., Abbas, H. H., & Sartika. (2023). Analisis merkuri pada rambut dan efek kesehatannya pada mahasiswa FKM UMI yang memakai “cosmetic whitening cream”. Window of Public Health (WOPH) Journal. https://doi.org/10.33096/woph.v4i6.846

Oktaviani, J. (2022). Fenomena 'colorism sebagai bentuk stratifikasi sosial di kawasan Asia Tenggara. *Jurnal Dinamika Global, 7*(1), 54–83. https://doi.org/10.36859/jdg.v7i01.1037

Pratama, M. A. Q. (2025). KOLONIALISME DAN BUDAYA POPULER: POTRET MARKETING SELEBRITIS DI HINDIA BELANDA ERA 1930-1940. *Khazanah: Jurnal Sejarah dan Kebudayaan Islam, 15*(1), 16–42. https://rjfahuinib.org/index.php/khazanah/article/view/1899

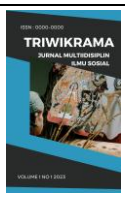
Puspa, R. (2010). Isu ras dan warna kulit dalam konstruksi kecantikan ideal perempuan. Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, 23(4), 312–323.

Safitri, A. (2022). Beauty standard discourse on “Skin Game”. IJLLT/Neliti.Saraswati, L. A. (2013). Seeing Beauty, Sensing Race in Transnational Indonesia. University of Hawaii Pres Soyata, A. (2021). Overview of skin whitening agents with insight into illegal cosmetic market. Farmasetika (Unpad).

Samingan. (2017). Nasionalisme Kulit Putih: Ernest Douwes Dekker Malaikat Pemberani. *Ekspektasi Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2*(2), 78–90.

Saraharah, Z. D., & Ningtyas, S. (2023). Change of Beauty Standards in Indonesian Society Through Beauty Product That Improve Lately. Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan, 18(1), 54–67. https://doi.org/10.14710/sabda.18.1.54-67

Saraharah, Z. D., & Ningtyas. (2023). Change of Beauty Standards in Indonesian Society Through Beauty Products That Improve Lately. SABDA, Fakultas Ilmu Budaya UNDIP.



Sihombing, R. (2024). Interaksi antara Media Sosial dan Korean Wave dalam Membentuk Standar Kecantikan Wanita Indonesia. *KONTEKSTUAL Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(2). http://www.ubl.ac.id/kontekstual

Suhaenah, A. (2023). Hydroquinone levels in whitening body lotion circulating in the market. PharmRep Journal.

Wulan, R. R. (2017). The Myth of White Skin: A Postcolonial Review of Beauty Discourse in Indonesia. SHS Web of Conferences.

Wulandari, A. M., Abadi, T. W., Hidayati, L. N., Putri, S. R., & Kurniasari, F. V. (2023). Analisis bibliometrik: Pengaruh representasi supremasi kulit putih dan terpaan iklan Scarlett Whitening terhadap penerimaan informasi oleh remaja perempuan. Ranah Komunikasi, 7(1), 43–49. https://doi.org/10.25077/rk.7.1.43-49.2023