



Shifting Indonesian Beauty Standards on TikTok @cadburylemonade: A Critical Discourse Analysis Study

Pergeseran Standar Kecantikan Indonesiadi TikTok @cadburylemonade: Kajian Analisis Wacana Kritis

OPEN ACCESS

ISSN 2541-2841 (online)

ISSN 2302-6790 (print)

Edited by:

Didik Hariyanto

*Correspondence:

nunik.hariyanti@comm.uad.ac.id

Citation:

Gesilia Wilmanda dan Nunik Hariyanti (2025) Pergeseran Standar Kecantikan Indonesia di TikTok @cadburylemonade: Kajian Analisis Wacana Kritis. 13(2)

Doi:10.21070/kanal.v13i2.1794

Gesilia Wilmanda¹, Nunik Hariyanti^{2*}

¹ Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia, ²Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

Abstract

The standard of female beauty is a social construction that develops and is formed through the influence of culture, media, and social norms prevailing in society. In the era of traditional mass media, beauty was interpreted as a homogeneous benchmark that tended not to represent the beauty of several ethnic groups. The development of social media such as TikTok plays a role in shaping beauty standards, by giving voice and space to a variety of more open and plural representations of beauty. @cadburylemonade is a TikTok influencer who promotes a broad concept of beauty that does not adhere to societal standards. This research aims to examine how @cadburylemonade, through the TikTok platform, plays a role in redefining the standards of female beauty in Indonesia. Using descriptive qualitative methods and Norman Fairclough's critical discourse analysis model, this research explores how this account represents diverse beauty, as well as how it contributes to changing Indonesian people's perceptions of female beauty. This research concludes that TikTok is effective as a medium for reconstructing the meaning of beauty. Especially through the account @cadburylemonade, which with a positive and confident presentation shows the opposite of the current beauty standards in Indonesia, which leads to positive comments and responses from the audience. This pattern of audience consumption indicates a process of acceptance of the concept of beauty that should be more representative of many groups in Indonesia. This indicates that through platforms like TikTok, the meaning of beauty can be reconstructed, offering a broader and more diverse perspective on what is considered beautiful in Indonesian society.

Keywords: Beauty Standards, TikTok, Critical Discourse Analysis

Abstrak

Standar kecantikan wanita merupakan konstruksi sosial yang berkembang dan terbentuk melalui pengaruh budaya, media, dan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat. Pada era media massa konvensional kecantikan dimaknai sebagai tolok ukur yang bersifat homogenitas yang cenderung tidak merepresentasikan kecantikan dari beberapa kelompok etnis. Perkembangan media sosial seperti TikTok berperan dalam membentuk standar kecantikan, dengan memberikan suara dan ruang bagi beragam representasi kecantikan yang lebih terbuka dan plural. @cadburylemonade merupakan influencer TikTok yang mempromosikan konsep kecantikan yang luas dan tidak terpaku pada standar masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana @cadburylemonade melalui platform TikTok, ikut berperan dalam meredefinisi standar kecantikan wanita di Indonesia. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis wacana kritis model Norman Fairclough, penelitian ini menggali bagaimana akun ini merepresentasikan kecantikan yang beragam, serta bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap perubahan persepsi masyarakat Indonesia tentang kecantikan wanita. Penelitian ini menjumpai simpulan bahwa TikTok efektif menjadi media rekonstruksi makna kecantikan. Khususnya melalui akun @cadburylemonade, yang dengan pembawaan positif dan penuh percaya diri menunjukkan kebalikan dari standar kecantikan yang ada di Indonesia saat ini, justru membawa komentar dan respon positif dari audiens. Pola konsumsi audiens ini, mengindikasikan adanya proses penerimaan atas konsep cantik yang seharusnya lebih representatif bagi banyak kalangan di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa melalui platform seperti TikTok, makna kecantikan dapat direkonstruksi, menawarkan perspektif yang lebih luas dan beragam mengenai apa yang dianggap cantik di masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: Standar Kecantikan, Tiktok, Analisis Wacana Kritis

PENDAHULUAN

Pergeseran standar kecantikan di Indonesia bukanlah fenomena yang terjadi secara tiba-tiba, melainkan hasil dari perubahan sosial, ekonomi, dan perkembangan teknologi. Kecantikan adalah konstruksi sosial yang terus berkembang melalui pengaruh budaya, media, dan norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Paparan media massa seperti televisi, majalah, dan iklan memainkan peran besar dalam mendefinisikan gambaran ideal tentang kecantikan wanita. Standar kecantikan yang dominan sering kali didasarkan pada ciri-ciri fisik tertentu, seperti kulit putih, tubuh langsing, rambut panjang dan lurus, serta wajah dengan fitur-fitur tertentu seperti mata besar dan hidung mancung. Citra ini mengakar dalam masyarakat Indonesia dan menjadi tolok ukur untuk menilai kecantikan seorang wanita. Pada era media massa tradisional kecantikan dimaknai sebagai tolok ukur yang bersifat homogenitas atau seragam (Adani et al., 2021).

Standar kecantikan yang dibentuk oleh masyarakat merupakan konstruksi sosial yang sejatinya bersifat dinamis, hal ini dipengaruhi oleh faktor budaya, sejarah, ekonomi, teknologi, dan media. Pemahaman tentang kecantikan sering kali mencerminkan nilai-nilai sosial, politik, dan ekonomi dari masyarakat pada suatu masa tertentu. Misalnya, di masa tradisional Indonesia, khususnya pada era Pra-Kolonial, standar kecantikan perempuan sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai lokal dan adat istiadat. Ciri visual yang dianggap menarik ialah kulit sawo matang, tubuh berisi yang dalam budaya Jawa dan Bali dianggap sebagai lambang kemakmuran dan kesehatan, juga ciri rambut panjang hitam dan lurus yang dipandang sebagai simbol feminitas dan keanggunan. Pada era ini, riasan dan pakaian tradisional seperti kebaya, kain batik, dan hiasan rambut (sanggul) menjadi bagian dari ekspresi kecantikan yang terintegrasi dengan identitas budaya (Meriska Yosiana, 2022).

Kemudian Eropa menjajah Indonesia dan membawa pengaruh budaya termasuk dalam memaknai kecantikan. Perempuan Indonesia saat itu mendambakan kulit putih cerah, fitur wajah barat yang tirus dan mancung, juga rambut lurus, karena dianggap memiliki status sosial yang lebih tinggi. Pada era kolonial, terjadi percampuran budaya dalam berpakaian, misalnya campuran antara ciri khas lokal dan pengaruh Eropa, seperti penggunaan pakaian modern dan aksesoris budaya Barat. Tampilan fisik kala itu juga menjadi stratifikasi sosial, yang mencerminkan hierarki yang dibentuk oleh kekuatan kolonial. Perbedaan fisik, terutama yang terkait dengan warna kulit, bentuk tubuh, dan fitur wajah, digunakan untuk menentukan kelas sosial dan status sosial seseorang dalam masyarakat kolonial. Kulit cerah dipandang sebagai tanda dari status sosial yang lebih tinggi, simbol kemakmuran, dan peradaban. Sebaliknya, kulit gelap dianggap "lebih rendah" dan berhubungan dengan pekerjaan kasar di luar ruangan, yang identik dengan kelas bawah atau orang pribumi. Selain itu, perempuan dengan wajah "campuran" (mestizo) atau yang lebih mirip dengan keturunan Eropa sering dipandang lebih "ideal," sementara perempuan dengan ciri-ciri wajah tradisional pribumi, seperti hidung pesek dan rambut keriting, sering dianggap kurang menarik (Aprilita & Listyani, 2016). Standar kecantikan yang terbentuk pada masa kolonial ini tidak hanya terbatas pada dimensi fisik, tetapi juga mempengaruhi cara

perempuan memandang diri mereka sendiri.

Hingga kemudian, Globalisasi memberi pengaruh dalam masyarakat menciptakan standar kecantikan. Industri kecantikan mengkomersialisasikan standar kecantikan global yang lebih modern. Kulit cerah, tubuh langsing, dan rambut lurus menjadi lebih diutamakan, didorong oleh iklan produk kecantikan yang didominasi produk pemutih. Globalisasi menampilkan tren-tren kecantikan dengan kiblat Negara Barat dan Asia Timur seperti Korea dan Jepang. Produk kecantikan dan tren dari Korea Selatan, seperti kulit cerah, glass skin, dan alis lurus, sangat populer di kalangan perempuan muda Indonesia (Lancia et al., 2023). Dalam banyak konteks, media masih sering menampilkan wanita dengan ciri fisik yang sangat terbatas ini, sementara perempuan yang memiliki bentuk tubuh lebih besar, warna kulit lebih gelap, atau fitur wajah yang berbeda dari "standar" tersebut sering kali tidak terwakili atau bahkan diabaikan.

Fenomena ini mempengaruhi banyak aspek kehidupan sosial, mulai dari pola pikir masyarakat, kebijakan industri kecantikan, hingga cara individu merasakan kecantikan diri mereka sendiri. Dampak dari standar kecantikan yang sempit ini tidak hanya dirasakan pada tingkat individu, tetapi juga dalam lingkungan sosial yang lebih luas. Banyak perempuan merasa tertekan untuk memenuhi ekspektasi kecantikan, baik dalam kehidupan pribadi, profesional, maupun di media sosial. Tekanan untuk memenuhi standar tersebut sering kali berdampak negatif pada kesehatan mental, seperti rendahnya rasa percaya diri dan peningkatan kecemasan sosial (Puspitasari & Suryadi, 2020). Beberapa studi menunjukkan bahwa tekanan untuk mencapai kecantikan ideal ini juga mendorong perawatan kosmetik yang mahal, penggunaan produk-produk kecantikan yang mungkin tidak aman, dan bahkan prosedur bedah estetika. Industri kecantikan memanfaatkan standar ini untuk mendorong konsumsi produk yang menjanjikan transformasi menuju "kecantikan ideal."

Peran media sosial dalam membentuk standar kecantikan semakin besar, terutama dengan hadirnya platform seperti TikTok, yang memberikan suara dan ruang bagi beragam representasi kecantikan yang lebih terbuka dan plural. TikTok, sebagai media sosial yang sangat populer di kalangan anak muda, memungkinkan individu untuk menampilkan diri mereka dalam bentuk yang lebih otentik dan bebas dari batasan fisik tradisional (Rosidah et al., 2021). Di sini, kita mulai melihat pergeseran, di mana kecantikan tidak hanya dilihat berdasarkan penampilan fisik semata, tetapi juga melibatkan aspek-aspek seperti kepercayaan diri, ekspresi diri, dan keberagaman identitas tubuh. Dengan membongkar norma-norma kecantikan yang telah mengakar, masyarakat dapat membangun pemahaman yang lebih luas bahwa kecantikan tidak hanya terbatas pada satu bentuk, warna, atau ukuran tertentu.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian dengan judul "*Beauty Standards set by Social Media and their Influence on Women's Body Image*" yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap ketidakpuasan citra tubuh di kalangan perempuan di Lebanon dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi kepercayaan diri dan pengambilan keputusan mereka kaitannya dengan kecantikan. melalui analisis statistik dari berbagai lembaga dan survei yang telah dilakukan, memberi simpulan penelitian

bahwa media sosial secara pasti mempengaruhi remaja perempuan di Lebanon terutama pada standar kecantikan. Akibatnya, media sosial akan mempengaruhi kehidupan mereka ketika mereka menjadi dewasa dengan mengikuti standar kecantikan dari media sosial (Yamout et al., 2019).

Basri, dkk, dengan judul *Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram* yang menyatakan bahwa media sosial, khususnya Instagram, TikTok, dan YouTube, berperan aktif sebagai media untuk memproduksi makna kecantikan. Penelitian tersebut lebih lanjut menganalisis seorang selebriti Tasya Farasya yang aktif dalam membagikan konten perawatan diri dan hal berhubungan dengan kecantikan perempuan lainnya. Temuan dari penelitian ini menunjukkan adanya indikasi menjadikan seseorang yang berpengaruh di media sosial, menjadi kiblat kecantikan bagi perempuan (Basir et al., 2022). Media sosial mampu mengubah persepsi kebanyakan wanita khususnya di Indonesia. Dengan kata lain, sosial media memiliki peran besar dalam perkembangan sosial budaya khususnya pada standar kecantikan yang tak menentu.

Temuan serupa didapati oleh penelitian dengan judul *Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram*, oleh Aprilita & Listyani. Penelitian tersebut menyatakan bahwa media sosial khususnya, Instagram turut andil mengkonstruksi kecantikan perempuan. Penelitian yang ini menyatakan kecantikan dapat direpresentasikan secara berbeda-beda mengacu pada analisis yang dilakukan pada 3 akun yang berbeda; akun @mostbeautyindo, @mostbeautyindo merepresentasikan cantik modern dan sensual; akun @bidadarisurga_ merepresentasikan kecantikan islami; dan akun @pauan_girl merepresentasikan kecantikan berupa cantik lokalitas (Aprilita & Listyani, 2016). Dengan demikian, media sosial berpotensi untuk merekonstruksi kecantikan yang lebih representatif dari banyak kelompok, dalam artian tidak terpaku pada standar kecantikan masyarakat Indonesia yang cenderung lebih sempit dan homogen.

Berdasar pada penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, menjumpai bagaimana media sosial menjadi wadah dalam upaya dekonstruksi kecantikan, khususnya di Indonesia. Ini merupakan upaya untuk membongkar standar kecantikan konvensional yang sempit, menjadi pemahaman baru yang lebih representatif. Dalam proses dekonstruksi ini, masyarakat Indonesia semakin menerima bahwa kecantikan tidak bersifat tunggal, melainkan subjektif dan beragam (Zulkarnain, 2018). Media sosial, terutama TikTok dan Instagram, memainkan peran besar dalam memperluas definisi kecantikan dengan menampilkan individu dari berbagai latar belakang, warna kulit, bentuk tubuh, dan fitur wajah yang sebelumnya tidak dianggap sebagai standar ideal. Selain itu, munculnya figur publik dan influencer yang menolak standar kecantikan konvensional juga berperan dalam mengubah persepsi masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana wacana kecantikan dibentuk di era digital ini, serta bagaimana pengaruhnya terhadap masyarakat, terutama di kalangan perempuan muda Indonesia.

Salah satu akun TikTok yang dapat dilihat sebagai contoh representasi kecantikan yang lebih inklusif dan menantang

standar kecantikan tradisional adalah @cadburylemonade. Akun ini dikenal karena memperkenalkan konsep kecantikan yang lebih beragam, menonjolkan kecantikan alami, serta merayakan keberagaman bentuk tubuh, warna kulit, dan fitur wajah. Penelitian mengenai pergeseran standar kecantikan yang diproduksi oleh akun ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai agen perubahan dalam mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kecantikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana @cadburylemonade melalui platform TikTok, ikut berperan dalam meredefinisikan standar kecantikan wanita di Indonesia. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis wacana kritis model Norman Fairclough, penelitian ini akan menggali bagaimana akun ini merepresentasikan kecantikan yang beragam, serta bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap perubahan persepsi masyarakat Indonesia tentang kecantikan wanita. Kajian ini akan mengeksplorasi bagaimana media sosial berperan dalam menggeser persepsi masyarakat tentang kecantikan, serta bagaimana standar kecantikan yang representatif dapat dibangun di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi mekanisme reproduksi standar kecantikan dan merumuskan alternatif yang lebih mencerminkan keberagaman perempuan Indonesia.

Penelitian ini kemudian menjadi penting untuk dapat memahami dinamika pergeseran standar kecantikan di Indonesia yang dipengaruhi oleh media sosial. Dengan memfokuskan pada TikTok @cadburylemonade, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi studi komunikasi dan media, serta memberikan gambaran tentang bagaimana representasi kecantikan yang lebih beragam dan inklusif dapat mengubah norma sosial di masyarakat Indonesia, yang selama ini sangat dipengaruhi oleh standar kecantikan yang sempit dan ideal.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis representasi perubahan standar kecantikan di Indonesia yang dilakukan oleh akun TikTok @cadburylemonade. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali makna yang mendalam dari fenomena sosial yang ditampilkan dalam konten media sosial. Analisis ini berfokus pada pemahaman mendalam tentang bagaimana kecantikan digambarkan dan diterima oleh audiens.

Data primer yang akan dikaji dalam penelitian ini merupakan konten video yang diunggah oleh akun TikTok @cadburylemonade. Konten ini mencakup narasi verbal, visual, simbol, musik, serta deskripsi yang menyertai unggahan. Selain itu, komentar, likes, dan reaksi lainnya yang diberikan oleh audiens pada setiap konten juga akan dikumpulkan untuk menganalisis penerimaan dan interpretasi masyarakat terhadap wacana kecantikan yang diangkat. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari penelitian atau literatur sebelumnya tentang standar kecantikan dan media sosial akan digunakan untuk memberikan konteks tambahan dan memperkuat analisis.

Teknik pengumpulan data melalui observasi non-partisipatif di mana peneliti akan mengamati konten TikTok tanpa terlibat

secara langsung dalam interaksi di platform tersebut. Seluruh konten yang relevan kemudian akan disimpan dalam bentuk tangkapan layar, catatan deskriptif, atau arsip digital untuk dianalisis lebih lanjut.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Sampel penelitian ini terdiri dari postingan-postingan dari akun TikTok @cadburylemonade yang diunggah antara awal tahun 2023 hingga 2024. Dari total unggahan yang ada, terdapat 495 unggahan, diambil 8 unggahan yang paling relevan, dipilih berdasarkan jumlah jangkauan terluas dilihat dari like, views, dan komentar terbanyak, dengan tujuan untuk memastikan bahwa konten yang dianalisis memiliki tingkat interaksi yang tinggi dan merepresentasikan wacana yang mendapat perhatian serta respons signifikan dari audiens. Selain itu, unggahan yang dipilih juga harus relevan dengan tema pergeseran standar kecantikan, sehingga dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai bagaimana wacana kecantikan dibentuk dan diterima di platform TikTok.

Penelitian ini didasari dengan teori konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann sebagai kerangka konseptual utama untuk memahami bagaimana standar kecantikan dikonstruksi, diterima, dan dirubah melalui interaksi sosial yang berlangsung di platform media sosial. TikTok sebagai medium penelitian dipilih karena sifatnya yang interaktif dan dinamis, memungkinkan pengguna untuk menyampaikan, menyebarkan, dan mendiskusikan narasi kecantikan secara luas (Sari, 2019). Menurut teori ini, realitas sosial, termasuk standar kecantikan, dibangun melalui proses dialektis yang melibatkan tiga tahap utama; (1) Eksternalisasi, yaitu proses di mana individu atau kelompok menciptakan makna atau simbol melalui tindakan sosial. Dalam konteks penelitian ini, unggahan konten TikTok oleh akun @cadburylemonade merupakan bentuk eksternalisasi, di mana pandangan mereka terhadap standar kecantikan dipublikasikan melalui medium digital; (2) Objektivasi, yaitu tahap di mana makna yang telah diciptakan menjadi bagian dari realitas kolektif. Konten yang viral di TikTok, seperti tren kecantikan tertentu, mencerminkan proses objektivasi di mana simbol kecantikan tersebut dianggap sebagai norma atau standar yang diterima oleh audiens secara luas; (3) Internalisasi, yaitu proses di mana individu mengadopsi realitas yang telah dikonstruksi sebagai bagian dari cara mereka memandang dunia. Reaksi audiens, termasuk komentar dan keterlibatan emosional mereka dengan konten, mencerminkan internalisasi nilai-nilai atau simbol kecantikan yang dihasilkan. Teori ini relevan dalam analisis media sosial seperti TikTok karena platform ini merupakan ruang dinamis di mana konstruksi sosial berlangsung secara real-time. TikTok memungkinkan pengguna tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen makna, menjadikannya medium yang signifikan dalam membentuk dan menyebarkan standar kecantikan baru.

Teknik analisis data menggunakan pendekatan tiga dimensi Norman Fairclough. Penggunaan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough sebagai kerangka analisis utama, dimaksudkan untuk memahami secara mendalam bagaimana wacana kecantikan dibentuk, disebarluaskan, dan diterima dalam konteks sosial, budaya, dan media digital.

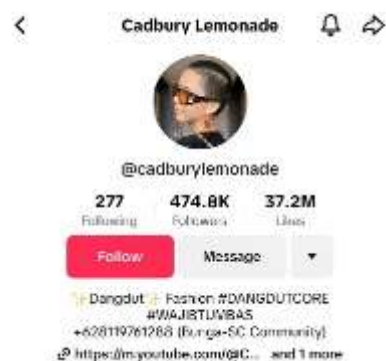
Dengan pendekatan ini, proses analisis meliputi; (1) Dimensi analisis teks, yang mana mengidentifikasi elemen bahasa, visual, dan simbol yang muncul dalam konten TikTok untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan wacana kecantikan; (2) Analisis praktik diskursif, berfokus pada bagaimana wacana tersebut diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi oleh audiens. Tahapan ini mengidentifikasi ideologi, nilai-nilai, dan pandangan tentang kecantikan yang terkandung dalam wacana TikTok @cadburylemonade. Apakah akun ini mengangkat kecantikan yang lebih inklusif dan beragam, atau masih mengedepankan standar kecantikan yang sempit dan stereotipikal; (3) Analisis praktik sosial, bertujuan untuk memahami konteks sosial dan budaya yang membentuk dan dipengaruhi oleh wacana kecantikan dalam konten tersebut. Menganalisis hubungan antara wacana kecantikan dalam TikTok dan praktik sosial yang lebih luas, serta bagaimana wacana ini dapat mempengaruhi norma kecantikan di Indonesia (Fairclough, 2013).

Uji validitas penelitian menggunakan triangulasi data di mana data yang dikumpulkan akan dibandingkan dengan data dari sumber sekunder seperti artikel atau penelitian lain yang relevan. Setelah itu dilakukan peer review, atau peninjauan oleh rekan atau ahli di bidang media sosial dan studi wacana untuk meningkatkan keandalan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Akun TikTok @cadburylemonade

Trisha M. Phawta, yang lebih dikenal dengan nama pengguna TikTok @cadburylemonade, adalah seorang kreator yang berhasil menarik perhatian banyak orang di platform TikTok dengan pengikut mencapai 474.8 ribu dan total likes sebanyak 37.2 juta. Sebagai seorang influencer, @cadburylemonade permaaktif mengkampanyekan tren kecantikan yang nyentrik dan menginspirasi banyak perempuan untuk memiliki kepercayaan diri yang lebih besar. Melalui konten-kontennya, @cadburylemonade tidak hanya menunjukkan aspek kecantikan fisik, tetapi juga menekankan pentingnya penerimaan diri dan keberanian untuk tampil berbeda. Ia dengan percaya diri menyuarakan pesan bahwa kecantikan sejati berasal dari dalam diri, dan setiap perempuan harus berani menjadi diri sendiri tanpa harus terikat pada standar kecantikan yang ditentukan oleh masyarakat (Maulidya Indah Mega Saputri & Milda Longgeita Pinem, 2022).



Gambar 1. Profil Akun TikTok @cadburylemonade
Sumber: data primer, 2024

Konten-konten yang diunggah oleh @cadburylemonade berkisar pada berbagai topik kecantikan umum, seperti makeup, fashion, belanja, dan gaya hidup perempuan, namun dengan sentuhan personal yang membedakannya dari influencer lainnya. Pada gambar di bawah, Trisha menunjukkan bagaimana kecantikan dapat dilihat dari sudut pandang yang lebih luas, menekankan keberagaman dan ekspresi diri di luar standar kecantikan konvensional.



Dapat dilihat dari unggahan tersebut, Trisha menunjukkan pola yang unik terkait bagaimana ia mendistribusikan pesan tentang kecantikan. Pola ini terlihat dari konsistensinya dalam menghadirkan konten yang tidak hanya berfokus pada standar estetika, tetapi juga pada penerimaan diri dan keberagaman. Keunikannya terletak pada cara ia membranding dirinya sebagai perempuan ceria dan penuh percaya diri, yang secara eksplisit menunjukkan bahwa kecantikan bukanlah tentang mematuhi standar orang lain, melainkan tentang mengekspresikan diri secara otentik. Dengan gayanya yang khas, @cadburylemonade telah menjadi contoh nyata bagi perempuan Indonesia untuk terus bersinar dan merayakan keunikan mereka, serta menunjukkan bahwa standar kecantikan yang berlaku di masyarakat tidak boleh membatasi potensi dan kebebasan berekspresi.

2. Analisis Wacana Kritis Model Norman Fairclough

Dalam mengkaji penelitian ini digunakan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough untuk memahami hubungan antara bahasa, kekuasaan, dan ideologi dalam berbagai bentuk wacana. Pendekatan ini terbagi menjadi tiga dimensi utama, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial (Yannian, 2023). Dimensi teks dalam analisis ini fokus pada elemen-elemen linguistik yang membentuk wacana, seperti pemilihan kata, struktur kalimat, dan simbol visual yang digunakan dalam konten. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, analisis teks dapat menggali bagaimana bahasa, visual, dan simbol yang muncul dalam video atau caption dapat membentuk makna dan memengaruhi persepsi kecantikan yang dominan.

Dimensi praktik diskursif memfokuskan perhatian pada bagaimana wacana diproduksi, didistribusikan, dan

dikonsumsi oleh audiens. Dalam kasus TikTok, ini mencakup proses pembuatan dan penyebaran konten kecantikan, baik oleh individu (influencer atau pengguna) maupun platform itu sendiri yang memiliki algoritma yang memprioritaskan konten tertentu. Praktik diskursif ini melibatkan interaksi antara pembuat konten dan audiens yang membentuk cara kecantikan dipahami, dipertanyakan, atau diterima. Analisis ini dapat menelusuri bagaimana narasi yang dihasilkan oleh akun TikTok @cadburylemonade berusaha menggambarkan kecantikan dengan cara yang berbeda dari standar dominan, serta bagaimana audiens TikTok memberikan respons melalui komentar atau interaksi lainnya.

Dimensi praktik sosial mengacu pada konteks sosial yang lebih luas di mana wacana ini muncul dan berkembang. Wacana kecantikan di TikTok tidak dapat dipahami terlepas dari struktur sosial dan budaya yang memengaruhi pembentukan ideologi kecantikan. Konteks sosial ini mencakup pengaruh media sosial dalam memperkenalkan nilai-nilai baru tentang keberagaman tubuh, warna kulit, dan ekspresi kecantikan yang lebih inklusif. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penting untuk meneliti bagaimana konten TikTok @cadburylemonade berperan dalam memperkenalkan atau menantang norma kecantikan yang lebih konvensional.

Adapun sampel dalam penelitian ini terdiri dari unggahan-unggahan dari akun TikTok @cadburylemonade yang diunggah antara awal tahun 2023 hingga 2024. Dari total 495 unggahan yang tersedia, sebanyak 8 unggahan dipilih sebagai sampel, yang dipilih berdasarkan kriteria jumlah jangkauan terluas, dengan melihat like, views, dan komentar terbanyak.



Gambar 2. Unggahan TikTok @cadburylemonade 1
Sumber: data primer, 2024

Table 1. Analisis Wacana Kritis Video 1

Analisis Teks

Teks Visual dan Verbal: Trisha menunjukkan cara unik dan ciri khasnya dalam memadupadankan busana dan aksesoris yang ia kenakan. Kepercayaan dirinya dalam membawa penampilan tersebut menampilkan kecantikan yang sesuai dengan identitas pribadinya, mempertegas bahwa kecantikan tidak harus mengikuti standar konvensional.

Pilihan Kata: Teks yang menyertai video ini, "styling Louis Vuitton Berkain Dangdut," menegaskan bahwa kata 'dangdut' tidak selalu memiliki konotasi negatif. Sebaliknya, istilah tersebut menjadi ciri khas Trisha dalam mendeskripsikan kecantikan yang ia tampilkan—yakni kecantikan yang energik, meriah, dan ceria, yang melampaui standar kecantikan konvensional.

Analisis: Melalui video ini, Trisha menekankan pentingnya tampil percaya diri dan menantang batasan-batasan standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat, khususnya dalam hal berbusana. Ia menunjukkan bahwa ekspresi diri melalui gaya berpakaian dapat melampaui norma-norma konvensional, mendorong audiens untuk melihat kecantikan dari perspektif yang lebih luas.

Analisis Praktik Diskusif

Produksi: Video ini diproduksi sebagai bagian dari konten harian @cadburylemonade, dengan tujuan menyampaikan pesan kepada audiens bahwa berbusana adalah bentuk ekspresi diri yang tidak harus terikat oleh standar ketat yang ditetapkan oleh masyarakat.

Distribusi: Video ini terdistribusi secara luas, sebagaimana dibuktikan dengan 198,7 ribu likes, 2.316 komentar, 4.116 kali disimpan, 1.304 kali dibagikan, dan total 3,5 juta penayangan.

Konsumsi: Pola konsumsi audiens menunjukkan respons yang positif, yang terbukti dari banyaknya pujian yang diterima melalui komentar atas gaya berbusana Trisha.

Intertekstualitas: Dari video ini, dapat dilihat adanya proses penerimaan masyarakat terhadap konsep kecantikan yang lebih luas, khususnya dalam hal cara berbusana yang tidak lagi terikat pada standar yang sempit dan kaku.

Analisis Praktik Sosio-kultural

Konteks Sosial: Unggahan ini menantang stigma yang terbentuk dalam kehidupan sosial bermasyarakat terkait dengan standar kecantikan. Penampilan Trisha yang unik dan penuh percaya diri mengisyaratkan bahwa kebebasan berbusana juga merupakan bentuk kebebasan berekspresi. Kecantikan tidak seharusnya dikendalikan oleh standar kecantikan tradisional yang terbatas.

Implikasi Sosial: Video ini memperkuat wacana mengenai penolakan terhadap standar kecantikan yang membatasi kehidupan perempuan. Menjadi cantik sejatinya adalah menjadi unik sesuai dengan jati diri masing-masing. Hal ini berpotensi mempengaruhi persepsi publik tentang kecantikan, dengan banyaknya pujian yang diterima, yang menunjukkan adanya potensi perubahan dan penerimaan terhadap pandangan yang lebih inklusif dan luas mengenai kecantikan.

Analisis Praktik Sosio-kultural

Konteks Sosial: Dalam konteks budaya media sosial, terdapat tekanan besar untuk mengikuti standar kecantikan yang berlaku. Gaya busana, rambut, dan bentuk tubuh sering kali diukur dengan parameter tertentu untuk dianggap 'cantik'. Unggahan Trisha menantang stigma tersebut dengan menampilkan busana yang unik dan nyentrik, serta tampil

percaya diri dengan rambut botaknya. Ini menunjukkan bahwa kecantikan dapat diekspresikan secara bebas sesuai dengan kepribadian individu, tanpa terikat oleh norma yang dibentuk oleh masyarakat.

Implikasi Sosial: Unggahan ini berpotensi mempengaruhi persepsi publik mengenai kecantikan. Reaksi positif yang diterima menunjukkan adanya kemungkinan perubahan terhadap norma lama, membuka ruang untuk definisi kecantikan yang lebih beragam. Melalui video ini, audiens didorong untuk lebih menerima berbagai ekspresi kecantikan yang lebih otentik dan sesuai dengan identitas masing-masing, mengurangi tekanan untuk memenuhi ekspektasi sosial yang sempit

Sumber: data primer, 2024



Gambar 3. Unggahan TikTok @cadburylemonade 3
Sumber: data primer, 2024

Table 2 . Analisis Wacana Kritis Video 3

Analisis Teks

Teks Visual dan Verbal: Trisha dalam video tersebut menampilkan liburannya di Gorontalo dengan menunjukkan gaya berbusana yang mencolok dan penuh percaya diri, mempertahankan ciri khas dirinya yang selalu tampil berbeda.

Pilihan Kata: Teks yang menyertai video ini, "a day in my life edisi liburan Gorontalo," berhasil menarik banyak respon positif dari audiens.

Analisis: Melalui video ini, Trisha menunjukkan kenyamanannya menjadi diri sendiri, dan tetap tampil cantik sesuai dengan kepercayaan dirinya, tanpa harus terikat pada konformitas atau standar kecantikan tradisional.

Analisis Praktik Diskusif

Produksi: Video ini diproduksi dengan tujuan untuk menghibur audiens sekaligus menunjukkan rasa percaya diri yang seharusnya dimiliki oleh setiap perempuan.

Distribusi: Video ini terdistribusi secara luas, terbukti meraih 86 ribu likes, 1.699 komentar, 6.207 kali disimpan, 2.393 kali dibagikan, dan mencapai 1,1 juta penayangan.

Konsumsi: Video ini menuai banyak respon positif, dengan banyak audiens yang mendukung dan terpengaruh oleh unggahan ini.

Intertekstualitas: Video ini menggambarkan bagaimana Trisha memilih untuk mengeksplorasi dan mengekspresikan gaya pribadi yang unik, sekaligus memperlihatkan bahwa kecantikan dapat didefinisikan secara lebih bebas. Hal ini menginspirasi audiens untuk mengekspresikan diri mereka.

Analisis Praktik Sosio-kultural

Konteks Sosial: Unggahan Trisha menantang stigma mengenai standar kecantikan yang sempit dengan menunjukkan penampilannya yang unik dan penuh percaya diri. Melalui video-video tersebut, Trisha mengirimkan pesan kuat bahwa kecantikan tidak harus terikat pada norma-norma yang ditetapkan oleh masyarakat.

Implikasi Sosial: Video ini memperkuat wacana mengenai penolakan terhadap standar kecantikan yang sempit. Trisha menunjukkan bahwa kecantikan bukanlah sesuatu yang harus disesuaikan dengan norma tertentu, melainkan dapat diekspresikan melalui keaslian dan kepercayaan diri.

Sumber: data primer, 2024



Gambar 4. Unggahan TikTok @cadburylemonade
Sumber: data primer, 2024

Table 3. Analisis Wacana Kritis Video 4

Analisis Teks

Teks Visual dan Verbal: Trisha menunjukkan kesehariannya dengan penampilan yang unik dan ekstra, mencerminkan kepercayaan dirinya yang tinggi. Pembawaannya yang percaya diri ini menampilkan kecantikan yang autentik, sesuai dengan identitas dirinya, dan menentang standar kecantikan tradisional.

Pilihan Kata: Meskipun video tersebut tidak menyertakan teks, Trisha berhasil menarik perhatian audiens dengan penampilannya yang unik dan penuh percaya diri. Fokus utama video ini tetap pada dirinya, di mana pembawaannya yang autentik dan gaya yang menonjol mampu mengalihkan perhatian penonton dan memicu reaksi positif dari mereka.

Analisis: Melalui video ini, Trisha memperlihatkan bahwa kecantikan dapat diekspresikan dengan cara yang unik dan personal. Dengan penampilannya yang autentik dan penuh percaya diri, Trisha menegaskan bahwa menjadi cantik tidak harus tentang memenuhi ekspektasi sosial.

Analisis Praktik Diskusif

Produksi: Video ini diproduksi sebagai bagian dari konten harian @cadburylemonade, yang bertujuan untuk menghibur serta Secara tidak langsung, Trisha mengajak penonton untuk melihat bahwa kecantikan sejati adalah tentang penerimaan diri dan keberanian untuk mengekspresikan diri, tanpa terikat pada norma yang ditetapkan oleh masyarakat.

Distribusi: Video ini terdistribusi secara luas, memperoleh total 540,3 ribu likes, 3.346 komentar, 11.8 ribu kali disimpan, 6.149 kali dibagikan, dan 4,7 juta penayangan

Konsumsi: Pola konsumsi audiens menunjukkan hal positif. Terbukti dari komentar yang mendukung Trisha tampil dengan ciri khasnya.

Intertekstualitas: Dari video ini, terlihat adanya perubahan dalam proses penerimaan masyarakat terhadap konsep kecantikan yang lebih luas, terutama di media sosial. Hal ini menunjukkan pergeseran dalam persepsi publik tentang apa yang dianggap cantik, di mana keberagaman dan penerimaan terhadap penampilan yang lebih unik dan autentik semakin diterima.

Analisis Praktik Sosio-kultural

Konteks Sosial: Standarisasi kecantikan yang sempit, yang sering kali mengaitkan kecantikan dengan penampilan fisik yang sesuai dengan norma yang ditetapkan oleh masyarakat. Namun, unggahan Trisha menantang stigma tersebut dengan penampilannya yang unik dan penuh percaya diri.

Implikasi Sosial: Trisha dengan penampilannya yang penuh percaya diri menunjukkan bahwa kecantikan tidak harus diukur dengan cara yang konvensional. Banyaknya pujian yang diterima mencerminkan adanya perubahan yang positif dalam masyarakat terkait pandangan tentang kecantikan. Ini menunjukkan adanya potensi untuk meruntuhkan norma lama dan membuka jalan bagi definisi kecantikan yang luas.



Gambar 5. Unggahan TikTok @cadburylemonade 5
Sumber: data primer, 2024

Table 4. Analisis Wacana Kritis Video 5

Analisis Teks

Teks Visual dan Verbal: Trisha dalam video tersebut menampilkan kesehariannya dengan penampilan yang unik dan ekstra, yang mencerminkan karakter dan kepribadiannya yang autentik.

Pilihan Kata: Teks yang menyertai video ini, "ASMR nyobain baju NANG NING NONG," Istilah "NANG NING NONG" mengacu pada sesuatu yang ekstra, unik, dan penuh energi, yang menjadi ciri khas dari gaya berpakaian Trisha.

Analisis: Melalui video ini, Trisha menegaskan bahwa kecantikan tidak harus terikat pada konformitas atau standar tradisional. Sebaliknya, ia merayakan keunikan dalam berbusana dan membagikan pesan tentang pentingnya percaya diri dalam mengekspresikan diri.

Analisis Praktik Diskusif

Produksi: Video ini diproduksi dengan tujuan untuk menghibur audiens sekaligus memberikan pandangan bahwa kecantikan sejati adalah menjadi diri sendiri

Distribusi: Video ini terdistribusi secara luas, terbukti dengan total 50 ribu likes, 612 komentar, 623 kali disimpan, 846 kali dibagikan, dan 2 juta penayangan. .

Konsumsi: Pola konsumsi audiens menunjukkan reaksi yang positif terhadap unggahan ini. Banyak audiens yang mengapresiasi keberanian Trisha dalam mengekspresikan dirinya.

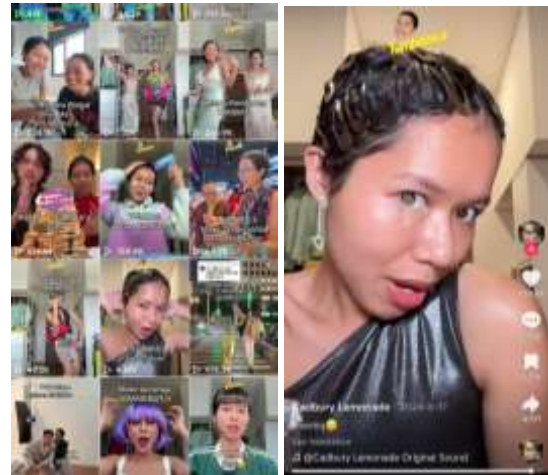
Intertekstualitas: Dari video ini, audiens semakin terbuka terhadap konsep kecantikan yang lebih beragam dan tidak terbatas pada norma tradisional. Hal ini menunjukkan adanya potensi perubahan dalam persepsi publik mengenai kecantikan.

Analisis Praktik Sosio-kultural

Konteks Sosial: Unggahan Trisha menantang stigma mengenai standar kecantikan yang sempit dengan menunjukkan penampilannya yang unik dan penuh percaya diri.

Implikasi Sosial: Video ini memperkuat wacana mengenai penolakan terhadap standar kecantikan yang sempit. Keberaniannya untuk tampil berbeda dan menonjolkan identitasnya yang unik, mengajak audiens untuk melihat kecantikan dari perspektif yang lebih luas dan beragam. Hal ini memberikan pengaruh terhadap penerimaan masyarakat yang lebih terbuka terhadap ekspresi diri tanpa terikat pada standar tradisional.

Sumber: data primer, 2024



Gambar 6. Unggahan TikTok @cadburylemonade 6
Sumber: data primer, 2024

Table 5. Analisis Wacana Kritis Video 6

Analisis Teks

Teks Visual dan Verbal: Dalam unggahan tersebut, Trisha dengan percaya diri menunjukkan proses mendandani rambut cepaknya.

Pilihan Kata: Teks yang menyertai video ini adalah "tumbas jepit silver," yang mengisyaratkan bahwa perempuan, terlepas dari gaya rambut mereka, tetap dapat mengekspresikan kecintaan mereka terhadap keindahan melalui penggunaan aksesoris.

Analisis: Pesan dalam video ini menegaskan bahwa sentuhan aksesoris cantik dapat dikenakan oleh siapa saja, termasuk mereka yang berambut cepak, sehingga memperluas pemahaman kecantikan yang tidak terikat pada atribut fisik tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa standar kecantikan seharusnya tidak bersifat seragam bagi semua orang, melainkan harus dihargai berdasarkan keunikan dan preferensi individu masing-masing.

Analisis Praktik Diskusif

Produksi: Unggahan ini merupakan bagian dari konten harian TikTok @cadburylemonade, yang menunjukkan kepada audiens bahwa Trisha merasa cantik dengan gaya rambutnya, meskipun hal tersebut tidak sesuai dengan harapan atau standar kecantikan yang berlaku di masyarakat..

Distribusi: Unggahan ini berhasil menjangkau 338,6 ribu likes, 2.656 komentar, 6.276 kali disimpan, 4.931 kali dibagikan, dan 4,6 juta penayangan

Konsumsi: Reaksi dari audiens didominasi oleh komentar positif, dengan banyak di antaranya memuji pilihan jepit atau aksesoris yang digunakan Trisha, yang dianggap sangat cocok dengan gaya rambutnya..

Intertekstualitas: Dalam konteks yang lebih luas, unggahan ini dapat dimaknai sebagai bentuk penerimaan masyarakat terhadap standar kecantikan yang lebih ekspresif, serta upaya untuk menentang standar kecantikan sempit yang sering kali diciptakan oleh media.

Analisis Praktik Sosio-kultural

Konteks Sosial: Terdapat tekanan sosial yang besar untuk mengkategorikan sesuatu sebagai 'cantik', terutama dalam

hal aksesoris yang sering kali diasosiasikan dengan perempuan. Unggahan Trisha menantang stigma bahwa perempuan dengan rambut cepak tidak dapat terlihat cantik. Ia membuktikan bahwa rambut cepak tetap dapat terlihat cantik, terutama dengan tambahan aksesoris rambut, sebagai bentuk penerimaan diri dan ekspresi rasa percaya dirinya.

Implikasi Sosial: Unggahan ini memperkuat wacana tentang pentingnya rasa percaya diri dan keberanian untuk menantang standar kecantikan yang sempit, terutama yang berkaitan dengan anggapan bahwa rambut panjang adalah satu-satunya simbol kecantikan. Upaya ini berpotensi mempengaruhi persepsi publik mengenai kecantikan, yang semakin diperkuat oleh dominasi reaksi positif dari audiens, yang menunjukkan bahwa stigma terkait standar kecantikan yang konvensional dapat dipertimbangkan kembali dan ditinjau ulang.

Sumber: data primer, 2024



Gambar 7. Unggahan TikTok @cadburylemonade 7
Sumber: data primer, 2024

Table 6. Analisis Wacana Kritis Video 7

Analisis Teks

Teks Visual dan Verbal: Dalam unggahan tersebut, Trisha menunjukkan proses pemangkasan rambutnya hingga botak. Dalam video, Trisha terlihat bahagia dan tidak menunjukkan penyesalan atas keputusannya untuk rutin memangkaskan rambutnya. Ia sangat percaya diri dengan penampilannya, meyakini bahwa kecantikan sejati datang dari penerimaan terhadap diri sendiri, dan bahwa ia terlihat cantik serta unik dengan tampil sesuai dengan identitasnya.

Pilihan Kata: Teks yang menyertai video ini, "rambut kembali botak," menunjukkan bahwa Trisha sangat percaya diri dengan keputusannya untuk secara rutin memangkaskan rambutnya hingga botak. Melalui teks ini, ia menegaskan bahwa kecantikan tidak harus diukur dengan rambut panjang sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku di masyarakat. Trisha menyuarakan bahwa perempuan seharusnya dapat mendefinisikan kecantikannya sendiri, sesuai dengan pilihan dan identitas pribadi masing-masing.

Analisis: Melalui video ini, Trisha menekankan pentingnya keberanian untuk tampil percaya diri dan tidak terikat pada

standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat. Reaksi masyarakat yang ditampilkan dalam video sangat bervariasi; banyak yang merasa takjub dan memuji kecantikannya, namun ada juga sebagian yang berharap Trisha untuk memanjangkan rambutnya.

Analisis Praktik Diskusif

Produksi: Unggahan ini merupakan bagian dari konten TikTok @cadburylemonade yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada audiens bahwa kecantikan tidak terbatas pada standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat...

Distribusi: Penyebaran video ini mencapai interaksi yang luas, melalui algoritma TikTok, unggahan ini menjangkau 262,7 ribu likes, 3.655 komentar, 4.191 penyimpanan, 2.069 pembagian, dan ditonton sebanyak 4,6 juta kali.

Konsumsi: Penonton memberikan reaksi positif dalam berbagai bentuk. Banyak yang memuji Trisha karena tampil cantik dengan rambut botak yang menjadi ciri khasnya. Sementara itu, beberapa penonton lainnya merespons dengan harapan agar Trisha mau memanjangkan rambutnya.

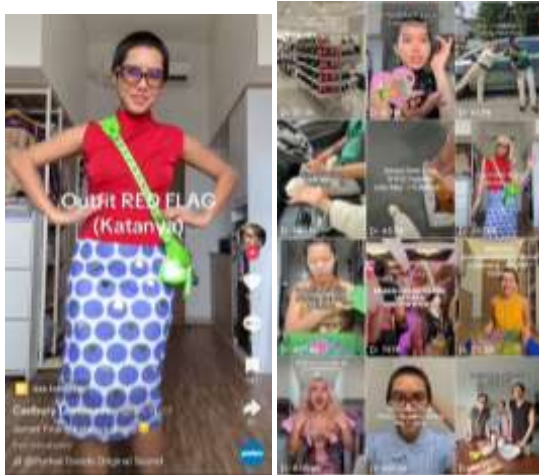
Intertekstualitas: Unggahan ini dapat dipahami dalam konteks yang lebih luas, di mana terdapat dorongan untuk menentang standar kecantikan yang sempit, yang menganggap perempuan harus berambut panjang. Trisha, dengan rambut botaknya, merupakan upaya untuk menantang definisi kecantikan yang dibentuk oleh masyarakat. Unggahan ini mencerminkan wacana yang lebih besar mengenai pergeseran standar kecantikan di era digital.

Analisis Praktik Sosio-kultural

Konteks Sosial: Dalam budaya masyarakat, terdapat tekanan besar terhadap penampilan fisik, termasuk stigma bahwa perempuan akan tampak cantik dengan rambut panjang. Ungkapan "rambutmu mahkotamu" sering kali menjadi norma yang melekat di masyarakat. Namun, unggahan Trisha menantang stigma tersebut dengan menampilkan kebiasaannya memangkaskan rambutnya hingga botak dengan penuh percaya diri, menunjukkan bahwa kecantikan tidak bergantung pada panjang rambut atau standar kecantikan tradisional.

Implikasi Sosial: Unggahan ini memperkuat wacana tentang menentang standar kecantikan dan keberanian untuk tampil unik serta menjadi diri sendiri, yang berpotensi mempengaruhi persepsi publik tentang kecantikan. Meskipun ada beberapa reaksi yang menginginkan Trisha untuk memanjangkan rambutnya, hal ini menunjukkan bahwa norma lama masih tetap berpengaruh. Namun, banyaknya pujian yang diterima juga mencerminkan adanya resistensi terhadap perubahan dan penerimaan terhadap cara pandang yang lebih luas tentang kecantikan.

Sumber: data primer, 2024



Gambar 8. Unggahan TikTok @cadburylemonade 8
Sumber: data primer, 2024

Table 7. Analisis Wacana Kritis Video 8

Analisis Teks

Teks Visual dan Verbal: Dalam unggahan tersebut, Trisha dengan percaya diri menampilkan mengenakan pakaian yang dianggap red-flag dalam artian pakaian tersebut sangat buruk dikenakan karena konotasinya buruk dan tidak sedap dipandang. Tindakan ini bersifat simbolis, menggambarkan kecantikan tidak diatur oleh siapapun melainkan diri sendiri.

Pilihan Kata: Teks yang menyertai video ini adalah "outfit REDFLAG (katanya)" Ini menunjukkan bahwa berpakaian tidak seharusnya diatur secara kaku tentang cantik atau tidaknya, melainkan rasa percaya diri saat membawakannya.

Analisis: Teks ini menekankan pentingnya keberanian untuk tampil percaya diri dalam berbusana. Standar pakaian yang dianggap cantik tidak seharusnya seragam bagi semua orang, dan setiap pakaian bisa terlihat indah selama kita merasa nyaman, cocok, dan percaya diri saat mengenakannya. Ini berkaitan dengan tekanan sosial yang sering dialami perempuan untuk memenuhi norma dan harapan masyarakat. Pesan dalam unggahan ini dapat dianggap sebagai usaha untuk menentang standar kecantikan yang kaku di media sosial.

Analisis Praktik Diskusif

Produksi: Unggahan ini merupakan bagian dari konten harian TikTok @cadburylemonade, di mana Trisha menyampaikan pesan kepada audiensnya bahwa kecantikan tidak selalu harus mengikuti pendapat atau keinginan banyak orang.

Distribusi: Berkat algoritma TikTok, unggahan ini berhasil menjangkau 10 ribu likes; 71 komentar; 145 kali disimpan; 55 kali dibagikan; dan 257,6 ribu kali ditonton.

Konsumsi: Penonton memberikan beragam reaksi. Sebagian besar memuji kepercayaan diri Trisha dan setuju bahwa pakaian tidak selalu buruk. Bahkan, Trisha mendapat banyak pujian karena mengenakan pakaian tersebut dengan percaya diri, sehingga terlihat sangat cantik untuknya.

Intertekstualitas: Unggahan ini dapat dipahami dalam konteks tren yang lebih luas di media sosial, di mana terdapat

dorongan untuk "menunjukkan identitas diri" dan menentang standar kecantikan yang diciptakan oleh media. Hal ini mencerminkan wacana yang lebih luas tentang otentisitas di era digital.

Analisis Praktik Sosio-kultural

Konteks Sosial: Dalam budaya media sosial, terdapat tekanan besar terhadap penampilan fisik, termasuk penggunaan pakaian sebagai bagian dari standar kecantikan. Busana sering kali memiliki standar tertentu agar dianggap 'cantik,' sehingga muncul wacana tentang pakaian yang dianggap sebagai red-flag atau buruk. Unggahan Trisha menantang stigma ini dengan menunjukkan bahwa berbusana adalah bentuk ekspresi diri, sehingga tidak ada pakaian yang buruk selama dikenakan sesuai dengan jati diri.

Implikasi Sosial: Unggahan ini menguatkan wacana tentang keberanian dalam berbusana serta keberanian untuk menentang standar kecantikan yang sempit, terutama dalam hal berpakaian. Upaya ini berpotensi mempengaruhi persepsi publik mengenai kecantikan, yang semakin diperkuat oleh dominasi reaksi positif, menunjukkan bahwa stigma terkait standar kecantikan dapat dipertimbangkan kembali.

Sumber: data primer, 2024

3. Peran New Media dalam Pergeseran Standar Kecantikan

Media memiliki peran yang signifikan dalam membentuk konstruksi sosial, termasuk dalam menentukan standar kecantikan yang berkembang di masyarakat. Melalui representasi visual, narasi, serta pemilihan figur yang ditampilkan, media secara tidak langsung menciptakan dan memperkuat ekspektasi mengenai bagaimana seseorang seharusnya tampil agar dianggap menarik (Islamey, 2020). Dengan munculnya media baru, khususnya platform digital seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, terjadi pergeseran dalam cara standar kecantikan dikonstruksi. Melalui media baru, memungkinkan individu untuk membongkar standar kecantikan yang sempit melalui berbagai narasi alternatif. Misalnya, banyak kreator konten di TikTok dan Instagram yang mulai menantang ekspektasi kecantikan seperti kulit putih, tubuh langsing, dan wajah berstruktur sempurna (Aprilita & Listyani, 2016). Dalam penelitian ini, melalui akun TikTok @cadburylemonade, menunjukkan bagaimana ia merasa cantik bahkan dengan rambut botaknya. TikTok, dengan sistem *For You Page (FYP)*-nya, membantu konten viral tanpa harus melalui seleksi ketat seperti di media tradisional, sehingga memungkinkan lebih banyak figur dengan karakteristik unik seperti @cadburylemonade untuk mendapatkan eksposur. Hal ini membuka peluang bagi masyarakat yang sebelumnya tidak masuk dalam standar kecantikan konvensional untuk dikenal dan diapresiasi, mendorong masyarakat untuk melihat kecantikan dari perspektif yang lebih luas.

Media sosial berperan penting dalam mendekonstruksi standar kecantikan yang selama ini dianggap mutlak. Di TikTok, misalnya, banyak individu yang berbagi perjalanan mereka dalam menerima diri sendiri, melawan stigma terhadap warna kulit gelap, atau membangun kepercayaan diri dengan bentuk

tubuh yang berbeda dari standar yang selama ini dipromosikan oleh industri kecantikan. Melalui narasi personal dan komunitas yang suportif, media sosial telah membantu membentuk pemahaman baru bahwa kecantikan bukanlah sesuatu yang terbatas pada satu definisi, melainkan sesuatu yang beragam dan unik bagi setiap individu (Rosidah et al., 2021). Dengan adanya wacana kecantikan di media sosial yang lebih representatif, banyak perempuan yang merasa lebih percaya diri tanpa harus tertekan oleh ekspektasi yang tidak realistis. New media telah menciptakan ruang bagi keberagaman, membentuk pemahaman baru yang lebih beragam tentang kecantikan, dan memberikan kesempatan bagi individu untuk merayakan keunikan mereka sendiri. Pergeseran ini menunjukkan bahwa standar kecantikan bukanlah sesuatu yang sifatnya statis, melainkan konstruksi sosial yang dapat berubah sesuai dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola pikir masyarakat. Oleh karena itu, peran media baru dalam membentuk wacana kecantikan yang lebih luas dan heterogen menjadi sangat penting dalam membebaskan individu dari tekanan sosial dan membuka jalan bagi definisi kecantikan yang lebih sehat dan realistis.

4. Pemaknaan Simbol Kecantikan di TikTok

Platform TikTok telah menjadi ruang dinamis untuk menciptakan, menyebarkan, dan mendefinisikan ulang simbol-simbol kecantikan. Simbol kecantikan di TikTok tidak hanya terbatas pada fisik, tetapi juga mencakup gaya berpakaian, ekspresi diri, hingga sikap atau perilaku yang dianggap menarik oleh komunitas pengguna. Penggunaan elemen visual seperti filter, efek khusus, dan tren musik menjadi alat penting dalam membangun simbol kecantikan yang baru. Konten-konten yang menampilkan gaya rambut unik, makeup artistik, atau bahkan natural look sering kali membawa pesan bahwa kecantikan tidak bersifat tunggal, melainkan beragam dan kontekstual (Fatmawati & Nur, 2023).

TikTok juga memungkinkan terciptanya simbol kecantikan yang beragam, menantang norma-norma tradisional yang sebelumnya mendominasi masyarakat. Pengguna dari berbagai latar belakang budaya, etnis, dan bentuk tubuh kini memiliki ruang untuk menampilkan dan merayakan keunikan mereka, memperluas pemaknaan kecantikan melampaui standar arus utama. Misalnya, tagar seperti #BodyPositivity dan #NaturalBeauty mempromosikan ide bahwa setiap orang memiliki kecantikan tersendiri, sementara tren yang menyoroti gaya lokal atau identitas budaya menunjukkan bahwa kecantikan juga dipengaruhi oleh nilai-nilai lokal (Adani et al., 2021).

Melalui algoritma TikTok, simbol-simbol kecantikan ini dapat dengan cepat menyebar, menjadi tren, dan diterima oleh komunitas global. Namun, simbol-simbol ini juga dapat menciptakan tekanan sosial baru untuk mengikuti tren yang terus berubah. Pemaknaan kecantikan di TikTok tidak hanya menggambarkan bagaimana platform ini mencerminkan standar yang ada, tetapi juga bagaimana ia menjadi ruang konstruksi sosial yang terus-menerus membentuk simbol-simbol kecantikan baru (Setyawan, 2021). Dengan demikian, TikTok berperan sebagai agen yang aktif dalam

mendefinisikan ulang makna kecantikan di era digital.

TikTok @cadburylemonade, kecantikan dimaknai sebagai sesuatu yang lebih beragam, dengan gaya dan kepribadiannya yang ceria dan percaya diri, telah berhasil memaknai kecantikan sebagai sesuatu yang jauh melampaui penampilan fisik semata. Di TikTok @cadburylemonade, kecantikan tidak hanya dilihat dari segi fisik, tetapi lebih kepada kepercayaan diri yang ditunjukkan oleh individu. Trisha mengedepankan pentingnya percaya diri dalam setiap unggahannya, baik dalam video makeup, fashion, atau lifestyle. Dengan menonjolkan rasa percaya diri yang kuat, @cadburylemonade menyampaikan pesan bahwa kecantikan yang sesungguhnya datang dari dalam diri, bukan hanya dari standar fisik yang telah ditentukan oleh masyarakat. Melalui konten-kontennya, @cadburylemonade menekankan bahwa kecantikan adalah ekspresi diri yang bebas, tanpa perlu terikat pada norma-norma tradisiol (Choirunnisa, C., & Setiawan, 2023). Ia sering kali menampilkan penampilan yang berani dan berbeda dari apa yang umumnya dianggap sebagai "standar" kecantikan di masyarakat. Dengan gaya yang unik dan penuh warna, @cadburylemonade menyatakan bahwa kecantikan bisa hadir dalam berbagai bentuk, ukuran, dan gaya, serta setiap orang berhak untuk mengekspresikan dirinya dengan cara yang mereka inginkan.

Salah satu aspek penting dalam pemaknaan simbol kecantikan di TikTok @cadburylemonade adalah keberagaman. Konten-kontennya menggambarkan beragam tipe tubuh, warna kulit, dan jenis rambut, yang memberikan ruang bagi perempuan dengan berbagai latar belakang untuk merasa dihargai dan terlihat. TikTok @cadburylemonade berfungsi sebagai platform yang mendobrak batasan kecantikan tradisional yang seringkali sempit dan homogen. Ini menunjukkan bahwa kecantikan bukanlah sesuatu yang harus disesuaikan dengan satu definisi tertentu, tetapi sesuatu yang harus dirayakan dalam segala bentuk keberagaman (Basir et al., 2022).

Pemaknaan simbol kecantikan di TikTok @cadburylemonade juga berfokus pada penolakan terhadap standar kecantikan yang dibentuk oleh masyarakat. Trisha dengan percaya diri menampilkan dirinya dalam berbagai bentuk penampilan yang tidak selalu mengikuti tren atau harapan umum. Ini mencerminkan sikap bahwa kecantikan seharusnya tidak dibatasi oleh aturan sosial, melainkan merupakan keputusan individu yang berhak mendefinisikan dirinya sendiri (Mukti & Asriadi, 2023). @cadburylemonade mengajak audiens untuk melepaskan diri dari tekanan sosial dan menikmati kebebasan untuk menjadi diri sendiri.

5. Representasi Pergeseran Standar Kecantikan di Indonesia

Pergeseran standar kecantikan di Indonesia mencerminkan perubahan sosial, budaya, dan teknologi yang berkembang pesat, terutama dengan hadirnya media sosial sebagai medium utama (Choirunnisa, C., & Setiawan, 2023). Di masa lalu, standar kecantikan di Indonesia cenderung dipengaruhi oleh norma-norma tradisional dan kolonial, seperti kulit cerah, tubuh langsing, dan wajah yang "simetris." Standar ini didukung oleh media arus utama yang mendominasi wacana kecantikan melalui iklan, televisi, dan majalah. Namun,

perkembangan era digital, terutama platform seperti TikTok, telah membuka ruang baru untuk representasi kecantikan yang lebih beragam.

Di TikTok, pengguna memiliki kebebasan untuk menampilkan berbagai bentuk kecantikan yang sering kali bertolak belakang dengan standar tradisional. Akun-akun seperti @cadburylemonade menantang norma kecantikan lama dengan menonjolkan keunikan dan keberagaman, seperti merayakan berbagai warna kulit, bentuk tubuh, dan gaya individu. Representasi ini memperkenalkan narasi baru tentang kecantikan, di mana keaslian, ekspresi diri, dan identitas budaya menjadi elemen penting. Tren seperti #SkinPositivity, #BodyAcceptance, dan konten yang menyoroti kecantikan lokal Indonesia menjadi bukti bagaimana standar kecantikan kini lebih adaptif terhadap nilai-nilai inklusivitas. Pergeseran ini juga mengungkap dampak media sosial sebagai agen transformasi sosial. Algoritma TikTok memungkinkan tren kecantikan baru untuk dengan cepat viral, menghubungkan pengguna dari berbagai latar belakang dan memberikan mereka suara dalam mendefinisikan kecantikan yang relevan dengan pengalaman mereka. Selain itu, perubahan ini memberikan peluang bagi individu yang sebelumnya terpinggirkan oleh standar tradisional untuk merasa lebih diterima dan dihargai (ZHOU Ting, 2021).

Meskipun demikian, pergeseran standar kecantikan ini tidak lepas dari tantangan. Tekanan untuk mengikuti tren yang viral dapat menciptakan standar baru yang sama ketatnya, meskipun dalam wujud yang berbeda (Ilmiah et al., 2024). Generasi muda, yang menjadi pengguna utama TikTok, sering kali menghadapi dilema antara merayakan keunikan mereka dan memenuhi ekspektasi baru yang muncul di platform. Dengan demikian, representasi pergeseran standar kecantikan di Indonesia tidak hanya menunjukkan bagaimana kecantikan terus berkembang, tetapi juga menggambarkan bagaimana masyarakat Indonesia sedang menavigasi norma baru dalam konteks global dan digital.

6. TikTok sebagai Media Rekonstruksi Makna Kecantikan

TikTok menjadi platform yang merangkul berbagai individu dari berbagai latar belakang untuk mengekspresikan definisi kecantikan yang representatif. TikTok yang aksesibel memungkinkan audiens dari berbagai wilayah geografis dan budaya, menciptakan peluang menciptakan ekspresi kecantikan yang lebih beragam. Algoritma TikTok yang mendorong keberagaman konten memungkinkan video dari kreator dengan definisi kecantikan non-konvensional untuk menjadi viral, membuka jalan bagi bentuk-bentuk kecantikan yang unik untuk mendapatkan pengakuan (Santoso et al., 2024). Selain itu, komunitas yang mendukung di TikTok sering kali memperkuat konten dari berbagai kelompok, memperluas solidaritas dan keberanian untuk menampilkan kecantikan autentik. Dengan demikian TikTok juga berperan dalam mendekonstruksi standar kecantikan tradisional, melalui kesadaran dari banyak kreator yang mempromosikan kecantikan alami dan self-love. Tren kecantikan lokal dan budaya tertentu juga mendapatkan panggung global di

TikTok, memperluas pemahaman tentang kecantikan yang tidak hanya berpusat pada standar Barat. TikTok mendorong diversitas dalam konten kecantikan dengan memberikan ruang bagi orang-orang dari berbagai jenis kulit, ukuran tubuh, gender, dan latar belakang budaya untuk tampil dan mengekspresikan diri mereka secara bebas. Algoritma TikTok tidak hanya menampilkan konten dari selebriti atau influencer besar, tetapi juga dari kreator-kektor kecil yang mewakili kelompok yang beragam. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menyampaikan pesan bahwa kecantikan tidak harus sesuai dengan standar tertentu. Dengan cara ini, TikTok memecah batasan tradisional tentang kecantikan dan membuka jalan bagi definisi yang lebih heterogen dan beragam, memungkinkan setiap individu merasa diwakili dan dihargai.

Apabila mengacu pada teori konstruksi sosial yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam *The Social Construction of Reality* menyatakan bahwa realitas sosial dibentuk melalui proses interaksi sosial yang berkelanjutan, di mana individu dalam masyarakat menciptakan, menyebarkan, dan menerima makna-makna tertentu. Realitas sosial tidak muncul secara alami atau objektif, melainkan sebagai hasil dari kesepakatan bersama yang tercipta melalui interaksi antarindividu. Makna-makna ini kemudian diinternalisasi oleh individu, sehingga mereka mempercayai bahwa makna tersebut adalah realitas objektif (Sari, 2019). Dalam konteks kecantikan, teori ini menunjukkan bahwa makna kecantikan bukanlah sesuatu yang tetap atau universal, melainkan hasil dari konstruksi sosial yang berubah seiring waktu dan tempat. Standar kecantikan yang berlaku pada suatu masa atau di suatu budaya bisa sangat berbeda dari yang ada di masa atau budaya lainnya. TikTok sebagai platform media sosial modern memainkan peran penting dalam proses konstruksi sosial dengan memungkinkan individu dari berbagai latar belakang untuk berbagi definisi kecantikan mereka. Melalui interaksi sosial di TikTok pengguna berkontribusi dalam membentuk dan menyepakati makna-makna kecantikan baru yang lebih representatif dan realistis. Dengan demikian, TikTok mempercepat perubahan standar kecantikan, yang sebelumnya dikendalikan oleh media tradisional, menuju realitas sosial yang lebih beragam dan fleksibel.

KESIMPULAN

Standar kecantikan merupakan suatu konstruksi sosial yang berkembang dan terbentuk melalui pengaruh budaya, media, dan norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat. Di Indonesia sendiri, @cadburylemonade, seorang influencer TikTok memanfaatkan akunnya untuk menyuarakan ketidaksetujuan atas tekanan dari norma dan batasan standar kecantikan. Akun ini dikenal karena mempromosikan pemahaman bahwa cantik tidak didefinisikan dengan standar yang sempit. Dalam hal ini, @cadburylemonade perempuan dengan rambut botak, busana yang ekstra dan cenderung nyentrik, perawakan fit dan bukan kurus kering, dan kulit kuning langsung cenderung sawo matang seperti mayoritas perempuan di Indonesia, menunjukkan kebalikan dari standar

kecantikan yang ada di Indonesia saat ini. Pembawaannya yang percaya diri dan teguh dengan jati dirinya, membawa komentar dan respon positif dari audiens. Pola konsumsi audiens ini, menunjukkan sikap penerimaan atas konsep cantik yang seharusnya lebih representatif bagi banyak kalangan di Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa melalui platform seperti TikTok, makna kecantikan dapat direkonstruksi, menawarkan perspektif yang lebih luas dan beragam mengenai apa yang dianggap cantik di masyarakat Indonesia. Penelitian ini menjumpai simpulan bahwa pemaknaan simbol kecantikan di TikTok menunjukkan indikasi adanya rekonstruksi melalui berbagai tren, filter, dan narasi yang dibangun oleh para kreator. Kecantikan tidak lagi hanya dikaitkan dengan standar fisik tertentu, tetapi juga dengan ekspresi diri, kepercayaan diri, dan keberagaman. Konten yang beredar di TikTok menunjukkan bahwa standar kecantikan di Indonesia tidak lagi terpacu pada definisi konvensional, seperti kulit cerah atau tubuh langsing, melainkan lebih representatif terhadap berbagai tipe tubuh, warna kulit, dan gaya unik yang merefleksikan identitas individu. Sebagai platform berbasis user-generated content, TikTok memberikan ruang bagi setiap individu untuk mendefinisikan kecantikan mereka sendiri. Melalui interaksi sosial yang luas, platform ini memungkinkan munculnya narasi baru tentang kecantikan yang lebih dinamis dan beragam sesuai dengan perubahan sosial di masyarakat.

REFERENSI

- Adani, D., Yulianti, W., Yunia, A., & Pinariya, J. M. (2021). Kampanye Marketing Public Relations BeBASEkspresi Mengenai Perubahan Stigma Standar Kecantikan Perempuan Indonesia. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(2), 90. <https://doi.org/10.37535/104001220211>
- Aprilita, D., & Listyani, R. H. (2016). Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Akun @mostbeautyindo , @Bidadarisurga , dan @papaian _ girl). *Paradigma*, 04(03), 1–13. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/16891/15348>
- Basir, N. S. D., Tsalatsa, S. L., & Kresna, M. T. (2022). Persepsi wanita dalam menentukan standar kecantikan di tiktok dan instagram. *Seminar Nasional Ilmu Sosial*, 1, 566–575.
- Choirunnisa, C., & Setiawan, H. (2023). Analisis Semiotika Standar Kecantikan Perempuan Di Era Generasi Z Melalui Media Sosial Tiktok: Akun Tiktok Jharna Bhagwani, Nanda Arsyinta. *Journal of Social and Political Science*, 3(1), 115–126. <https://jffisip.uniss.ac.id/>
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
- Fatmawati, T. Y., & Nur, F. A. (2023). Representasi Kecantikan dalam Akun Tiktok Jharna Bhagwani. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 15(1), 118–133.
- Ilmiah, J., Multidisipliner, K., Septiyani, N., Arsyi, M. R., Nur, A., Putra, M., Pasuruan, U. Y., & Sosial, M. (2024). *Peran pratforom tiktok dalam membentuk kreativitas dan koneksi positif di kalangan generasi z*. 8(7), 229–239.
- Lancia, F., Liliyana, & Azis, A. (2023). K-Beauty dan Standar Kecantikan di Indonesia (Analisis Wacana Sara Mills pada Kanal YouTube Priscilla Lee). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(1), 56–68. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i1.175>
- Maulidya Indah Mega Saputri, & Milda Longgeita Pinem. (2022). Glorifikasi Kecantikan di Media Sosial: Studi Kasus Isu Eksploitasi Mahasiswi pada Akun Instagram @ugm.cantik. *Journal of Social Development Studies*, 3(1), 70–85. <https://doi.org/10.22146/jds.4446>
- Meriska Yosiana. (2022). Representasi Standar Kecantikan Perempuan Indonesia Yang Tercermin Di Dalam Film Imperfect (Pendekatan Hermeneutika J.E Gracia). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 105–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.484>
- Mukti, I., & Asriadi, M. (2023). Representasi Perempuan Pada Tayangan Video Dalam Media Sosial Tiktok. *CORE: Journal of Communication Research*, 1, 12–22.
- Rosidah, I., Afif, N. A., Nadzir, M., Masyhuri, M., Laila, P. N., & Ahwan, Z. (2021). Woman Sensual Dance di Social Media Tiktok dalam Relasinya dengan Stigmatisasi Perempuan dan Imitative Culture. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 13(1), 49–64. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v13i1.1287>
- Santoso, S., Nurhajati, L., & Lester, M. M. (2024). *Pengaruh Video Konten Tutorial Kecantikan Di Tiktok Terhadap Minat Rias Followers @ Focallure . Live*. 7(2), 331–345.
- Sari, I. P. (2019). Rekonstruksi dan Manipulasi Simbol Kecantikan. *Hawa*, 1(1). <https://doi.org/10.29300/hawapsga.v1i1.2221>
- Setyawan, A. (2021). Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok. *Risenologi*, 6(1), 86–95. <https://doi.org/10.47028/j.risenologi.2021.61.155>
- Yamout, F., Issa, J., & Ghaddar, A. (2019). *Beauty Standards set by Social Media and their Influence on Women's Body Image*. <https://doi.org/10.14236/ewic/pom19.10>
- Zhou Ting. (2021). The Media Images of Old Influencers on TikTok: A Multimodal Critical Discourse Analysis. *Journal of Literature and Art Studies*, 11(10), 809–816. <https://doi.org/10.17265/2159-5836/2021.10.013>
- Zulkarnain, J. A. dan W. (2018). Dekonstruksi Femininitas dalam Novel-Novel Karya Eka Kurniawan. *Poetika: Jurnal Ilmu Sastra*, VI(2), 109–121. <https://doi.org/10.22146/poetika.40188>

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest. *Copyright © Gesilia Wilmanda and Nunik Hariyanti. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution*

License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.