

The Phenomenon of Beauty Privilege as a Requirement in Job Vacancies

Neti Zunaida Sungkar¹, Lukman Hakim²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

Email: zunasingkar@gmail.com; lh138@ums.ac.id

ABSTRAK

Fenomena *beauty privilege*, yaitu keuntungan yang diperoleh individu berdasarkan penampilan fisik yang dianggap menarik secara sosial, kerap menjadi salah satu syarat implisit maupun eksplisit dalam proses rekrutmen kerja di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tanggapan masyarakat, khususnya pencari kerja, terhadap *beauty privilege* sebagai praktik diskriminatif yang memengaruhi peluang kerja dan kesejahteraan psikologis. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap tujuh informan yang merupakan pengguna aktif platform X, serta dokumentasi unggahan media sosial terkait isu *beauty privilege*. Analisis data dilakukan dengan model interaktif Miles dan Huberman serta triangulasi sumber untuk meningkatkan validitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pencari kerja menilai persyaratan penampilan fisik dalam lowongan sebagai bentuk diskriminasi yang tidak berkaitan dengan kompetensi. Pengalaman penolakan kerja berbasis penampilan menimbulkan dampak psikologis seperti rendah diri dan stres. Selain itu, percakapan publik di platform X merefleksikan keresahan kolektif terhadap ketidakadilan rekrutmen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *beauty privilege* memperkuat bias sosial dalam ketenagakerjaan, dan merekomendasikan penerapan kebijakan rekrutmen inklusif serta pelatihan anti-bias bagi perekrut untuk mendukung kesetaraan peluang kerja.

Keyword: Beauty Privilege; Diskriminasi Penampilan; Rekrutmen Kerja; Fenomenologi; Platform X

ABSTRACT

The phenomenon of beauty privilege, an advantage gained by individuals based on their perceived socially attractive physical appearance, is often an implicit or explicit requirement in the job recruitment process in Indonesia. This study aims to explore public responses, particularly job seekers, to beauty privilege as a discriminatory practice that impacts employment opportunities and psychological well-being. Using a qualitative phenomenological approach, data were collected through in-depth semi-structured interviews with seven informants who are active users of platform X, as well as documentation of social media posts related to the issue of beauty privilege. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman interactive model and source triangulation to increase validity. The results show that job seekers perceive physical appearance requirements in job openings as a form of discrimination unrelated to competency. The experience of appearance-based job rejections leads to psychological impacts such as low self-esteem and stress. Furthermore, public conversations on platform X reflect collective concerns about recruitment inequities. This study concludes that beauty privilege reinforces social bias in employment and recommends the implementation of inclusive recruitment policies and anti-bias training for recruiters to support equal employment opportunities.

Keyword: Beauty Privilege; Appearance Discrimination; Job Recruitment; Phenomenology; Platform X

Corresponding Author:

Neti Zunaida Sungkar,
Universitas Muhammadiyah Surakarta,
Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa
Tengah 57162, Indonesia
Email: zunasingkar@gmail.com



1. INTRODUCTION

Rekrutmen kerja merupakan suatu proses penting dalam manajemen sumber daya manusia, di mana perusahaan atau organisasi mencari, menarik, menyeleksi, dan menempatkan individu yang dianggap paling sesuai untuk mengisi posisi tertentu. Di Indonesia, praktik rekrutmen kerja umumnya mengikuti pola dan prosedur standar yang meliputi tahapan perencanaan kebutuhan tenaga kerja, pemasangan iklan lowongan, seleksi administratif, tes tertulis dan/atau praktik, wawancara kerja, hingga tahap penawaran kerja (*offering*) (Dewi et al., 2021).

Dalam praktiknya, proses rekrutmen di Indonesia dapat dilakukan secara internal maupun eksternal. Rekrutmen internal dilakukan dengan mempromosikan atau memindahkan karyawan yang sudah ada ke posisi yang lebih tinggi atau berbeda, sedangkan rekrutmen eksternal ditujukan untuk menjaring kandidat dari luar perusahaan (Mely Cahyani & Utama, 2019). Banyak perusahaan besar juga menggunakan jasa konsultan rekrutmen atau *headhunter* untuk mencari kandidat dengan kualifikasi tertentu, terutama untuk posisi manajerial atau keahlian tinggi.

Selain itu, kegiatan rekrutmen sering kali dikaitkan dengan agenda besar seperti *job fair* (bursa kerja) yang diselenggarakan oleh universitas, pemerintah daerah, maupun instansi swasta. Dalam *job fair*, perusahaan membuka stan untuk menerima lamaran secara langsung dari pencari kerja, sekaligus melakukan wawancara awal. Metode ini banyak digunakan untuk memperluas jangkauan pelamar dan memberikan kesempatan kerja yang lebih merata.

Dalam praktik rekrutmen tenaga kerja di Indonesia, prinsip meritokrasi dan kesetaraan peluang belum sepenuhnya diterapkan secara konsisten. Meskipun pemerintah telah menggarisbawahi pentingnya seleksi berbasis kompetensi dan non-diskriminatif, realitas di lapangan menunjukkan bahwa berbagai bentuk diskriminasi masih kerap dijumpai, bahkan secara eksplisit tercantum dalam iklan lowongan kerja.

Salah satu bentuk diskriminasi yang paling umum adalah penetapan persyaratan pendidikan dan pengalaman kerja yang tidak proporsional terhadap kebutuhan posisi. Banyak perusahaan mensyaratkan kualifikasi pendidikan minimal sarjana (S1) untuk jabatan yang sejatinya hanya memerlukan keterampilan teknis tertentu. Kondisi ini menyebabkan pelamar dengan pengalaman kerja relevan, tetapi tanpa gelar akademik tinggi, tereliminasi dari proses seleksi. Keadaan tersebut menimbulkan ketimpangan dan memperlihatkan bahwa gelar pendidikan lebih diprioritaskan dibandingkan dengan kapabilitas nyata yang dimiliki oleh individu.

Selain itu, praktik nepotisme dan kolusi masih menjadi permasalahan dalam proses rekrutmen. Pelamar yang memiliki relasi atau koneksi personal dengan pihak internal perusahaan kerap kali mendapatkan prioritas, meskipun secara kompetensi belum tentu memenuhi standar yang dibutuhkan. Fenomena ini menghambat prinsip keadilan dalam seleksi tenaga kerja serta merugikan pelamar lain yang memiliki kualifikasi lebih memadai namun tidak memiliki akses terhadap jaringan internal perusahaan.

Salah satu bentuk diskriminasi fisik yang mulai disoroti dalam melamar kerja adalah *beauty privilege* atau *lookism*. *Beauty privilege* merujuk pada prasangka atau perlakuan istimewa bagi individu yang dianggap berpenampilan menarik menurut standar kecantikan tertentu. Dengan kata lain, pekerja atau pelamar dengan paras cantik/tampan diperlakukan lebih menguntungkan (misalnya lebih mudah diterima kerja, promosi, gaji lebih tinggi), sedangkan yang “tidak menarik” cenderung dirugikan.

Di Indonesia, masalah ini semakin rumit karena standar kecantikan yang berlaku bersifat sangat sempit. Standar tersebut sering kali mengadopsi ciri fisik Eropa, misalnya kulit putih, tubuh langsing, dan hidung mancung sebagai patokan kecantikan ideal. Padahal, kecantikan sejati bersifat relatif, tidak ada pembenaran sejarah maupun biologis terhadap mitos kecantikan (Sukisman & Utami, 2021). Praktik memasukkan kriteria “berpenampilan menarik” dalam lowongan kerja secara langsung merupakan terjemahan empiris dari *beauty privilege* dan *lookism*.

Diskursus mengenai *beauty privilege* dalam proses rekrutmen kerja semakin mengemuka di Indonesia, salah satunya tercermin dari maraknya keluhan dan pengalaman yang dibagikan pengguna di platform X (Twitter). Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial tersebut menjadi medium terbuka bagi masyarakat, khususnya pencari kerja, untuk mengungkapkan kekecewaan terhadap praktik seleksi tenaga kerja yang dianggap tidak adil. Salah satu praktik yang paling sering disoroti adalah kecenderungan perusahaan untuk mengutamakan pelamar yang memenuhi standar penampilan fisik tertentu, meskipun tidak selalu relevan dengan posisi yang ditawarkan.

2. RESEARCH METHOD

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk mengeksplorasi persepsi masyarakat terhadap fenomena *beauty privilege* dalam proses rekrutmen kerja. Pendekatan fenomenologi dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai

pengalaman subjektif dan makna yang diberikan individu terhadap praktik diskriminasi penampilan dalam dunia kerja (Moleong, 2021). Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali narasi personal informan mengenai bagaimana *beauty privilege* memengaruhi peluang kerja dan kesejahteraan psikologis mereka.

B. Prosedur Penelitian

1) Tahap Persiapan

Tahap awal penelitian dimulai dengan identifikasi dan perumusan masalah berdasarkan observasi fenomena *beauty privilege* yang marak diperbincangkan di media sosial, khususnya platform X (*Twitter*). Peneliti kemudian melakukan kajian literatur untuk membangun kerangka teoretis yang mencakup konsep *beauty privilege* (Pratami et al., 2023), teori persepsi (Marks, 2023), dan diskriminasi dalam dunia kerja (Abdullah et al., 2021).

2) Tahap Pelaksanaan

Penelitian dilaksanakan melalui dua tahap utama pengumpulan data. Pertama, peneliti melakukan wawancara mendalam semi-terstruktur dengan tujuh informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Kedua, peneliti melakukan dokumentasi terhadap unggahan-unggahan di media sosial X yang membahas topik *beauty privilege* dalam konteks pencarian kerja.

3) Tahap Analisis

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman (1994) yang dikutip dalam Hamzah (2021), meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan verifikasi.

C. Fokus Konsep dan Variabel Penelitian

Penelitian ini berfokus pada dua konsep utama yang saling berkaitan, yaitu:

- *Beauty Privilege* didefinisikan sebagai perlakuan istimewa atau bias positif yang diterima individu karena penampilan fisik mereka dianggap menarik sesuai standar sosial yang berlaku (Pratami et al., 2023). Konsep ini dieksplorasi melalui narasi pengalaman informan dalam proses melamar pekerjaan, khususnya terkait persyaratan seperti "*berpenampilan menarik*" atau kriteria fisik lainnya yang tidak relevan dengan kompetensi pekerjaan.
- Tanggapan Masyarakat meliputi persepsi, opini, dan pengalaman langsung individu, khususnya pencari kerja, terhadap fenomena *beauty privilege* dalam proses rekrutmen. Menurut Moleong (2021), persepsi ini dapat digali melalui wawancara mendalam yang memungkinkan informan untuk merefleksikan pengalaman mereka secara terbuka dan mendalam.

D. Sumber Data

Sesuai dengan pendapat Lofland dan Lofland dalam Moleong (2021) bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan dari subjek, penelitian ini menggunakan:

- **Data Primer** diperoleh langsung melalui wawancara mendalam dengan tujuh pengguna platform media sosial X yang aktif membahas topik *beauty privilege* dalam konteks pencarian kerja.
- **Data Sekunder** berupa dokumentasi unggahan di media sosial serta hasil penelitian atau literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara Mendalam Semi-Terstruktur

Peneliti melakukan wawancara kepada pengguna media sosial X yang secara aktif membagikan pengalaman, keluhan, atau opini terkait syarat penampilan fisik dalam proses melamar pekerjaan. Wawancara bersifat semi-terstruktur untuk memberikan fleksibilitas dalam eksplorasi pengalaman, namun tetap mengacu pada topik utama penelitian. Menurut Moleong (2021), wawancara semi-terstruktur cocok dalam penelitian fenomenologi karena memberi ruang bagi narasumber untuk menjelaskan pengalaman pribadi secara reflektif, sambil tetap dalam kerangka fokus yang ditentukan peneliti.

2) Dokumentasi Media Sosial

Dokumentasi dilakukan terhadap unggahan-unggahan pengguna platform X yang membahas diskriminasi penampilan dalam proses rekrutmen. Menurut Sugiyono (2020), dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui dokumen tertulis, gambar, atau karya digital yang dapat digunakan untuk memperkuat hasil wawancara.

F. Desain Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *quota sampling* (sampel kuota) untuk memilih informan. Menurut Etikan et al. (2016), *quota sampling* dalam penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memilih informan berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, dengan jumlah informan yang ditentukan sebelumnya untuk memenuhi kebutuhan analisis mendalam.

Kriteria informan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah: berusia minimal 17 tahun, sedang atau pernah mencari pekerjaan, pernah membagikan pengalaman atau opini tentang syarat "*berpenampilan menarik*" dalam lowongan kerja melalui akun X, dan bersedia diwawancarai serta memberikan izin penggunaan kutipan.

Jumlah informan ditetapkan sebanyak tujuh orang, yang dianggap cukup untuk mencapai saturasi data dalam penelitian fenomenologi (Creswell, 2014). Menurut Moleong (2021), dalam penelitian fenomenologi, jumlah informan yang terbatas namun dipilih dengan cermat dapat memberikan wawasan mendalam tentang makna subjektif fenomena.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan analisis interaktif model Miles dan Huberman (1994) yang dikutip dalam Hamzah (2021). Model ini dianggap sesuai untuk penelitian kualitatif karena proses analisis dilakukan secara bersamaan dan terus-menerus sejak pengumpulan data dimulai hingga kesimpulan akhir diperoleh. Model ini terdiri dari tiga komponen utama:

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses menyederhanakan, memilah, memfokuskan, dan mengorganisasikan data mentah yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan dokumentasi media sosial X. Pada tahap ini, peneliti membaca ulang transkrip wawancara dan unggahan media sosial, menandai informasi yang relevan dengan topik *beauty privilege*, serta mengelompokkan data berdasarkan tema seperti “*pengalaman ditolak karena tidak menarik*”, “*respon terhadap lowongan kerja good looking*”, atau “*tekanan sosial akibat standar kecantikan*”.

2) Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyusun dan menyajikan data dalam bentuk yang sistematis agar dapat dianalisis lebih lanjut. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel tema, kutipan langsung dari informan, serta penjabaran ringkasan tematik berdasarkan pengalaman yang mirip antar informan.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Setelah data disajikan, peneliti menarik kesimpulan awal berdasarkan temuan yang muncul. Namun demikian, kesimpulan ini tidak langsung bersifat final. Peneliti akan terus melakukan verifikasi terhadap kesimpulan tersebut melalui refleksi, diskusi teoritik, dan membandingkan ulang dengan data asli. Proses ini membantu memastikan bahwa hasil penelitian bersifat valid dan benar-benar lahir dari pola-pola makna yang tampak dalam data.

3. RESULTS AND DISCUSSION

A. Sejarah Singkat

Fenomena *beauty privilege* dalam rekrutmen kerja di Indonesia telah menjadi isu yang semakin menonjol seiring dengan perkembangan media sosial, khususnya platform X, yang menjadi wadah bagi pencari kerja untuk mengungkapkan pengalaman diskriminasi berbasis penampilan. Standar kecantikan yang dipengaruhi oleh budaya populer, seperti kulit cerah, tubuh ideal, dan penampilan rapi, sering kali menjadi kriteria tidak tertulis dalam proses seleksi, terutama di sektor pelayanan publik seperti perhotelan, ritel, dan pemasaran (Damayanti & Hikmah, 2021). Fenomena ini mencerminkan bias sosial yang mengaitkan penampilan fisik dengan kompetensi atau profesionalisme, meskipun sering kali tidak relevan dengan tugas pekerjaan.

Media sosial telah memperkuat diskursus ini melalui unggahan viral, seperti kasus seorang pelamar dari Manado yang ditolak kerja di Indonesia karena dianggap “tidak menarik,” tetapi diterima di Singapura (Suara.com, 2023). Isu ini juga mendapat perhatian dari pemerintah, dengan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia, Yassierli, menegaskan bahwa rekrutmen harus berbasis kompetensi tanpa mempertimbangkan aspek fisik (Arisanti & Hadi, 2022). Namun, praktik seperti mencantumkan syarat “*berpenampilan menarik*” dalam lowongan kerja masih umum, terutama di industri yang berorientasi pada pelanggan.

B. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan tujuh responden yang dipilih melalui *purposive sampling* berdasarkan kriteria: berusia minimal 17 tahun, sedang atau pernah mencari pekerjaan, pernah membagikan pengalaman atau opini tentang syarat penampilan fisik di platform X, dan bersedia diwawancarai. Berikut adalah karakteristik responden:

1. Marsya (22 tahun, *Content Creator*): Aktif di media sosial, memiliki pengalaman melihat lowongan kerja yang menekankan penampilan fisik, seperti posisi barista.
2. Marcella Devina (21 tahun, Pelamar): Pencari kerja yang pernah menemui lowongan dengan syarat tinggi badan dan mengalami dampak standar kecantikan pada kepercayaan diri.
3. Ayu Sartika (23 tahun, Pengajar Bahasa Korea EPS-Topik): Memiliki pengalaman dengan lowongan yang mengutamakan penampilan, terutama untuk posisi SPG.
4. Afifah (23 tahun, Pelamar): Menemui lowongan sebagai *beauty advisor* yang mensyaratkan penampilan menarik dan kondisi kulit baik.

5. Ami Putri (22 tahun, *Content Creator*): Mendukung syarat penampilan untuk pekerjaan yang berfokus pada audiens, seperti *talent video*.
6. Iren Anggraeni (25 tahun, *Social Media Specialist*): Memiliki pengalaman memilih *talent* berdasarkan penampilan untuk keperluan konten, namun memahami sisi diskriminatifnya.
7. Afifah (22 tahun, Tim Humas): Sering melihat lowongan *customer service* dengan syarat “*good looking*” dan mempertanyakan relevansinya.

Responden berasal dari berbagai latar belakang profesi, mencerminkan keragaman pandangan dan pengalaman terkait *beauty privilege* dalam rekrutmen kerja.

C. Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman (1994), yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data primer berasal dari wawancara mendalam dengan tujuh responden, sedangkan data sekunder diambil dari unggahan media sosial dan literatur terkait.

1) Reduksi Data

Dari transkrip wawancara, peneliti mengidentifikasi tiga tema utama:

- Pandangan terhadap Syarat Penampilan Fisik: Responden memiliki pandangan beragam. Marsya dan Ami mendukung syarat “*berpenampilan menarik*” untuk pekerjaan yang berorientasi pada pemasaran atau audiens, seperti barista atau *content creator*, karena dianggap mendukung tujuan perusahaan. Sebaliknya, Marcella, Ayu, dan Afifah (Tim Humas) menganggap syarat ini subjektif dan diskriminatif, terutama jika tidak relevan dengan tugas pekerjaan. Iren dan Afifah (Pelamar) memahami pentingnya penampilan rapi, tetapi mempertanyakan syarat seperti kulit cerah atau tinggi badan.
- Pengalaman dengan Lowongan Berbasis Penampilan: Semua responden pernah melihat lowongan yang menekankan penampilan fisik, seperti untuk posisi barista, SPG, *beauty advisor*, resepsionis, atau *customer service*. Marcella menyebutkan syarat tinggi badan, sementara Ayu menyoroti fokus rekruter pada penampilan daripada kemampuan. Iren bahkan mengakui memilih *talent* berdasarkan penampilan untuk keperluan konten.
- Dampak Psikologis dan Sosial: Marcella, Ayu, dan Afifah (Tim Humas) melaporkan bahwa standar kecantikan seperti kulit cerah atau tubuh ideal menimbulkan tekanan psikologis, seperti rendah diri dan stres, terutama bagi pelamar yang tidak memenuhi standar. Afifah (Pelamar) dan Iren menyebutkan bahwa penampilan fisik dapat meningkatkan kepercayaan diri, tetapi juga menyebabkan ketidakadilan bagi kandidat berkualitas yang diabaikan karena penampilan.

2) Penyajian Data

Data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel tematik untuk memudahkan analisis pola pandangan dan pengalaman responden.

Tabel 1. Pandangan Responden terhadap Syarat Penampilan Fisik

Responden	Pandangan terhadap Syarat Penampilan	Dukungan/Kritik	Konteks yang Dianggap Relevan
Marsya (22, Content Creator)	Mendukung syarat “berpenampilan menarik” karena mendukung pemasaran.	Dukungan	Pekerjaan seperti barista, SPG, pramugari
Marcella Devina (21, Pelamar)	Syarat “berpenampilan menarik” subjektif dan tidak adil; “penampilan rapi” lebih relevan.	Kritik	Pekerjaan profesional yang membutuhkan kerapian
Ayu Sartika (23, Pengajar)	Syarat penampilan bersifat subjektif dan berpotensi diskriminatif.	Kritik	Hanya relevan jika terkait tugas pekerjaan (misalnya, SPG)
Afifah (23, Pelamar)	Tidak nyaman dengan “berpenampilan menarik” karena sering diartikan harus cantik.	Kritik	Pekerjaan seperti beauty advisor, tapi harus fokus pada perilaku.
Ami Putri (22, Content Creator)	Mendukung syarat penampilan untuk menarik audiens.	Dukungan	Pekerjaan seperti talent video, pelayanan
Iren Anggraeni (25, Social Media Specialist)	Memahami syarat penampilan rapi, tapi “berpenampilan menarik” sering disalahartikan.	Dukungan Sebagian/Kritik	Posisi yang berhubungan dengan klien
Afifah (22, Tim Humas)	“Penampilan rapi” wajar, tapi “berpenampilan menarik” bias dan tidak adil.	Kritik	Pekerjaan humas, tetapi fokus pada komunikasi dan sikap

Tabel 1 merangkum pandangan responden terhadap syarat penampilan, yang menunjukkan perbedaan antara dukungan (untuk pekerjaan berorientasi pelanggan) dan kritik (karena sifat subjektif dan diskriminatif).

Tabel 2. Pengalaman Responden dengan Lowongan Berbasis Penampilan

Responden	Jenis Lowongan	Syarat Penampilan yang Ditemui	Komentar
Marsya	Barista	Penampilan menarik	Relevan untuk menarik pelanggan
Marcella	Tidak Spesifik	Tinggi badan minimal	Dianggap tidak relevan untuk pekerjaan teknis
Devina			Rekruter mengabaikan kemampuan kandidat
Ayu Sartika	SPG	Penampilan fisik sebagai fokus utama	Dianggap subjektif
Afifah (Pelamar)	Beauty advisor	Penampilan menarik, Kondisi kulit baik	
Ami Putri	Talent Video, Pelayanan	Penampilan menarik	Relevan untuk promosi produk
Iren Anggraeni	Resepsionis, Perhotelan	Penampilan fisik sebagai penilaian utama	Melihat talen berdasarkan penampilan untuk konten
Afifah (Tim Humas)	Customer Service	Good looking, tinggi minimal, berat badan proporsional	Mempertanyakan relevansi dengan kualitas kerja

Tabel 2 mengelompokkan pengalaman responden dengan lowongan yang menekankan penampilan, serta menyoroti jenis pekerjaan dan syarat spesifik yang dianggap relevan atau tidak.

Tabel 3. Dampak Psikologis dan Sosial akibat Beauty Privilege

Responden	Dampak yang Dirasakan	Contoh Spesifik
Marsya	Tidak menyebutkan dampak negatif spesifik	Penampilan mendukung kepercayaan diri dalam pemasaran.
Marcella Devina	Rendah diri, tekanan untuk memenuhi standar	Teman ditolak kerja di bidang teknik karena tinggi badan.
Ayu Sartika	Tekanan psikologis, diskriminasi	Pelamar potensial mundur karena tidak memenuhi standar fisik.
Afifah (Pelamar)	Ketidakadilan sosial	Teman diabaikan karena dianggap “kurang menarik.”
Ami Putri	Tidak menyebutkan dampak negatif spesifik	Penampilan meningkatkan daya tarik dalam promosi.
Iren Anggraeni	Ketidakadilan bagi kandidat lain	Memilih talent berdasarkan penampilan terasa diskriminatif.
Afifah (Tim Humas)	Rendah diri, ketidakadilan	Teman dengan CV bagus tidak dipanggil karena penampilan.

Tabel 3 menggambarkan dampak psikologis dan sosial, menekankan tekanan rendah diri dan ketidakadilan yang dirasakan oleh responden atau orang di sekitar mereka.

D. Discussion

Hasil wawancara menunjukkan dualitas pandangan terhadap *beauty privilege*. Responden seperti Marsya dan Ami mendukung syarat penampilan untuk pekerjaan yang berorientasi pada pelanggan, seperti barista atau *content creator*, karena dianggap relevan dengan tujuan pemasaran. Pandangan ini sejalan dengan penelitian Purnomo Loanata et al. (2025), yang menemukan bahwa penampilan fisik sering menjadi pertimbangan informal dalam rekrutmen *frontliner* di industri perhotelan.

Namun, responden seperti Marcella, Ayu, dan Afifah (Tim Humas) menyoroti sifat subjektif dan diskriminatif dari syarat ini, terutama ketika diterapkan pada posisi yang tidak memerlukan interaksi publik, seperti pekerjaan teknis (contoh kasus Marcella tentang teman di bidang teknik). Hal ini mendukung temuan Damayanti & Hikmah (2021) bahwa syarat “*berpenampilan menarik*” melanggar prinsip kesetaraan kerja.

Teori persepsi, khususnya *halo effect*, menjelaskan mengapa penampilan fisik memengaruhi keputusan rekrutmen. Responden seperti Iren dan Afifah (Pelamar) menyebutkan bahwa penampilan memberikan kesan pertama yang kuat, yang sering dikaitkan dengan kualitas seperti profesionalisme atau kepercayaan diri (Cannon & Cipriani, 2022). Namun, ini juga menciptakan bias, di mana kandidat dengan penampilan menarik dianggap lebih kompeten meskipun tidak ada bukti objektif (Agovino et al., 2023).

Dampak psikologis *beauty privilege* juga signifikan. Marcella dan Ayu melaporkan tekanan untuk memenuhi standar kecantikan, seperti kulit cerah, yang menurunkan kepercayaan diri dan menyebabkan stres. Ini selaras dengan penelitian Abelia et al. (2025), yang menemukan bahwa individu yang tidak memenuhi standar kecantikan mengalami keterasingan sosial dan tekanan psikologis. Selain itu, kasus teman Marcella yang ditolak karena tinggi badan menunjukkan bagaimana *beauty privilege* menciptakan ketidakadilan sistemik, yang bertentangan dengan Pasal 27 Ayat 2 UUD 1945 tentang hak kerja tanpa diskriminasi (Arisanti & Hadi, 2022).

Respon masyarakat di platform X mencerminkan kesadaran yang meningkat terhadap isu ini, dengan banyak pengguna menyerukan rekrutmen yang lebih inklusif. Namun, normalisasi syarat penampilan dalam budaya kerja Indonesia, terutama di sektor pelayanan, masih menjadi tantangan besar.

4. CONCLUSION

Masyarakat memiliki pandangan beragam terhadap syarat penampilan fisik dalam lowongan kerja. Sebagian responden (Marsya, Ami, Iren) menganggapnya wajar untuk posisi yang berorientasi pada pelanggan, seperti barista atau SPG, tetapi sebagian besar (Marcella, Ayu, Afifah) memandangnya sebagai diskriminasi subjektif yang tidak relevan dengan kompetensi. Pengalaman responden menunjukkan bahwa *beauty privilege* memengaruhi peluang kerja, baik melalui syarat eksplisit seperti “*berpenampilan menarik*” atau “*tinggi badan minimal*,” maupun melalui bias implisit dalam penilaian rekruter. Hal ini sering merugikan kandidat berkualitas yang tidak memenuhi standar kecantikan. Fenomena *beauty privilege* juga menimbulkan dampak psikologis negatif, seperti rendah diri, stres, dan demotivasi, terutama pada pelamar yang merasa tidak memenuhi standar kecantikan seperti kulit cerah atau tubuh ideal.

REFERENCES

- Abdullah, N. A., Apandi, A. M., Shamsudheen, M. I., & Zubairi, Y. Z. (2021). COVRATIO statistic as a discrimination method for multivariate normal distribution. *Sains Malaysiana*, 50(7). <https://doi.org/10.17576/jsm-2021-5007-21>
- Abelia, B. S. E., Ulilababil, & Sijabat, R. (2025). Pengalaman perempuan dalam menghadapi beauty privilege dan diskriminasi di tempat kerja. *Observasi: Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi*, 3(1), 317–322. <https://doi.org/10.61132/observasi.v3i1.980>
- Adams, B. G., Meyers, M. C., & Sekaja, L. (2020). Positive leadership: Relationships with employee inclusion, discrimination, and well-being. *Applied Psychology*, 69(4). <https://doi.org/10.1111/apps.12230>
- Afifah, N., Masrizal, & Anjar, Y. A. (2023). Kecantikan sebagai ideal self perempuan (Studi kasus di Klinik Azqira, Kecamatan Baiturrahman, Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 8(2), 1–10. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/Fisip>
- Agovino, M., Bevilacqua, M., & Cerciello, M. (2023). Measuring female discrimination through language: A novel indicator and its effect on production efficiency in Italy. *International Journal of Manpower*, 44(9). <https://doi.org/10.1108/IJM-12-2022-0600>
- Anaj, R. M. T. (2024). *Beauty effect on economy: A truth hidden in our subconscious* (pp. 1–38).
- Ananta, Z. D., Astuti, A. P., Rahayu, P. A., Ibrahim, M. J., & Anshori, M. I. (2024). Memahami tindakan diskriminasi di tempat kerja: Perspektif hukum dan etika. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 106–120. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2638>
- Aprilianty, S., Komariah, S., & Abdullah, M. N. A. (2023). Konsep beauty privilege membentuk kekerasan simbolik. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 9(1), 149. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i1.1253>
- Arisanti, N. A., & Hadi, S. (2022). Perlindungan hak buruh penyandang disabilitas dalam memperoleh pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. *JHP17 (Jurnal Hasil Penelitian)*, 7(2). <https://doi.org/10.30996/jhp17.v7i2.6186>
- Bortnikova, K., Havranek, T., & Irsova, Z. (2024). Beauty and professional success: A meta-analysis. *Discussion Paper*. <https://hdl.handle.net/10419/289435>
- Cahyani, N. M. M., & Utama, I. W. M. (2019). Pengaruh rekrutmen, seleksi, dan pengembangan karir terhadap prestasi kerja karyawan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i05.p01>
- Cannon, E., & Cipriani, G. P. (2022). Quantifying halo effects in students' evaluation of teaching. *Assessment and Evaluation in Higher Education*, 47(1). <https://doi.org/10.1080/02602938.2021.1888868>
- Cen, L., Han, Y., & Wu, J. (2025). Equal employment opportunity in supply chains. *Production and Operations Management*, 34(3). <https://doi.org/10.1177/10591478241238968>
- Chen, H., Zhao, Q., & Li, J. (2020). Visual discrimination in job recruitment: The role of facial attractiveness in hiring decisions. *Frontiers in Psychology*, 11, 1582. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01582>
- Chen, L., Halepoto, H., Liu, C., Yan, X., & Qiu, L. (2022). Research on influencing mechanism of fashion brand image value creation based on consumer value co-creation and experiential value perception theory. *Sustainability*, 14(13). <https://doi.org/10.3390/su14137524>
- Clark, A., Stenholm, S., Pentti, J., Salo, P., Lange, T., Török, E., Xu, T., Fabricius, J., Oksanen, T., Kivimäki, M., Vahtera, J., & Rod, N. H. (2021). Workplace discrimination as risk factor for long-term sickness absence: Longitudinal analyses of onset and changes in workplace adversity. *PLoS ONE*, 16(8), e0255697. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0255697>
- Damayanti, R., & Hikmah, N. (2021). Syarat berpenampilan menarik pada informasi lowongan pekerjaan sebagai salah satu diskriminasi dalam dunia kerja. *Jurnal Hukum*, 7(2).
- De Vries, R. A. J., Lemke, M., & Ludden, G. D. S. (2023). Blueprints: Systematizing behavior change designs—The case of social comparison theory. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 31(1). <https://doi.org/10.1145/3617364>
- Etcoff, N. L. (1994). Beauty and the beholder. *Nature*, 368(6468), 186. <https://doi.org/10.1038/368186a0>
- Faiqotullailiyah, F., & Cahyadi, N. (2024). Pengaruh rekrutmen, lingkungan kerja fisik dan tingkat pendidikan terhadap kinerja karyawan PT. XYZ. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(3), 355–368. <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i3.4766>
- Fasbender, U., & Gerpott, F. H. (2021). To share or not to share: A social-cognitive internalization model to explain how age discrimination impairs older employees' knowledge sharing with younger colleagues. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 30(1). <https://doi.org/10.1080/1359432X.2020.1839421>
- Firdausia, S., Yusuf, M., & Anggarani, F. K. (2020). Gender stereotypes and self-efficacy as determinants of the glass ceiling effect: A study of female civil servants in Central Java. *Jurnal Psikologi*, 47(1). <https://doi.org/10.22146/jpsi.43729>
- Furnham, A. (2023). A beauty premium and a plainness penalty: Attractiveness at work. *The European Business Review*, October, 2–8. <https://www.europeanbusinessreview.com>
- Galarza, F. B., & Yamada, G. (2017). Triple penalty in employment access: The role of beauty, race, and sex. *Journal of Applied Economics*, 20(1), 29–47. [https://doi.org/10.1016/S1514-0326\(17\)30002-8](https://doi.org/10.1016/S1514-0326(17)30002-8)
- Gaol, H. S. L. (2020). Syarat sehat jasmani sebagai diskriminasi tenaga kerja difabel. *INKLUSI*, 7(2). <https://doi.org/10.14421/ijds.070202>
- Garaika, G., Margahana, H., & Purwanto, P. (2020). Peran seleksi tenaga kerja yang tepat terhadap tercapainya tujuan organisasi. *Jurnal Aktual*, 17(2). <https://doi.org/10.47232/aktual.v17i2.42>

- Hamermesh, D. S. (2011). *Beauty pays: Why attractive people are more successful*. Princeton University Press. <https://books.google.co.id/books?id=HS0fDJ6WGz0C>
- Hamzah, A. (2021). *Penelitian berbasis proyek: Metode kuantitatif, kualitatif, dan R&D kajian teoritik & contoh-contoh penerapannya*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Hendrizar, Beggy, M., & Afriza. (2024). Rekrutmen dan seleksi karyawan pada universitas Riau Kepulauan. *Jurnal Bening*, 11(1), 58–72.
- Heriyani, E., Lestari, M., Gahana, N. M., Azizah, M. N., Handayani, V. K., & Aisy, N. R. (2025). Fenomena beauty privilege di kalangan Gen Z. *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 8(3), 70–80. <https://doi.org/10.26539/teraputik.833522>
- Hilman, F. M., & Effendy, D. (2021). Masuknya syarat kerja baru di luar yang diperjanjikan oleh pengusaha di PT. X Padalarang Kabupaten Bandung Barat ditinjau dari Undang-Undang No.13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 1(1). <https://doi.org/10.29313/jrih.v1i1.58>
- Karningsih, K. (2022). Penghapusan diskriminasi terhadap tenaga kerja perempuan dalam perspektif gender. *Mimbar Administrasi FISIP UNTAG Semarang*, 19(1). <https://doi.org/10.56444/mia.v19i1.574>
- Kohler, B., & Mill, W. (2025). Cultural differences in the beauty premium. *Scientific Reports*, 15(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-025-02857-4>
- Krause, G. A., & Park, J. (2023). How status-group power differentials shape age discrimination within U.S. federal agencies: Evidence from EEOC formal complaint filings, 2010–2019. *Public Administration Review*, 83(1). <https://doi.org/10.1111/puar.13532>
- Kukkonen, I., Pajunen, T., Sarpila, O., & Åberg, E. (2024). Is beauty-based inequality gendered? A systematic review of gender differences in socioeconomic outcomes of physical attractiveness in labor markets. *European Societies*, 26(1), 117–148. <https://doi.org/10.1080/14616696.2023.2210202>
- Leovani, E., Ismadi, F. H., & Terenggana, C. A. (2023). Ketidaksetaraan gender di tempat kerja: Tinjauan mengenai proses dan praktik dalam organisasi. *Analisis*, 13(2), 303–319. <https://doi.org/10.37478/als.v13i2.3118>
- Lestari, S. (2023). Pengaruh daya tarik fisik terhadap diskriminasi pekerjaan di industri perhotelan dan pariwisata Jakarta. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia*, 4(3), 371–383. <https://doi.org/10.22373/jsai.v4i3.3451>
- Lilistian, Y. F. (2023). Rekrutmen karyawan perusahaan. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056>
- Liu, Y., & Zhang, X. (2023). Physical attractiveness and hiring discrimination: Evidence from a field experiment in China. *China Economic Review*. <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2023.101998>
- Ma, L., Jiang, Z., & Wang, Y. (2022). Beauty premium of urban working women: Evidence from the Chinese labor market. *Beijing Social Science Journal*.
- Mardiah, A. (2020). Pengaruh penampilan modis terhadap pengembangan karir karyawan perempuan pada Bank Danamon cabang Pekanbaru. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*, 9(2), 134.
- Marks, D. F. (2023). The action cycle theory of perception and mental imagery. *Vision*, 7(1). <https://doi.org/10.3390/vision7010012>
- McIntosh, C. A. (2021). Beauty in the world. *Journal of Gay and Lesbian Mental Health*, 25(2). <https://doi.org/10.1080/19359705.2021.1897769>
- Moleong, J. L. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Nurbaiah, S., & Hanami, Y. (2025). Women's perception of fading benefits from beauty. *Journal of Social Issues*, 14(1), 240–244.
- Pratami, V. T., Nuryani, R., & Lindasari, S. W. (2023). Tingkat kepercayaan diri pada wanita dewasa awal dengan adanya tren beauty privilege. *Jurnal Keperawatan*, 15(3), 1101–1108.
- Purnomo Loanata, C., Witorsana, I. G. A. G., & Pitanatri, M. U. (2025). The effect of beauty privilege on the recruitment process of hotel employees in Bali. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 6(3), 1893–1900. <https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i3.3874>
- Putri Amelia, S., Alzahrah, A. P., & Safira, D. (2024). Pengaruh persyaratan usia terhadap peluang kerja bagi tenaga kerja di Indonesia. *Terang: Jurnal Kajian Ilmu Sosial, Politik dan Hukum*, 1(3), 66–75. <https://doi.org/10.62383/terang.v1i3.363>
- Raissa, A. (2020). Perlindungan bagi para pencari kerja dari kualifikasi perusahaan yang diskriminatif. *Jurnal Hukum*, 12, 262–271.
- Rasyid, M., Barkhia, A., Fadhlurhman, M., & Norliyanti. (2021). Social prejudice and discriminatory behavior experienced in individuals who have beauty privilege. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 4(4).
- Rizqiyah, A. N. A. (2023). Penerapan kualifikasi kerja berpenampilan menarik dalam konteks hak asasi manusia dan keadilan sosial. *PUSKAPSI Law Review*, 3(1). <https://doi.org/10.19184/puskapsi.v3i1.34760>
- Rodríguez, P., & Archer, L. (2022). Reproducing privilege through whiteness and beauty: An intersectional analysis of elite Chilean university students' practices. *British Journal of Sociology of Education*, 43(5). <https://doi.org/10.1080/01425692.2022.2060186>
- Rohaeni, H., Hikmah, A. S., & Rahmayani, R. (2020). Be good attitude dalam berpenampilan pada UMKM “Mang Piat” Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Abdimas BSI*, 1(1), 142–148. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Rohanah, S., Adhani, A. S., & Aini, S. N. (2023). Beauty privilege discrimination analysis in the field of student organizations. In *Proceedings of the International Conference of Social Science and Education (ICOSSED 2021)*. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-55-8_26
- Russen, M., Dawson, M., & Madera, J. M. (2021). Gender discrimination and perceived fairness in the promotion process of hotel employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(1). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2020-0647>
- Samsudiani, D. (2022). Representasi kecantikan menjadi sales promotion girl (SPG) di Toko Carin Cell Samarinda. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 114–128.

- Simanullang, H., Sari, L., & Pratama, B. (2024). Urgensi pengaturan mengenai larangan diskriminasi usia dalam proses rekrutmen di Indonesia. *Jurnal Hukum*, 8(1), 70–82.
- Suara.com. (2023, Maret 27). Viral, perempuan ini bolak-balik ditolak kerja di Indonesia, malah dapat di Singapura. <https://www.suara.com/lifestyle/2023/03/27/081002/viral-perempuan-ini-bolak-balik-ditolak-kerja-di-indonesia-malah-dapat-di-singapura?page=all>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi penelitian kualitatif*. Rake Sarasin.
- Sukisman, J. M., & Utami, L. S. S. (2021). Perlawanan stigma warna kulit terhadap standar kecantikan perempuan melalui iklan. *Koneksi*, 5(1). <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10150>
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *Jurnal Qosim: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1). <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Tebruegge, S., Valasek, M., & Weiss, A. (2024). Facial attractiveness biases in hiring decisions: Evidence from a field experiment. *Scientific Reports*, 14, Article 2857. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-02857-4>
- Tshisa, N., & van der Walt, F. (2021). Discrimination challenges and psychological well-being of Black African queer employees. *SA Journal of Industrial Psychology*, 47. <https://doi.org/10.4102/sajip.v47i0.1835>
- Ulusoy, N., & Schablon, A. (2020). Discrimination in in-patient geriatric care: A qualitative study on the experiences of employees with a Turkish migration background. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7). <https://doi.org/10.3390/ijerph17072205>
- Yang, F. X., Li, Y., Li, X., & Yuan, J. (2022). The beauty premium of tour guides in the customer decision-making process: An AI-based big data analysis. *Tourism Management*, 93, 104575. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104575>