

ANALISIS FENOMENA “*BEAUTY PRIVILEGE*” DALAM STATUS SOSIAL SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS (STUDI KASUS SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA BANDUNG)

Annisa Fadhilah¹, Dhea Mutia Kharisma², Fajar Nugraha Asyahidda³

Pendidikan Sosiologi
Universitas Pendidikan Indonesia
Bandung, Indonesia^{1, 2, 3}

E-mail: annisafhp@upi.edu¹, dheamutia@upi.edu², nugrahafajar@upi.edu³

Abstrak

Sejak dulu, karakteristik fisik seseorang dianggap menjadi kriteria utama dalam penilaiannya sebagai individu. Adapun dalam perkembangannya hal ini dibuktikan dengan adanya fenomena “*beauty privilege*” atau hak istimewa yang didapatkan seseorang semata-mata karena dirinya memiliki daya tarik fisik tinggi dan memenuhi standar kecantikan masyarakat. Fenomena ini juga meluas ke berbagai aspek kehidupan yang dialami oleh semua kalangan, tak terkecuali bagi remaja sekolah menengah atas (SMA). Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu persepsi remaja terhadap fenomena “*beauty privilege*” serta pengaruhnya terhadap status sosial mereka dalam hierarki sosial pergaulan remaja. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara pelajar SMA Kota Bandung yang dijadikan sebagai subjek studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa “*beauty privilege*” di kalangan remaja nyata adanya yang dibuktikan dengan perlakuan di dunia nyata dari teman sebaya dan guru di sekolah. “*Beauty privilege*” juga banyak dipengaruhi oleh sosial media, terutama kultur *influencer* yang menasar demografis remaja. Terkait status sosial, “*beauty privilege*” berperan untuk meningkatkan status sosial remaja dalam hierarki sosial di pergaulannya karena daya tarik fisik seseorang linear dengan penilaian dan penerimaan individu ke dalam kelompok pergaulan remaja.

Kata kunci: *beauty privilege*, *lookism*, diskriminasi, remaja, status sosial.

Abstract

Since ancient times, a person's physical characteristics have been considered to be the main criterion in his assessment as an individual. In its development, this is evidenced by the phenomenon of "beauty privilege" or privileges that a person gets solely because he has high physical attractiveness and meets society's beauty standards. This phenomenon also extends to various aspects of life that are experienced by all people, including high school (SMA) teenagers. This study aims to find out the adolescent's perception of the phenomenon of "beauty privilege" and its influence on their social status in the social hierarchy of adolescent association. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection through interviews with Bandung City High School students who were used as the subject of a case study. The results of the study show that "beauty privilege" among adolescents is real, as evidenced by the treatment in the real world from peers and teachers at school. "Beauty privilege" is also heavily influenced by social media, especially influencer culture which targets the youth demographic. Regarding social status, "beauty privilege" plays a role in increasing the social status of adolescents in the social hierarchy in their association because a person's physical attractiveness is linear with the assessment and acceptance of individuals into adolescent social groups.

Keywords: *beauty privilege*, *lookism*, *discrimination*, *youth*, *social status*.

PENDAHULUAN

Dalam sepanjang sejarah tapak kehidupan manusia, ciri karakteristik visual, termasuk

rupa wajah, dianggap menjadi suatu hal yang berperan penting dalam berbagai penilaian di setiap aspek kehidupan.

Manusia seperti kebanyakan primata lainnya merupakan makhluk visual, yang berarti manusia sebagian besar menggantungkan persepsinya pada apa yang ia lihat untuk memahami dunia di sekitarnya (McAndrew, 2021). Pernyataan tersebut dibuktikan salah satunya oleh penelitian dari Massachusetts Institute of Technology, yang menyatakan bahwa terdapat sebanyak setengah bagian otak manusia yang berfungsi untuk memproses informasi visual (*MIT Research - Brain Processing of Visual Information*, 1996). Sebagai bentuk perbandingan, terdapat 8% bagian otak yang berfungsi untuk memproses indra sentuhan dan hanya 3% untuk indra pendengaran. Dengan ini, sesuatu kita lihat besar kemungkinan dapat memengaruhi pikiran, perasaan, dan perlakuan nanti ke depannya. Skenario ini merupakan alur dari pemikiran yang telah disebutkan di atas, bahwa penampilan fisik memiliki peranan penting dalam penilaian dirinya sebagai manusia.

Sebagaimana yang kita ketahui, penampilan termasuk bawaan lahir yang tidak dapat dipilih. Manusia dilahirkan dengan paras yang berbeda satu sama yang lainnya sebagai hal *distingtif* yang membuat kita unik dan istimewa. Adapun tingkat daya tarik fisik yang dimiliki oleh masing-masing orang sejatinya merupakan bagian dari konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh keadaan lingkungan sekitarnya (Berry, 2008). Paras yang dianggap menarik bagi orang tertentu bisa jadi sebaliknya bagi orang lain dalam kata lain, menarik atau tidaknya penampilan juga sebetulnya bersifat subjektif untuk semua orang. Meskipun begitu, umumnya terdapat sebuah standar kecantikan atau *beauty standard*, yakni serangkaian kriteria dan ukuran yang menjadi tolak ukur penampilan yang dianggap menarik oleh masyarakat (Ravasio, 2022). Standar ini digunakan untuk menyortir fitur-fitur manusia yang dilihat sebagai sesuatu yang menarik, seperti jenis rambut, warna kulit, berat badan, dan lain-lain.

Tidak dapat dipungkiri bahwa seseorang yang dianggap berpenampilan menarik dan memenuhi norma standar kecantikan acap kali mendapat perlakuan lebih baik dari

sekelilingnya dibandingkan dengan seseorang yang tidak dianggap menarik. Berdasarkan sebuah penelitian, bahkan terkadang seseorang yang dianggap menarik juga akan dianggap memiliki atribusi kepribadian yang positif pula (Berscheid dkk., 1971). Stereotipe penilaian individu berdasarkan penampilannya ini kemudian lama kelamaan berkembang menjadi sebuah bentuk diskriminasi berdasarkan daya tarik fisik seseorang, atau yang dikenal juga dengan "*lookism*" (Spiegel, 2022). Istilah "*lookism*" ini muncul dari tahun 1970-an dan telah menjadi subjek penelitian dalam sosiologi untuk mencari tahu hubungan antara persepsi manusia terhadap ketertarikan fisik seseorang dengan prasangka dan perlakuan tertentu. "*Lookism*" termasuk salah satu bentuk ketidakadilan epistemik, yang merupakan keadaan di mana seseorang dirugikan karena diskriminasi secara tidak adil kepada kapasitasnya sebagai manusia yang menjadi subjek epistemik karena hal-hal yang berada di luar jangkauannya seperti latar belakang sosial, etnis, seksualitas, penampilan, dan sebagainya (Ayto, 1999). Manusia sebagai subjek epistemik dinilai dari kapabilitasnya yang berkaitan dengan pengetahuan dirinya untuk melakukan dan menilai sesuatu, atau yang dalam arti sempit adalah "*prejudice*." Inilah mengapa diskriminasi berdasarkan penampilan wajah dianggap dapat mempengaruhi banyak aspek kehidupan, mulai dari perlakuan yang diterima sehari-hari sampai lapangan pekerjaan atau pendidikan.

Dengan diskriminasi berdasarkan daya tarik penampilan sebagaimana yang dijabarkan di atas, terdapat dua kemungkinan konsekuensi yang jauh berbeda. Di satu sisi, seseorang yang kurang menarik akan diperlakukan kurang baik, karena penampilan yang buruk dianggap linear dengan perilaku buruk pula. Di sisi lain, seseorang yang menarik akan diperlakukan dengan baik, karena tingkat daya tariknya dianggap menunjukkan kualitas dirinya dan perilakunya. Kondisi ini membuat orang yang tidak menarik atau tidak memenuhi

standar kecantikan untuk bekerja lebih keras dalam rangka membuktikan dirinya, sedangkan orang yang menarik akan terbiasa dengan perlakuan baik yang didapatkan dan cenderung untuk bersikap semena-mena. Hal inilah yang dinamakan dengan “*pretty privilege*” atau “*beauty privilege*.” Dari namanya, “*privilege*” merupakan kata dari bahasa Inggris yang berarti hak yang didapatkan sebagai manfaat atau keuntungan kepada seseorang (“*Privilege*,” 2022). Dengan ini, dapat disimpulkan bahwa “*beauty privilege*” merupakan hak istimewa yang dimiliki seseorang semata-mata karena penampilannya yang menarik atau kecantikannya, di mana hak ini dapat memengaruhi secara positif kehidupan seseorang tersebut.

“*Beauty privilege*” yang lahir dari “*lookism*” ini juga menjadi salah satu diskusi penting dalam sosiologi, tentang bagaimana rupa wajah sebagai hal bawaan lahir yang tidak dapat dikontrol ternyata berdampak besar ke kehidupan manusia. Terlebih lagi sampai beberapa orang rela untuk mengambil tindakan ekstrim untuk mengubah wajahnya agar memenuhi standar kecantikan masyarakat. Hal ini didukung oleh beberapa jurnal ilmiah, contohnya Budgeon yang dalam penelitiannya mengatakan bahwa masyarakat saat ini telah menjadi okularsentris karena orang cenderung mengidentifikasi dirinya dan sekitarnya melalui mata mereka, menghasilkan konstruksi identitas diri berdasarkan penampilan fisik (2003). Adapun fenomena ini kembali lagi kepada “*beauty privilege*” yang telah dijelaskan sebelumnya, di mana penampilan luar menjadi yang paling penting karena daya tarik sangat dihargai sedangkan ketidakmenarikan fisik seseorang dianggap sebagai kekurangan yang dikecam.

“*Beauty privilege*” sebagai fenomena lumrah di masyarakat dapat terjadi pada semua orang dari semua kalangan, terutama para remaja. Menurut World Health Organization, remaja merupakan seseorang yang berada dalam fase kehidupan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, lebih spesifik lagi dari usia

10 sampai 19 tahun (*Adolescent Health*, 2019). Remaja merupakan masa perkembangan yang krusial untuk bertumbuh, dan apa yang didapatkan pada rentang waktu ini menjadi pondasi kehidupan individu yang berdampak ke depannya. Dengan adanya standar kecantikan dari konstruksi sosial masyarakat, remaja yang merasa terpengaruh dengan “*beauty privilege*” akan memiliki anggapan bahwa fisik yang menarik merupakan nilai utama yang harus dimiliki agar dapat dihargai di muka umum. Fenomena ini dapat berujung pada obsesi tidak sehat individu yang berorientasi pada penampilan fisik dan mengabaikan hal-hal penting lain. Oleh karena itu, tulisan ini akan membahas mengenai “*beauty privilege*” sebagai fenomena sosial pada remaja melalui kacamata sosiologi dalam studi kasus Sekolah Menengah Atas (SMA) di Kota Bandung. Tulisan ini akan mencari tahu pendapat remaja mengenai “*beauty privilege*.” Dengan ini, penelitian penulis bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan riset sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi remaja terhadap fenomena “*beauty privilege*” dalam lingkup Sekolah Menengah Atas?
2. Bagaimana pengaruh “*beauty privilege*” dalam kalangan remaja terhadap status sosialnya di masyarakat?

METODE

Tulisan ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini menggunakan metode studi kasus untuk mengembangkan pokok masalah yang akan dibahas dengan tujuan mendapatkan pemahaman intensif terhadap objek tulisan dari sebuah kasus tertentu. Hasil analisis studi kasus disajikan dengan bentuk deskripsi menyeluruh terkait fenomena “*beauty privilege*.” Untuk menjawab pertanyaan riset di atas, data-data dikumpulkan melalui wawancara mendalam. Penulis memperoleh 10 orang responden yang merupakan siswa siswi SMA di Kota Bandung. Pelajar SMA dipilih sebagai subjek penelitian untuk

mengeksplorasi pengalaman dan pandangan mereka akan fenomena “*beauty privilege*” dalam kehidupan remaja sehari-hari serta dampaknya pada status sosial mereka. Selain itu, penelitian juga akan dikaji menggunakan tinjauan sosiologi dari teori stratifikasi sosial untuk mendapatkan pemahaman komprehensif akan pengaruh “*beauty privilege*” terhadap status sosial remaja di pergaulannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena “*Beauty Privilege*” di Kalangan Remaja

Memiliki penampilan ideal yang sesuai dengan standar kecantikan dapat dibayangkan merupakan impian bagi semua orang. Tidak lain tidak bukan alasan di balik ini adalah manfaat yang timbul dari memiliki penampilan ideal tersebut, yakni “*beauty privilege*” sebagaimana yang dijabarkan pada bagian sebelumnya. Adapun berdasarkan hasil wawancara penulis, para remaja pun tidak kebal terhadap fenomena diskriminasi ini. Seluruh responden menyatakan bahwa mereka sadar akan “*beauty privilege*” karena pernah melihat dan merasakannya dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun jawabannya bervariasi, dapat diambil benang merah bahwa mereka mengartikan “*beauty privilege*” sebagai hak istimewa atau keuntungan yang didapatkan seseorang hanya dari penampilannya yang memenuhi standar kecantikan. Sikap ini sebetulnya merupakan keadaan memprihatinkan untuk seseorang yang masih menduduki bangku SMA dan berada dalam masa pertumbuhannya. Masa remaja bersifat krusial bagi individu sebagai masa perkembangan fisik dan psikologis dari seorang anak-anak menuju kedewasaan. Segala perilaku yang terbentuk dalam masa ini, termasuk diantaranya adalah perilaku manajemen penampilan atau *appearance management behaviour*, dapat berlanjut hingga ia dewasa (Yoo & Yurchisin, 2017). Pemikiran bahwa fisik sebagai atribut utama kesuksesan yang didapat dari pengalamannya selama remaja akan membekas dan secara tidak sadar membentuk pula cita yang

melahirkan diskriminasi terhadap fisik kepada orang lain ke depannya.

Seluruh responden dalam menceritakan pengalamannya terhadap “*beauty privilege*” menyatakan bahwa sosial media berperan penting dalam pembentukan pola pikir ini. Sebagai sebuah *platform* yang membuka gerbang bagi remaja ke dunia lain di luar jangkauannya, sosial media menyajikan seluruh konten tersedia dari berbagai belahan bumi untuk dinikmati semudah menggerakkan jari. Remaja yang terekspos akan sosial media rawan untuk menyaring informasi dengan tidak memilahnya terlebih dahulu, mengakibatkan terserapnya konten-konten mulai dari yang baik hingga yang buruk, termasuk di antaranya yang terkait dengan persepsi “*beauty privilege*.” Terdapat responden yang berkata bahwa kultur *influencer* dalam sosial media memiliki impresi terhadap pandangannya akan “*beauty privilege*.” Dalam hal ini, keseluruhan responden mengaku memiliki sosial media, yang mana penggunaannya beragam mulai dari mencari informasi sampai sekedar mengunggah momen berharga. Meski begitu, penggunaan sosial media sekarang ini tidak dapat lepas dari kultur *influencer*.

Influencer culture atau kultur *influencer* merupakan seseorang yang berusaha untuk memanfaatkan pengikutnya di media sosial untuk mendorong konsumsi dan mempengaruhi perilaku atau sudut pandang populasi target mereka yang normalnya adalah remaja (Gerber, n.d.). Kebanyakan *influencer* memiliki penampilan yang menarik sebagai nilai jual kepada pengikutnya dan barang yang ia tawarkan. Dengan perkembangan teknologi dan sosial media, semakin banyak jumlah *influencer* dengan ciri khasnya masing-masing. Berdasarkan sebuah penelitian, kultur *influencer* dapat menumbuhkan rasa ketergantungan psikologis pada citra eksternal individu (Abidin, 2018). Pujian fana yang diperoleh mereka dari orang asing serta anggapan bahwa seseorang yang menarik dapat meraih keberhasilan di sosial media melahirkan pola pikir bahwa hanya fisik yang menawan merupakan anak tangga

dalam kesuksesan hidup. Hal ini sangat mempengaruhi remaja dalam tahun-tahunnya yang merupakan masa turbulensi dan eksperimen untuk mencari identitas pribadinya (Pfeifer & Berkman, 2018).

Tidak hanya di dunia maya, responden juga mengalami "*beauty privilege*" di kehidupan nyata, terutama di lingkungan sekolah sebagai tempat mereka paling banyak menghabiskan waktunya sehari-hari. Contohnya adalah perlakuan diskriminatif dalam pertemanan. Ada pula guru yang mendasarkan penilaian pribadi mereka akan hal profesional yang seharusnya bersifat sepenuhnya objektif. Sekolah yang seharusnya menjadi tempat aman dan rumah kedua bagi para remaja ini justru tidak lepas pula dari bentuk ketidakadilan epistemik berupa diskriminasi akan ketertarikan fisiknya. "*Beauty privilege*" telah menginfiltrasi kalangan remaja di berbagai aspek kehidupan yang sangat berdampak terhadap perkembangan fisik maupun psikologisnya di kemudian hari. Tak jarang remaja yang merasa dirinya tidak memenuhi standar kecantikan dan tidak mendapatkan "*beauty privilege*" ini lalu merasa *insecure* akan penampilannya, yang dapat mengakibatkan gangguan kepada citra dirinya sendiri.

Pengaruh Fisik dalam Prasangka dan Status Sosial Pergaulan Remaja

Di samping pengaruh yang telah dipaparkan di atas, "*beauty privilege*" bagi remaja juga memiliki dampak kepada status sosial di pergaulannya. Hal ini justru dianggap paling penting karena kelompok teman sebaya sejatinya membentuk konteks penting dalam perkembangan sosial remaja. Status sosial atau *social status* diartikan juga sebagai kedudukan seseorang dalam hubungannya dengan orang lain pada hierarki sosial. Status sosial merupakan hal yang kasat mata atau bukan merupakan suatu karakteristik fisik, tetapi pengaruhnya sangat besar terhadap "posisi" seorang individu di mata masyarakat. Status sosial pada orang dewasa umumnya didasarkan pada kemampuan finansial dan pekerjaannya (Demakakos dkk., 2008). Akan tetapi pada remaja, terdapat perbedaan dalam

indikatornya. Berdasarkan penelitian dari Meisinger dkk., karakteristik utama yang terkait dengan status sosial remaja antara lain adalah kemampuan atletik, prestasi akademik, dan yang paling penting adalah penampilan (2007). Dengan ini, daya tarik penampilan seseorang dapat menjadi tumpuan utama untuk mendaki hierarki sosial pada pergaulan remaja. Di sinilah kemudian "*beauty privilege*" dianggap sebagai suatu hal yang baik.

Sebagai seseorang yang dalam fase pencarian jati diri, status sosial pada remaja berperan penting untuk membangun posisi dirinya, baik kepada hierarki dalam pergaulannya maupun kepada dirinya sendiri berdasar pada harga dirinya yang ia tetapkan. "*Beauty privilege*" dalam ini mempermudah remaja untuk memperkenalkan dirinya dalam hierarki sosial pergaulan. Sebagaimana yang telah dijelaskan, daya tarik fisik individu dapat mempengaruhi penilaian orang lain, termasuk kepada kedudukannya dalam status sosial. Remaja cenderung berkumpul dengan individu yang serupa dengannya untuk membentuk *peer clique*, mulai dari kesamaan latar belakang, perilaku, hingga ciri fisik (Ennett, Bauman, dan Kock, 1996). Hal ini dilakukan karena mereka mencari kelompok yang senasib dan sepemikiran, entah filtrasi ini dilakukan secara sadar atau tidak. Remaja yang memiliki paras menarik kemudian akan dinilai lebih berharga karena penampilannya, di mana ia juga akan disambut dengan baik oleh pergaulan sekelilingnya yang serupa dengannya. Oleh karena itu, daya tarik fisik seseorang merupakan salah satu isyarat terhadap penilaian status sosial individu. *Peer clique* yang berisi remaja berpenampilan menarik memiliki kedudukan lebih tinggi dalam hierarki sosial, begitu pula kebalikannya (Rahal dkk., 2021). Imbas positifnya terhadap individual adalah naiknya kepercayaan diri di antara kelompok tersebut, sebagaimana yang dipaparkan juga oleh salah satu responden yang menyatakan bahwa "*beauty privilege*" dapat meningkatkan kepercayaan diri karena dukungan orang-orang di sekitarnya.

Adapun di lain sisi, terhadap remaja yang tidak memiliki “*beauty privilege*” ini juga terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa remaja yang dinilai kurang menarik dapat diperlakukan berbeda sehingga mereka mendapatkan status sosial yang lebih rendah. Sebagai contoh, orang yang dinilai lebih menarik cenderung juga dinilai lebih dapat dipercaya, yang memungkinkan mereka memiliki lebih banyak pengaruh sosial akan teman sebayanya atau *peer clique*-nya (Oosterhof & Todorov, 2008; Xu dkk., 2012). Remaja yang daya tarik fisiknya dianggap tidak menarik akan diperlakukan dengan buruk dan menjadi kurang mampu untuk memberikan pengaruh atas kelompok sosial mereka, di mana dalam interaksi kelompok ini maka berdasarkan hal di atas dapat menentukan posisi sosial seseorang dalam hierarki sosial yang bersangkutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Fenomena “*beauty privilege*” merupakan keadaan di mana individu yang dianggap memiliki daya tarik fisik yang tinggi dan memenuhi standar kecantikan masyarakat pada umumnya maka akan dinilai dan diperlakukan dengan lebih baik oleh orang-orang di sekitarnya. Fenomena ini merupakan bentuk ketidakadilan epistemik karena karakteristik fisik seseorang sejatinya adalah bawaan lahir yang tidak dapat diubah maupun dipilih sejak awal. “*Beauty privilege*” terjadi pada semua kalangan masyarakat, terutama para remaja berupa pelajar SMA yang sedang berada dalam masa perkembangan dan pencarian jati diri. Berdasarkan hasil penelitian, para remaja SMA ini merasa bahwa “*beauty privilege*” nyata adanya yang dibuktikan dengan pengalaman pribadi baik melalui sosial media maupun perlakuan nyata di kehidupannya sehari-hari. Sosial media berperan penting dalam persepsi remaja akan cita diri mereka melalui kultur *influencer* yang menyasar demografis remaja. Kemudian di dunia nyata, fenomena ini ditunjukkan dengan perbedaan tingkah laku orang sekitarnya, seperti teman sebaya dan guru di sekolah.

Diskriminasi ini kemudian dapat menimbulkan perasaan *insecure* dan berbagai masalah cita diri lainnya. Di samping mempengaruhi persepsi akan penampilannya, fenomena “*beauty privilege*” juga berdampak pada status sosial remaja. Remaja yang dianggap menarik dan memenuhi kriteria tertentu bagi pergaulannya akan dinilai layak untuk kemudian disambut ke dalam hierarki sosial yang tinggi. Dengan ini, “*beauty privilege*” pada dasarnya merupakan sebuah keuntungan—seperti namanya—yang seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik dan bijak oleh individu yang merasa memilikinya. Tidak sepatutnya orang bersikap semena-mena dan merasa dirinya lebih baik dari orang lain hanya karena standar kecantikan yang sifatnya pun subjektif sebagai hasil konstruksi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2018). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online (SocietyNow)* (Illustrated). Emerald Publishing.
- Adolescent health*. (2019, November 26). <https://www.who.int/health-topics/adolescent-health>
- Ayto, J. (1999). *Twentieth Century Words* (1st Edition). Oxford University Press.
- Berry, B. (2008). *The Power of Looks: Social Stratification of Physical Appearance*. Routledge.
- Berscheid, E., Dion, K., Walster, E., & Walster, G. (1971). Physical attractiveness and dating choice: A test of the matching hypothesis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7(2), 173–189. [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(71\)90065-5](https://doi.org/10.1016/0022-1031(71)90065-5)
- Budgeon, S. (2003). Identity as an Embodied Event. *Body & Society*, 9(1), 35–55.

- <https://doi.org/10.1177/1357034x030091003>
- Demakakos, P., Nazroo, J., Breeze, E., & Marmot, M. (2008). Socioeconomic status and health: The role of subjective social status. *Social Science & Medicine*, 67(2), 330–340.
<https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.03.038>
- Gerber, C. (n.d.). *Is 'influencer culture' affecting the way you feel?* The Forest Scout.
<https://theforestscout.com/39313/in-culture/is-influencer-culture-affecting-the-way-you-feel/>
- McAndrew, A. (2021). *A Computational Introduction to Digital Image Processing* (2nd ed.). Routledge.
- Meisinger, E., Blake, J., Lease, A., Palardy, G., & Olejnik, S. (2007). Variant and invariant predictors of perceived popularity across majority-Black and majority-White classrooms. *Journal of School Psychology*, 45(1), 21–44.
<https://doi.org/10.1016/j.jsp.2006.09.005>
- MIT Research - Brain Processing of Visual Information*. (1996, December 19). MIT News | Massachusetts Institute of Technology.
<https://news.mit.edu/1996/visualprocessing>
- Pfeifer, J. H., & Berkman, E. T. (2018). The Development of Self and Identity in Adolescence: Neural Evidence and Implications for a Value-Based Choice Perspective on Motivated Behavior. *Child Development Perspectives*, 12(3), 158–164.
<https://doi.org/10.1111/cdep.12279>
- Privilege. (2022). In *The Merriam-Webster.com Dictionary*.
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/privilege>
- Rahal, D., Fales, M. R., Haselton, M. G., Slavich, G. M., & Robles, T. F. (2021). Cues of Social Status: Associations Between Attractiveness, Dominance, and Status. *Evolutionary Psychology*, 19(4), 147470492110561.
<https://doi.org/10.1177/14747049211056160>
- Ravasio, M. (2022). Engineering Human Beauty. *Australasian Journal of Philosophy*, 1–14.
<https://doi.org/10.1080/00048402.2022.2048311>
- Spiegel, T. J. (2022). Lookism as Epistemic Injustice. *Social Epistemology*, 1–15.
<https://doi.org/10.1080/02691728.2022.2076629>
- Yoo, J. J., & Yurchisin, J. (2017). Adolescents' appearance-related behaviour and product use: the impact of sociocultural attitude towards appearance, gender, and body mass index on consumption. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 11(1), 86–94.
<https://doi.org/10.1080/17543266.2017.1306117>