

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

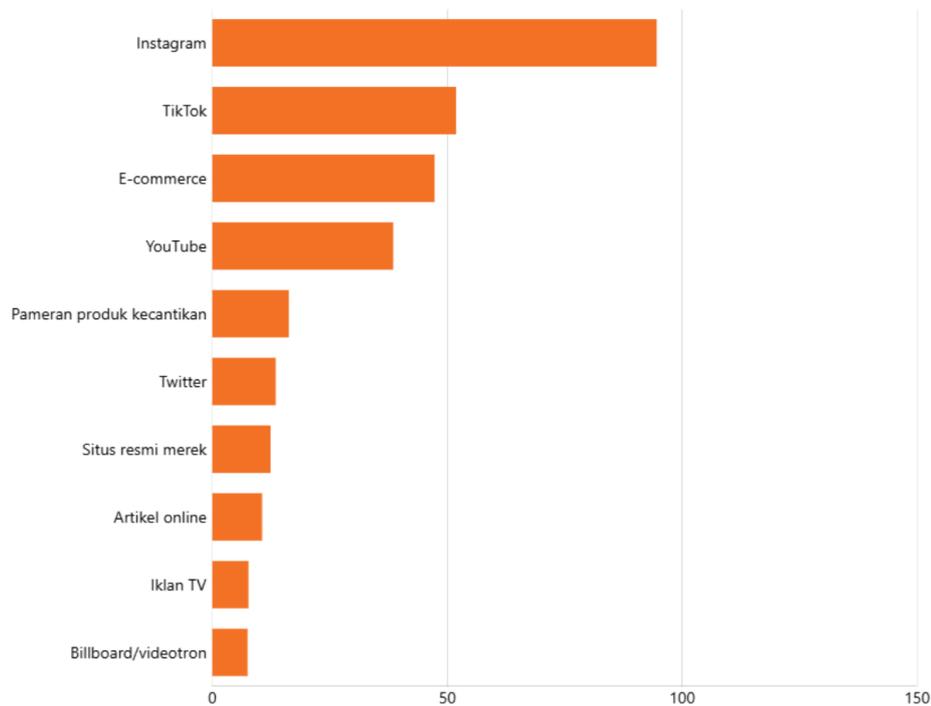
Semakin berkembangnya teknologi sangat mempengaruhi komunikasi dan cara pengumpulan informasi di masyarakat. Hal tersebut menyebabkan adanya transformasi atau perubahan di mana pertumbuhan teknologi internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Kemajuan teknologi internet kemudian menciptakan berbagai *platform* digital yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagi, berkomunikasi, serta mendapatkan informasi dengan lebih mudah. Salah satu bentuk media yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat saat ini adalah media sosial. Media sosial adalah salah satu bentuk media daring yang memberikan kebebasan bagi penggunaannya untuk berpartisipasi secara aktif dalam berbagi informasi, berinteraksi, dan menjelajahi berbagai situs *online*. Selain itu, media sosial juga memungkinkan interaksi sosial *online*. Media sosial menjadi salah satu *new media* yang dimanfaatkan masyarakat sebagai *platform* digital yang memungkinkan pengguna dalam melakukan berbagai kegiatan sosial seperti mencari informasi, hiburan, melakukan interaksi dan berkomunikasi melalui jaringan internet (Cahyono, 2016). Media sosial memberikan peluang untuk berbagi ide dengan orang lain, di mana penggunaannya dapat mengunggah dan mengomentari apa saja yang telah dibagikan oleh pengguna lain (Effendy, 2017). Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai *platform* yang menghubungkan perusahaan dengan audiens yang ingin dituju. Selain itu, proses penyebaran konten atau informasi dalam media sosial dapat berlangsung kapan pun dan di mana pun serta tidak terbatas untuk seluruh pengguna selama 24 jam setiap harinya. (Cahyono, 2016)

Pada kehidupan sehari-hari, media sosial dimanfaatkan oleh hampir seluruh kalangan di masyarakat, di mana salah satunya adalah *platform* media sosial Instagram. *Platform* aplikasi sosial Instagram memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah foto atau video, melakukan aktivitas berjejaring, serta menerapkan

filter digital (Feroza & Misnawati, 2020). Media sosial Instagram menjadi sangat menarik bagi masyarakat karena penggunaanya dapat dengan mudah mengakses informasi berupa foto atau video dari berbagai sumber di seluruh dunia. Instagram memberikan kemudahan dalam penggunaannya, sehingga menjadi media sosial yang disukai oleh masyarakat. Melalui Instagram, pengguna dapat menjalin hubungan interaksi dengan pengguna lainnya menggunakan fitur seperti *direct message*, *comment*, *post*, dan *like*. Tidak hanya menjadi sumber hiburan, media sosial juga dapat dimanfaatkan dalam menggali informasi dan menambah pengetahuan. Saat ini, sebagian besar aktivitas sosial telah beralih ke media sosial, sehingga sudah sangat jarang individu yang tidak memiliki akun media sosial. Pada era digital saat ini, Instagram menjadi *platform* yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai akun dalam menyebarkan konten, seperti akun *online shop*, hiburan, berita, informasi, edukasi dan lain-lain. Berdasarkan data dari We Are Social mengenai pengguna *platform* media sosial terbanyak di Indonesia pada tahun 2024, terdapat pengguna WhatsApp sebanyak 90,9%, lalu diikuti dengan pengguna Instagram sebanyak 85,3%, dan pengguna Facebook sebanyak 81,6% dari jumlah populasi. Survei ini menjadikan Instagram sebagai *platform* media sosial terbanyak pada peringkat ke-2 yang digunakan oleh pengguna internet di Indonesia. (Annur, 2024)

Berbagai macam akun di Instagram berisikan informasi dalam memenuhi kebutuhan yang dicari oleh masyarakat. Banyak media yang menggunakan Instagram sebagai sarana dalam menyebarkan informasi seperti adanya konten seputar dunia kecantikan. Akun-akun pada media sosial Instagram yang menyediakan konten informatif tersebut tentunya banyak disukai oleh pengguna Instagram karena dapat dijadikan sumber untuk mencari pengetahuan terbaru dan referensi. Hal ini memudahkan masyarakat khususnya para perempuan yang ingin mengetahui berbagai macam pandangan, tren, atau informasi mengenai kecantikan. Melalui ZAP Beauty Indeks 2023, survei oleh PT Zulu Alpha Papa (ZAP) dan MarkPlus Inc yang bisa dilihat pada Gambar 1.1 mengungkapkan bahwa Instagram menjadi media yang paling banyak digunakan oleh sebanyak 94,6% perempuan

Indonesia dalam mencari informasi terkait dengan konten kecantikan. (Annur, 2022)



Gambar 1.1 Grafik Media Paling Disukai untuk Mendapatkan Informasi Kecantikan
Sumber: databoks.katadata.co.id (2022)

Maraknya fenomena selebritas di bidang kecantikan atau *beauty influencer* yang berpengaruh di media sosial telah turut memajukan industri kecantikan. Perkembangan dunia kecantikan di Indonesia begitu meningkat karena gaya hidup perempuan telah semakin menyadari akan pentingnya mengenai perawatan dan edukasi. Biasanya, para perempuan tersebut akan mencari berbagai informasi seputar kecantikan melalui internet dan memanfaatkan situs-situs *online* sebagai referensi kecantikan (Zukhrufani & Zakiy, 2019). Konten-konten kecantikan di media sosial Instagram menjadi tayangan rutin yang tren di kalangan perempuan saat ini khususnya pengguna media sosial. Hal ini menimbulkan sebutan bagi perempuan yang tertarik pada dunia kecantikan yaitu *beauty enthusiast*. Dengan konten seputar kecantikan yang semakin marak di media sosial khususnya Instagram, membuat *beauty enthusiast* menjadi lebih aktif dan terinformasi. Selain

itu, tren kecantikan yang cepat berubah membuat *platform* media sosial Instagram menjadi pusat informasi dan inovasi dalam dunia kecantikan. (Ramadan, 2024)

Berbagai akun kecantikan yang ada di *platform* media sosial Instagram kerap dijadikan referensi oleh pengikutnya untuk memahami hal-hal mengenai kecantikan yang relevan pada era saat ini. Beberapa akun kecantikan di *platform* media sosial Instagram yang cukup populer di masyarakat yaitu seperti @beautyjournal, @cerita.cantik, @overheardbeauty, dan @femaledailynetwork. Akun-akun tersebut memiliki pendekatan unik yang berbeda-beda dalam menyampaikan konten kecantikan kepada pengikutnya. Akun Instagram @beautyjournal menyajikan konten kecantikan yang mengedepankan informasi edukatif mencakup *tips* kecantikan, *tutorial makeup*, hingga ulasan produk kecantikan. Pada Maret 2025, akun ini telah diikuti oleh 352.000 pengikut dengan jumlah unggahan sebanyak 10.452. Akun Instagram @beautyjournal lebih memfokuskan kontennya pada informasi ulasan produk yang kredibel dalam membantu pengikutnya untuk membuat keputusan pembelian. Konten kecantikan yang disampaikan dalam akun @beautyjournal dikemas dalam gaya yang profesional dan rapi, sehingga sesuai bagi audiens yang ingin mendapat pengetahuan mendalam dan profesional mengenai kecantikan.

Sementara itu, akun Instagram @cerita.cantik memiliki pendekatan yang lebih *personal* dan naratif dalam menyampaikan konten kecantikan. Konten kecantikan dalam akun Instagram @cerita.cantik seringkali berbentuk cerita atau *quotes* pengalaman nyata dari pengguna atau pembuat konten yang membagikan perjalanan mereka dalam dunia kecantikan. Akun ini menghadirkan konten yang lebih emosional, seperti transformasi diri melalui *makeup* atau kisah perjuangan melawan masalah kulit. Pada Maret 2025, akun ini telah diikuti oleh 445.000 pengikut dengan jumlah unggahan sebanyak 10.087.

Di sisi lain, akun Instagram @overheardbeauty memiliki pendekatan yang lebih ringan dan menghibur pada konten kecantikan yang dibagikan. Konten kecantikan dalam akun ini seringkali dikemas dalam bentuk kutipan lucu dan *meme* dengan sentuhan humor sehari-hari yang relevan dengan kehidupan kecantikan

perempuan. Pada Maret 2025, akun ini telah diikuti oleh 471.000 pengikut dengan jumlah unggahan sebanyak 2.330.

Berbeda dengan ketiga akun sebelumnya, akun Instagram @femaledailynetwork berfokus pada pemberdayaan komunitas kecantikan melalui edukasi perawatan kecantikan, ulasan produk yang jujur, serta diskusi mengenai tren kecantikan lokal dan global. Sebagai akun yang dapat memenuhi kebutuhan informasi, Instagram dari @femaledailynetwork cukup banyak diikuti karena kontennya *up-to-date* di setiap hari serta aktif dalam menyebarkan informasi. Akun Instagram @femaledailynetwork menyajikan seputar konten dan topik lainnya yang berkaitan erat dengan perempuan, seperti *review*, rekomendasi, *tutorial*, *tips & trick*, dan lainnya mengenai kecantikan serta permasalahan sehari-hari perempuan. Keunikan dari akun Instagram Female Daily ini dalam memberikan informasi kepada para pembacanya adalah dengan gaya tulisan serta konten menarik yang mudah dipahami oleh pengikutnya, karena pada *content creator* Female Daily memberikan informasi berdasarkan pengalaman pribadi sehingga lebih mudah untuk dapat berinteraksi dengan baik kepada pengikutnya. Selain itu, Female Daily juga memperhatikan kualitas konten tulisan dan visual seperti foto dan video dengan tujuan untuk lebih memperjelas informasi yang akan diberikan kepada para pembacanya.

Akun Instagram @femaledailynetwork sendiri hadir sebagai destinasi kecantikan bagi audiens untuk terhubung dan berinteraksi serta saling berbagi pengalaman dengan individu lainnya. Konten yang disajikan dalam akun Instagram @femaledailynetwork terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu, khususnya pada informasi yang disajikan, tema konten, cara penyampaian, dan lainnya. Beberapa contoh konten dari akun Instagram @femaledailynetwork seperti rekomendasi parfum untuk anak kuliah, bedah penampilan *makeup* akad nikah, serta konten tren *makeup* terbaru, cenderung disukai dan dianggap relevan dalam memenuhi kebutuhan informasi pengikutnya.

Informasi tentunya menjadi suatu kebutuhan mendasar bagi setiap individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari untuk memenuhi berbagai aspek dalam kehidupannya. Sehingga, diperlukan berbagai sumber informasi yang relevan dan

kredibel agar individu dapat memperoleh pengetahuan yang bermanfaat dalam menghadapi berbagai situasi atau permasalahan yang sedang dilalui. Kebutuhan informasi pada tiap individu terus berubah seiring dengan perkembangan zaman, di mana beberapa faktor ini dapat berasal baik dari kondisi pribadi individu, maupun dari lingkungan sosial sekitar. Seiring dengan pertumbuhan teknologi dan digitalisasi, media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat modern karena penyebarannya sangat cepat dan luas (Wardani et al., 2018). Media sosial khususnya Instagram telah menjadi salah satu media utama yang dipilih oleh masyarakat saat ini untuk mendapatkan konten informasi sehari-hari. Penyebaran informasi melalui media sosial Instagram menjadi peran yang penting dalam membentuk persepsi pengguna mengenai suatu konten. Hal ini berhubungan dengan konteks kecantikan, di mana konten yang disajikan di Instagram dapat mengonstruksi persepsi dan perilaku dari pengikut akun yang melihat konten tersebut. Konten kecantikan yang diunggah oleh akun-akun kecantikan tidak hanya memberikan informasi mengenai tren kecantikan terbaru, tetapi juga dapat mengonstruksi cara pandang pengikutnya terhadap kecantikan. (Atmi & Famiky, 2023)

Secara umum, perempuan lebih memperhatikan penampilan diri dan menganggap bahwa penampilan pada tubuhnya sebagai salah satu faktor penting dalam mendorong kebanggaan dan rasa percaya diri. Kecantikan menjadi sesuatu yang sangat berharga bagi perempuan sehingga berkaitan erat dengan bagaimana individu memandang dan merasakan penampilan dirinya sendiri. Penampilan diri seorang perempuan terus menerus digoda dengan berbagai konsep kecantikan yang dibagikan oleh berbagai media, sehingga perempuan terpersuasi untuk menyesuaikan penampilan dirinya demi mencapai suatu citra kecantikan (Hasrin & Sidik, 2023). Pada dasarnya, perempuan rela mengubah penampilan dirinya dan akan selalu berusaha menyesuaikan bentuk tubuhnya dengan pendapat masyarakat sosial agar dinilai cantik. Media sosial seperti Instagram telah memperluas definisi kecantikan dengan menghadirkan berbagai narasi visual dalam akun-akun kecantikan yang mengonstruksi cara individu memaknai dan membentuk penampilan dirinya. Narasi kecantikan yang dikonstruksi oleh akun-akun di media

sosial secara tidak langsung dapat membentuk ekspektasi dan persepsi individu mengenai standar kecantikan ideal, yang kemudian mengonstruksi bagaimana individu tersebut melihat dan menilai penampilan dirinya sendiri. (Amini, 2020)

Dalam penelitian ini, akun Instagram @femaledailynetwork dipilih sebagai fokus utama untuk mengeksplorasi bagaimana persepsi mengenai penampilan diri yang terbentuk di kalangan pengikutnya. Female Daily kini menjadi salah satu *platform* kecantikan di Indonesia yang berperan sebagai sumber terpercaya dalam memberikan informasi terkait kecantikan kepada masyarakat, khususnya bagi perempuan. Dengan jumlah pengikut yang tidak sedikit, informasi yang didapatkan dari konten kecantikan akun Instagram @femaledailynetwork berpotensi dalam membentuk preferensi atau tren kecantikan tersendiri di kalangan *beauty enthusiast*. Konten kecantikan yang dibagikan oleh akun Instagram @femaledailynetwork tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga lengkap didukung dengan penjelasan yang *detail* serta demonstrasi produk secara langsung, sehingga pengikut dapat lebih mudah memahami informasi yang dibagikan. Maka dari itu, penyampaian informasi yang interaktif dan mudah dipahami membuat para perempuan dapat dengan mudah mengedukasi diri mengenai kecantikan melalui akun Instagram @femaledailynetwork. Selain itu, akun Instagram @femaledailynetwork juga memberikan kemudahan fleksibilitas, sehingga pengikutnya dapat dengan mudah mengedukasi diri kapan saja dan di mana saja tanpa terikat oleh batasan waktu dan lokasi.

Dalam konteks penelitian ini, narasi kecantikan pada akun Instagram @femaledailynetwork merujuk pada bagaimana cara akun ini menyusun, memilih, dan membagikan cerita visual maupun tulisan dalam konten-kontennya mengenai kecantikan kepada para pengikutnya. Sebagai salah satu media massa berbasis digital yang fokus pada dunia seputar kecantikan, akun Instagram @femaledailynetwork tidak hanya menyajikan informasi seputar produk, melainkan secara aktif membangun narasi mengenai kecantikan yang bersifat inklusif dan edukatif. Narasi yang dibangun dalam akun ini mencakup kecantikan fisik eksternal melalui konten *makeup* dan perawatan diri, serta kecantikan internal yang berkaitan dengan gaya hidup sehat dan kepercayaan diri perempuan. Dalam

konten-kontennya, akun Instagram @femaledailynetwork menekankan pesan bahwa setiap perempuan berhak memilih penampilan diri sesuai dengan keinginan dan kenyamanan masing-masing. Narasi ini juga meliputi pesan yang disampaikan melalui *caption*, cerita, dan interaksi dengan pengikutnya. Akun ini mendorong pengikutnya untuk lebih mengenal diri sendiri, memahami kebutuhan masing-masing, serta membentuk penampilan diri yang sesuai dengan kenyamanan dan kepercayaan diri. Melalui konten yang dibagikan, konstruksi narasi kecantikan dilakukan dengan membagikan informasi yang relevan dan menarik dengan kehidupan perempuan. (Salma, 2023)

Pada saat ini di mana informasi dapat dengan sangat mudah diakses, pengikut dari suatu akun media sosial memiliki kemampuan kritis dalam menilai konten yang mereka konsumsi. Persepsi dari pengikut suatu akun media sosial dapat dibentuk oleh berbagai faktor, meliputi kepribadian, latar belakang, dan pengalaman pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun akun Instagram @femaledailynetwork dapat dengan mudah mengedukasi pengikutnya mengenai tren dan preferensi kecantikan, persepsi masing-masing pengikut tetap bersifat subjektif dan terpengaruh oleh faktor eksternal lainnya. Adanya akun-akun kecantikan yang memberikan konten terkait kecantikan di media sosial dapat mengonstruksi pandangan pengikut dari suatu akun, seperti pada akun media sosial Instagram Female Daily. Melalui konten yang disajikan, akun-akun ini dapat mengonstruksi preferensi, standar, serta tren kecantikan mengenai penampilan diri yang berkembang di masyarakat. Oleh karena itu, peneliti berusaha mengangkat permasalahan tersebut untuk mengeksplorasi dan memahami bagaimana persepsi pengikut akun @femaledailynetwork mengenai penampilan diri dalam narasi kecantikan pada konten yang dikonsumsi. Dengan memahami perspektif pengikut mengenai konten kecantikan pada akun Instagram @femaledailynetwork, dapat membantu Female Daily dalam mengembangkan konten yang lebih relevan dan bermanfaat bagi para pengikutnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi khalayak, dalam hal ini merupakan pengikut akun media sosial Instagram @femaledailynetwork, memandang kecantikan berdasarkan konten yang

telah mereka konsumsi pada akun tersebut. Persepsi sendiri merupakan studi yang berfokus pada bagaimana individu memandang dan memahami sesuatu serta mengungkapkannya berdasarkan hasil pemikiran pribadi. Hal ini menjelaskan gagasan bahwa kemampuan seorang individu dalam berpikir dalam memahami rangsangan berasal dari luar, dan kemudian daya interpretasi ini diproses menggunakan otak sebagai respon terhadap rangsangan tersebut. Persepsi identik dengan penyandian balik atau *decoding* menurut Mulyana (2021), karena dalam proses komunikasi apabila suatu persepsi tidak akurat maka komunikasi yang dilakukan tersebut tidak efektif.

Studi penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pengumpulan data melalui teknik wawancara. Penggunaan metode wawancara dilaksanakan karena peneliti perlu mengetahui persepsi informan secara mendalam (*in-depth*). Hal ini dikarenakan setiap informan tentunya memiliki pendapat atau persepsi yang berbeda-beda, sehingga peneliti perlu untuk menggali data secara lebih mendalam melalui wawancara agar dapat mengetahui persepsi informan mengenai kecantikan berdasarkan konten yang telah dikonsumsi pada akun Instagram @femaledailynetwork.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terlihat bahwa media sosial telah menjadi *platform* utama bagi audiens untuk mengakses informasi, khususnya dalam bidang kecantikan. Instagram sebagai salah satu media sosial menjadi ruang bagi berbagai akun untuk menyebarkan konten kecantikan. Salah satu akun Instagram yang populer dalam mengunggah konten seputar kecantikan adalah akun @femaledailynetwork milik media *online* Female Daily. Akun Instagram @femaledailynetwork menyajikan seputar konten dan topik lainnya yang berkaitan erat dengan perempuan, seperti *review*, rekomendasi, *tutorial*, *tips & trick*, dan lainnya mengenai kecantikan serta permasalahan sehari-hari perempuan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin melihat bagaimana persepsi mengenai penampilan diri yang dimiliki oleh pengikut akun Instagram @femaledailynetwork berdasarkan konten kecantikan yang dikonsumsi dalam akun media sosial tersebut.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini menetapkan pertanyaan yang berdasar dari rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, yaitu: Bagaimana persepsi pengikut mengenai penampilan diri berdasarkan konten kecantikan yang dikonsumsi dalam akun Instagram @femaledailynetwork?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini ingin mencapai tujuan dalam mengetahui dan melihat persepsi pengikut mengenai penampilan diri berdasarkan konten kecantikan dalam akun Instagram @femaledailynetwork.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Peneliti berharap bahwa penelitian dengan judul “Persepsi *Followers* mengenai Penampilan Diri dalam Narasi Kecantikan yang Dikonstruksi oleh Akun Instagram @femaledailynetwork” ini dapat menjadi sumber bacaan yang digunakan untuk menambah pengetahuan khususnya pada bidang Ilmu Komunikasi. Peneliti juga berharap dengan penelitian ini, akan semakin banyak juga studi mengenai persepsi konten kecantikan di media sosial yang berkembang dan penelitian ini dapat menjadi referensi dan acuan bagi peneliti lainnya di masa depan yang ingin membahas topik serupa.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini bermanfaat bagi media kecantikan dalam memproduksi konten seputar kecantikan di media sosial. Khususnya bagi media massa, penelitian ini diharapkan dapat menjadi kritik, saran, serta data evaluasi dalam memproduksi atau membuat konten agar bisa menyebarkan informasi seputar kecantikan yang semakin berkualitas.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada seluruh pihak mengenai persepsi khalayak terhadap konten kecantikan di media sosial, sehingga dapat menjadi masukan bagi masyarakat atau organisasi. Selain itu, diharapkan pembaca dapat memahami persepsi pengikut akun Instagram @femaledailynetwork mengenai penampilan diri berdasarkan konten kecantikan yang diunggah oleh Female Daily.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan dikarenakan hanya meneliti satu media yang memproduksi konten kecantikan di media sosial Instagram dari banyaknya media di Indonesia yang memproduksi konten kecantikan, yaitu hanya fokus pada media Female Daily. Selain itu, dalam penelitian ini hanya membahas mengenai persepsi pengikut dari konten akun Instagram @femaledailynetwork saja, dan media sosial lainnya tidak dibahas dalam penelitian ini. Sehingga penelitian ini hanya dapat digunakan pada akun Instagram Female Daily. Penelitian ini juga memiliki batasan pengambilan data karena informan yang dipilih masih terbatas dari sisi demografis, yaitu hanya pengikut aktif akun Instagram @femaledailynetwork yang berasal dari kalangan perempuan di wilayah perkotaan dengan akses internet dan media sosial yang tinggi. Hal ini menyebabkan penelitian ini terbatas dalam mengeksplorasi persepsi yang lebih luas dari perempuan Indonesia dengan latar belakang dan tingkat akses media sosial yang berbeda-beda, khususnya perempuan yang tinggal di daerah dengan paparan konten media sosial yang rendah.