

**REPRESENTASI STANDAR KECANTIKAN *BEAUTY INFLUENCER*
ACNE FIGHTER MELALUI PRAKTIK *BODY POSITIVITY*
(Analisis Isi Kualitatif pada Konten Instagram @ratughania)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

SILIS

2110862017



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2026

**REPRESENTASI STANDAR KECANTIKAN *BEAUTY INFLUENCER*
ACNE FIGHTER MELALUI PRAKTIK BODY POSITIVITY
(Analisis Isi Kualitatif pada Konten Instagram @ratughania)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata
Satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Oleh:

SILIS

2110862017

Dosen Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos., M.A

Annisa Anindya, S.I.Kom., M.Si



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG**

2026

ABSTRACT

STANDARD REPRESENTATIONS OF BEAUTY AMONG ACNE FIGHTER BEAUTY INFLUENCER THROUGH BODY POSITIVITY PRACTICES (Qualitative Content Analysis of @ratughania's Instagram Content)

By:

Silis

2110862017

Supervisors:

Yayuk Lestari, S.Sos., M.A

Annisa Anindya, S.I.Kom., M.Si

The construction of beauty promoted by the media has established beauty standards that women have come to embrace. The perception that being beautiful requires fair and flawless skin is deeply ingrained in the definition of beauty. However, the emergence of beauty influencers who present themselves differently and have entered the beauty industry has generated a counter-narrative to the dominant beauty standards. This study aims to identify how beauty standards are represented through the practice of body positivity as presented by Ratu Ghania in her Instagram posts on @ratughania. This study employs qualitative content analysis and Stuart Hall's theory of representation. The findings reveal that beauty messages on the @ratughania account are constructed through three primary categories: visual, verbal narrative, and emotional expression. Consequently, beauty emerges as a negotiated meaning rather than a fixed standard. Beauty is constructed through body positivity practices evident in visual indicators, such as the courage to authentically showcase acne-prone skin. In the narrative indicators, beauty is redefined as something subjective, and in the emotional indicators, beauty is represented as a resilient experience through an individual's ability to accept oneself and manage social stigma. These three aspects demonstrate that beauty is constructed through body positivity practices that are not only personal but also serve as a form of resistance against dominant beauty standards.

Keywords: Beauty Standards, Body positivity, Beauty Influencers, Representation

ABSTRAK

REPRESENTASI STANDAR KECANTIKAN *BEAUTY INFLUENCER* *ACNE FIGHTER* MELALUI PRAKTIK *BODY POSITIVITY* (Analisis Isi Kualitatif pada Konten Instagram @ratughania)

Oleh:

SILIS
2110862017

Dosen Pembimbing:

Yayuk Lestari, S.Sos., M.A
Annisa Anindya, S.I.Kom., M.Si

Konstruksi kecantikan yang dibangun oleh media memunculkan standar-standar kecantikan yang dianut oleh para perempuan. Persepsi bahwa menjadi cantik harus memiliki kulit yang putih dan mulus melekat dalam definisi kecantikan. Namun, ketika muncul *beauty influencer* yang menghadirkan presentasi diri berbeda dan hadir di industri kecantikan justru memproduksi wacana tandingan terhadap standar kecantikan dominan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana representasi standar kecantikan lewat praktik *body positivity* yang dibawa oleh Ratu Ghania dalam unggahan konten Instagramnya @ratughania. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif dan teori representasi Stuart Hall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan kecantikan pada akun @ratughania dibangun melalui tiga kategori utama yaitu visual, narasi verbal, dan ekspresi emosional, sehingga kecantikan muncul sebagai makna yang dinegosiasikan, bukan sebagai standar tetap. Kecantikan dikonstruksi melalui praktik *body positivity* yang tampak pada indikator visual melalui keberanian menampilkan kondisi kulit berjerawat secara autentik. Pada indikator narasi, kecantikan didefinisikan ulang sebagai sesuatu yang subjektif dan indikator emosi, kecantikan direpresentasikan sebagai pengalaman yang resilien melalui kemampuan individu dalam menerima diri dan mengelola stigma sosial. Ketiga aspek tersebut menunjukkan bahwa kecantikan dikonstruksi melalui praktik *body positivity* yang tidak hanya bersifat personal, tetapi juga sebagai bentuk resistensi terhadap standar kecantikan dominan.

Kata Kunci: Standar Kecantikan, *Body Positivity*, *Beauty Influencer*, Representasi