

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Cantika Lulu adalah seorang *beauty content creator* Indonesia yang aktif membagikan konten melalui akun Instagram @cantikalulu. Sebagai kreator kecantikan berkulit gelap, ia membangun kontennya melalui tutorial *makeup*, perawatan diri, serta cerita keseharian yang merefleksikan pengalaman pribadi. Melalui kontennya, Cantika Lulu menghadirkan representasi yang berbeda dengan menampilkan warna kulitnya secara percaya diri di tengah dominasi standar kecantikan yang mengutamakan kulit cerah sebagai ideal. Konsistensi dalam menghadirkan konten dengan ciri khas tersebut menjadikan Cantika Lulu dikenal sebagai salah satu kreator kecantikan yang memiliki identitas kuat dan mudah dikenali di antara figur-figur *beauty creator* lainnya.

Instagram menjadi media utama bagi Cantika Lulu dalam memproduksi dan mendistribusikan konten kecantikannya. Survei Zap *Beauty Index* (2024) menunjukkan bahwa 76,4% perempuan menggunakan Instagram untuk mengetahui produk kecantikan. Fitur visual seperti *feed*, *reels*, dan *stories* mendukung Cantika Lulu untuk membangun cerita tentang kecantikan kulit gelap secara lebih mendalam. Ia menampilkan potret dirinya dalam berbagai situasi, membagikan pengalaman pribadi, serta menuliskan refleksi melalui kalimat dan *caption* yang mengangkat isu penerimaan diri dan standar kecantikan.

Gaya komunikasi Cantika Lulu di Instagram dikenal spontan, ekspresif, dan penuh percaya diri. (Lulu, 2025) melalui salah satu unggahan seperti “*gapapa kulit hitam yang penting maniseee*” menegaskan bahwa kecantikan tidak harus

mengikuti standar kulit putih, tetapi berangkat dari penerimaan dan keyakinan terhadap diri sendiri. Konten yang diproduksi tidak hanya berfokus pada ulasan produk atau tampilan visual semata, melainkan juga menghadirkan cerita personal tentang pengalamannya sebagai perempuan berkulit gelap. Ia membagikan foto dan video dengan menonjolkan warna kulit alaminya secara terbuka, disertai tulisan yang menceritakan proses menerima diri serta menghadapi komentar negatif. Melalui format video singkat dan unggahan visual yang emosional dan mudah dipahami, ia membangun narasi bahwa kecantikan merupakan identitas yang beragam dan layak dihargai.

(Lulu, 2024) melalui unggahan awalnya mulai menampilkan perlawanan warna kulit gelapnya secara terbuka, banyak muncul komentar meragukan seperti *“kalo udah hitam, hitam aja”*. Lalu disertai dengan unggahan (Lulu, 2024) mengenai penerimaan diri terhadap kulit gelap, munculnya salah satu komentar *‘maaf kak, aku sampe skrg masih terobesesi punya kulit putih’*. Respons tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat masih memegang standar kecantikan yang identik dengan kulit cerah seperti dalam data ZAP Beauty Index (2023), melalui survei kecantikan yang melibatkan 9.000 responden perempuan yang berusia 15 – 65 tahun, hasilnya adalah sebanyak 51,9% responden memilih kondisi fisik di mana memiliki kulit cerah adalah menjadi tumpuhan utama dalam kecantikan. Sehingga, akun @cantikalulu bertahan menyuarakan pandangan bahwa kecantikan tidak ditentukan oleh warna kulit. Melalui perpaduan antara tampilan visual dan narasi yang menarik, ia merepresentasikan kecantikan sebagai bentuk penerimaan diri dan kebanggaan atas identitasnya di Instagram.

Fenomena ini terlihat pada akun Instagram @cantikalulu, khususnya pada konten kolaborasi dengan @shella_cheltus dan @juliarimba. Pada kolom komentar konten tersebut, ditemukan respons pengikut seperti "*makasih kak, karena kamu aku mulai percaya diri sama warna kulitku*" (Reels @cantikalulu, 25 November 2025) dan "*sekarang aku percaya, cantik itu yang penting bersih*" (Feeds @cantikalulu, 12 November 2025).

Kedua komentar tersebut menunjukkan adanya keterlibatan aktif audiens terhadap konten yang diunggah, di mana pengikut tidak hanya menonton atau menyukai konten, tetapi juga memberikan tanggapan yang menyinggung langsung isu warna kulit dan standar kecantikan. Fenomena semacam ini memperlihatkan bahwa konten yang dibawakan oleh akun @cantikalulu mendapat perhatian dan respons yang cukup beragam dari audiensnya, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut bagaimana representasi kecantikan dikonstruksi dalam konten-konten tersebut.

Standar kecantikan pada dasarnya merupakan hasil konstruksi sosial yang bersifat dinamis dan berubah mengikuti konteks budaya, sejarah, ekonomi, serta perkembangan media. Khususnya di kawasan Asia sendiri, standar kecantikan berkembang berdasarkan nilai sosial, tradisi, dan kepercayaan masing-masing negara. Pada masa Dinasti Han di China, perempuan dianggap cantik jika memiliki kaki teratai yang kecil (He, 2024). Korea Selatan dikenal dengan standar kecantikan yang sangat ketat, seperti kulit putih pucat, tubuh ramping, wajah kecil, serta mata besar, yang memicu tingginya praktik perawatan dan operasi plastik (Holliday & Elfving-Hwang, 2023). Standar kecantikan dari beberapa negara Asia tersebut

mencerminkan kuatnya pengaruh budaya dan tekanan sosial terhadap penampilan perempuan.

Masyarakat Indonesia memiliki ciri khas standar kecantikan alami berupa kulit sawo matang cenderung gelap disertai rambut hitam tebal, namun standar ini bergeser karena banyak perempuan meniru ideal kecantikan dari negara lain dan mengabaikan keunikan fisik mereka (Wirasari, 2016). Paparan media yang terus menampilkan perempuan berkulit putih membuat citra tersebut diterima sebagai bentuk kecantikan ideal, sehingga perempuan yang tidak sesuai standar merasa tertekan dan berusaha menyesuaikan diri.

Media berperan dalam membentuk dan menyebarluaskan konstruksi mengenai kecantikan yang kemudian diinternalisasi oleh banyak perempuan. Salah satu konstruksi yang berkembang adalah anggapan bahwa kecantikan identik dengan kulit putih, sehingga standar tersebut menjadi bagian dari definisi cantik yang diyakini secara luas (Fardouly et al., 2020). Konstruksi ini semakin diperkuat melalui kehadiran *beauty content creator* yang kerap menampilkan diri sesuai dengan standar kecantikan dominan.

Beauty content creator merupakan individu yang memiliki kompetensi di bidang kecantikan dan secara konsisten membagikan pengetahuan maupun pengalaman terkait perawatan kulit serta produk kecantikan, termasuk melalui tutorial dan ulasan penggunaan produk (De Veirman et al., 2021). Namun, ketika terdapat *beauty content creator* yang menampilkan karakteristik berbeda dari standar yang umum, seperti berkulit gelap, kehadirannya menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji. Representasi tersebut menghadirkan konten yang berbeda

dari konstruksi kecantikan yang selama ini ditampilkan sebagai ideal (Childs, 2022).

Kehadiran *beauty content creator* dengan karakteristik beragam seperti kulit sawo matang, wajah berjerawat hingga rambut keriting menandakan adanya pergeseran standar kecantikan di media sosial menuju representasi yang lebih inklusif (Amanda & Handayani, 2025). Sebagai figur dengan jumlah pengikut yang besar di Instagram, *beauty content creator* menampilkan representasi visual dan narasi kecantikan dalam konten yang mereka unggah di media sosial.

Data Zap *Beauty Index* (2019) ini juga menunjukkan bahwa 42,2% perempuan Indonesia menjadikan *beauty influencer* sebagai panutan dalam dunia kecantikan. Berdasarkan data tersebut, kehadiran Cantika Lulu sebagai *beauty content creator* berkulit gelap dapat dilihat sebagai bentuk representasi kecantikan yang menarik untuk dianalisis lebih lanjut melalui konten-konten yang ia produksi. Konsistensi produksi konten, gaya penyampaian yang dekat, serta pesan yang menegaskan nilai kulit gelap dan pentingnya perawatan diri.

Melalui tampilan visualnya termasuk saat memperlihatkan warna kulit asli tanpa *filter*, Cantika Lulu merepresentasikan bahwa kecantikan tidak harus disyaratkan pada kulit putih. Representasi kecantikan yang dibangun Cantika Lulu melalui konten Instagram-nya menampilkan keberagaman kondisi fisik sebagai bagian dari kecantikan sehingga konten tersebut menjadi objek yang relevan untuk dianalisis dalam penelitian ini.

Dalam kajian media dan budaya, representasi dipahami sebagai proses bagaimana suatu realitas ditampilkan melalui simbol, bahasa, dan visual di media (Suparno et al., 2016). Industri kecantikan dan media arus utama selama ini

menampilkan konten kecantikan melalui citra tertentu, seperti kulit putih dan cerah, yang dianggap lebih ideal dan ditampilkan secara berulang hingga menjadi standar visual "cantik" yang dominan. Dominasi representasi ini membuat karakteristik di luar standar tersebut, termasuk kulit gelap, sering kali kurang ditampilkan atau kurang mendapat ruang dalam konten media sosial (Winurrahman, 2024).

Representasi dalam media tidak bersifat tunggal dan tetap. Media sosial membuka ruang bagi hadirnya konten-konten representasi alternatif yang memperluas standar kecantikan di luar citra dominan yang selama ini ditampilkan (Alamsyah, 2020). Dalam konteks ini, praktik Cantika Lulu sebagai *beauty content creator* berkulit gelap dapat dipahami sebagai bentuk representasi kecantikan yang menghadirkan visual dan narasi berbeda dari standar arus utama. Melalui konten yang konsisten di Instagram, ia menampilkan kulit gelap sebagai bagian dari identitas yang bernilai dan layak dirayakan.

Hapsari dan Sukardani (2018) dalam penelitiannya yang berjudul "Representasi Konsep Kecantikan Perempuan di Era *Millennials* melalui *Beauty influencer* pada Media Sosial Instagram" menjelaskan bagaimana *Beauty influencer* menampilkan konsep kecantikan perempuan melalui konten yang diunggah di media sosial. Penelitian ini membahas bagaimana visual, gaya penampilan, serta narasi yang disampaikan dalam unggahan influencer membentuk gambaran tertentu mengenai kecantikan perempuan di era digital. Selanjutnya, Susilowati dan Wijayanti (2023) dalam penelitiannya yang berjudul "Representasi Kecantikan Perempuan Indonesia dalam Media Sosial Instagram @Projectpuanid" menganalisis bagaimana kecantikan perempuan direpresentasikan melalui berbagai konten yang diunggah oleh akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan akun

tersebut menampilkan konsep kecantikan yang lebih beragam dengan menonjolkan keberagaman perempuan Indonesia, baik dari segi warna kulit, bentuk tubuh, maupun latar belakang sosial.

Kedua penelitian tersebut sama-sama membahas bagaimana kecantikan direpresentasikan melalui konten di media sosial Instagram. Namun, penelitian tersebut masih berfokus pada representasi kecantikan yang ditampilkan oleh *Beauty influencer* atau akun tertentu dengan menelaah beberapa konten yang dianggap mewakili fenomena tersebut. Selain itu, penelitian sebelumnya belum mengkaji secara lebih mendalam bagaimana representasi kecantikan alternatif dibangun secara konsisten melalui keseluruhan konten seorang *beauty content creator*.

Akun Instagram Cantika Lulu dikenal karena merepresentasikan kecantikan melalui identitasnya sebagai *beauty content creator* berkulit gelap, yang menghadirkan alternatif dari standar kecantikan dominan di media sosial. Melalui konten-konten yang dibagikannya, ia menunjukkan bahwa *beauty content creator* tidak harus memenuhi kriteria kulit putih untuk dianggap ideal. Banyaknya tanggapan dan reaksi terhadap unggahannya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, menjadi sarana yang efektif dengan jangkauan luas dalam menyebarkan representasi kecantikan yang lebih beragam.

Representasi kecantikan yang ia tampilkan sebagai *beauty content creator* berkulit gelap menjadi hasil proses aktif dalam membangun wacana alternatif terhadap standar dominan yang mengutamakan kulit putih. Konten yang ia hadirkan menjadi ruang negosiasi makna, di mana kecantikan direpresentasikan secara lebih inklusif dan beragam. Fenomena ini penting untuk diteliti karena memperlihatkan bagaimana sosok yang tidak sesuai dengan citra perempuan cantik versi arus utama

justru dihadirkan sebagai subjek utama dalam konten *beauty* melalui berbagai strategi visual dan naratif tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk representasi kecantikan yang dibangun oleh Cantika Lulu melalui unggahan akun Instagramnya, dengan menelaah elemen-elemen konten seperti visual, teknik pengambilan gambar, serta narasi *caption* yang digunakan untuk menghadirkan standar kecantikan alternatif. Penelitian menggunakan metode analisis isi kualitatif untuk mengidentifikasi dan menggambarkan tema-tema utama dalam konten yang diproduksi, khususnya dalam merepresentasikan kecantikan melalui identitasnya sebagai *beauty content creator* berkulit gelap. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori representasi dari Stuart Hall (1997), yang memandang bahwa representasi dibentuk secara sosial melalui praktik yang melibatkan bahasa, simbol, dan tanda di media.

Oleh sebab itu, peneliti melihat bentuk representasi kecantikan yang dibangun melalui tanda-tanda yang muncul dalam unggahan konten Instagram Cantika Lulu. Tanda-tanda tersebut hadir dalam bentuk narasi verbal, video, gestur tubuh, ekspresi wajah, serta gaya penyampaian yang merepresentasikan identitasnya sebagai *beauty content creator* berkulit gelap. Hal ini sejalan dengan konsep representasi yang memandang bahwa makna dibentuk dan disampaikan melalui berbagai tanda, baik berupa tulisan, visual, ekspresi, gerak tubuh, maupun simbol lain yang digunakan dalam praktik komunikasi di media sosial. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti mengangkat judul: **Analisis Representasi *Beauty content creator* @cantikalulu melalui Media Sosial Instagram.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu “Bagaimana bentuk representasi *beauty content creator* @cantikalulu melalui media sosial Instagram”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk menganalisis bentuk representasi kecantikan yang dibangun oleh Cantika Lulu melalui konten Instagram @cantikalulu.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah disebutkan, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi bagi pihak-pihak terkait. Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Akademis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan baru di bidang komunikasi, terutama pada bidang komunikasi media, dengan menempatkan teori representasi sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana kecantikan dikonstruksi di ruang digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pembahasan akademik tentang representasi kecantikan di media sosial serta menjadi pijakan bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji praktik komunikasi visual, pembentukan identitas, dan proses produksi makna dalam konteks budaya digital yang terus berkembang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berperan sebagai rujukan bagi *beauty content creator* maupun praktisi media sosial. Untuk mengetahui pengaruh pesan visual terhadap standar kecantikan serta mendorong penyajian narasi yang lebih beragam dan autentik. Bagi kalangan mahasiswa dan akademisi komunikasi, penelitian ini dapat menjadi contoh penerapan analisis isi dalam membahas representasi serta pembentukan makna di media sosial.

