



KONSTRUKSI KECANTIKAN REMAJA PADA AKUN *INSTAGRAM*

@pigeon_teens_indonesia

SKRIPSI

(Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana dalam Bidang Ilmu Komunikasi)

Oleh :

Elfira Maulydia

41182037170061

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI, SASTRA DAN BAHASA

UNIVERSITAS ISLAM "45"

BEKASI

2024 M/1444 H

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Konstruksi Kecantikan Pada Akun *Instagram*
@pigeon_teens_indonesia
Nama : Elfira Maulydia
NPM : 41182037170061
Konsentrasi : *Public Relations*
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa

Telah memenuhi syarat dan mendapat persetujuan dosen pembimbing untuk mengikuti ujian sidang skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi, Sastra dan Bahasa, Universitas Islam "45" Bekasi.

Bekasi, 19 Juni 2024

Mengetahui,
**KETUA PROGRAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI**



(Winda Primasari, M.Si)
NRP: 45.1.01.02.2012.016

Menyetujui,
DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI



(Saepudin, S.S., M.Soc, Sc.)
NRP: 45.1.01.11.2011.031

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


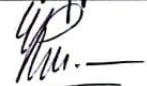

Skripsi yang berjudul *Konstruksi Kecantikan Remaja Pada Akun Instagram @pigeon_teens_indonesia* ini dipertahankan di hadapan dewan sidang penguji skripsi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 27 Juni 2024
Waktu : 11:00 – 12:00

Oleh

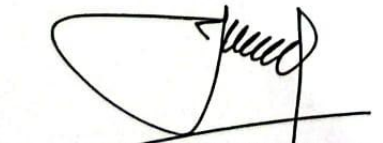
Nama : Elfira Maulydia
NPM : 41182037170061
Program Studi : Ilmu Komunikasi

DEWAN PENGUJI

Dewan Penguji	Nama	Tanda Tangan
Ketua Sidang	Siti Khadijah, M.Si.	
Penguji I	Kartini Rosmalah DK, M.I.Kom	
Penguji II	Saepudin, S.S., M.Soc.Sc	

Bekasi, 29 Juli 2024

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Komunikasi,
Sastra dan Bahasa


(Dr. Nurvadi, M.Hum)
NRP: 45.1.01.04.2010.012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu
Komunikasi


(Winda Primasari, M.Si)
NRP: 45.1.01.02.2012.016

iii

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulisan saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Bekasi, 19 Juni 2024



Elfira Maulydia

41182037170061

ABSTRAK

Universitas Islam 45 Bekasi
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa
Tahun 2024

Elfira Maulydia / 41162037170061

“Konstruksi Kecantikan Remaja dalam Akun *Instagram* @pigeon_teens_indonesia

Di bawah bimbingan Bapak Saepudin, S.S., M.Soc.Sc.

Standar kecantikan perempuan di Indonesia cenderung didasarkan pada kulit putih yang merona, bertubuh tinggi dan langsing, dan rambut hitam yang lurus. Persepsi terhadap standar kecantikan ini membuat remaja perempuan kehilangan kemampuan untuk membangun identitas mereka sendiri, hingga tanpa disadari, mereka hidup dalam standar yang dibuat oleh sistem kapitalis. Instagram berpengaruh atas terbentuknya konstruksi standar kecantikan perempuan di media sosial yang dilakukan oleh *influencer*, *role model public figure*, termasuk industri kecantikan. Pigeon Teens merupakan salah satu brand kecantikan yang aktif memberikan informasi dan edukasi mengenai kecantikan remaja melalui akun Instagram resminya @pigeon_teens_indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses konstruksi kecantikan remaja di Indonesia dalam akun Instagram @pigeon_teens_indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori konstruksi sosial atas realitas yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckman yang berfokus pada konsep eksternalisasi, objektivikasi, dan internalisasi. Informan dalam penelitian ini adalah Digital Marketing Pigeon Teens dan 3 *followers* akun Instagram @pigeon_teens_indonesia yang berusia remaja. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, konstruksi kecantikan remaja dalam akun Instagram @pigeon-teens_indonesia terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi. Untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik bahasan serupa disarankan agar mencari referensi bahasan maupun penelitian lebih mendalam dan lebih spesifik terutama mengenai konstruksi kecantikan remaja di media sosial

Kata Kunci : Kecantikan Remaja, Konstruksi sosial, Instagram.

ABSTRACT

Islamic University 45 Bekasi

Communication Studies Program

Faculty of Communication, Literature, and Languages

Years 2024

Elfira Maulydia / 41162037170061

Construction of teenage beauty in the Instagram account @pigeon_teens_indonesia

Under the guidance of Mr. Saepudin, SS., M.Soc, Sc.

Women's beauty standards in Indonesia tend to be based on fair skin, tall and slim bodies, and straight black hair. This perception of beauty standards makes young girls lose the ability to build their own identity, so that without realizing it, they live within the standards created by the capitalist system. Teenagers are the ones who use social media the most, especially Instagram. Instagram has an influence on the construction of women's beauty standards on social media carried out by influencers, role models, public figures, including the beauty industry. Pigeon Teens is a beauty brand that actively provides information and education about teenage beauty through its official Instagram account @pigeon_teens_indonesia. The aim of this research is to find out the process of constructing beauty for teenagers in Indonesia on the Instagram account @pigeon_teens_indonesia. This research uses a descriptive qualitative approach. The theory used is the theory of social construction of reality put forward by Peter L. Berger and Thomas Luckman which focuses on the concepts of externalization, objectification and internalization. The informants in this research were Digital Marketing Pigeon Teens and 3 teenage followers of the Instagram account @pigeon_teens_indonesia. The results of this research show that the construction of teenage beauty in the Instagram account @pigeon-teens_indonesia is formed through a process of externalization, objectification and internalization. For future researchers who will conduct research on similar topics, it is recommended to look for references for deeper and more specific discussions and research, especially regarding the construction of teenage beauty on social media.

Keywords: Teenage Beauty, Social construction, Instagram

KATA PENGANTAR

Puji syukur hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya serta hidayahnya sehingga penulis berhasil menyelesaikan penelitian yang berjudul : Konstruksi Kecantikan Remaja Pada Akun *Instagram* @pigeon_teens_indonesia.

Dalam penelitian penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Namun berkat doa dan usaha, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikan laporan penelitian ini. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan suka cita dan penuh rasa hormat menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Nuryadi, M.Hum selaku Dekan Fakultas Komunikasi, Sastra, dan Bahasa Universitas Islam “45” Bekasi.
2. Ibu Winda Primasari, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Bapak Saepudin, M.Soc, Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu sabar dan bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan arahan, ilmu, serta semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Dosen-dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam “45” Bekasi, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan dan bermanfaat selama masa perkuliahan ini.
5. Keluargaku tercinta, Papa, Mama, adek Farras, suamiku Reza, serta anakku tercinta, Shakila, yang setiap tingkah lakunya selalu mampu menghibur penulis, terima kasih atas segala-galanya, terutama dukungan baik moral maupun material serta doa yang tak pernah henti untuk kelancaran perkuliahan penulis hingga sampai tahap ini.
6. Teman-teman penulis yang selalu mendukung, membantu, dan memberikan semangat kepada penulis.
7. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Bekasi, 15 Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademik.....	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rujukan Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	15
2.3 Kerangka Teori dan Konseptual	17
2.3.1 Konstruksi Sosial atas Realitas.....	18
2.3.2 Media Sosial.....	24
2.3.3 <i>Instagram</i>	26
2.4 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30

3.1 Metode Penelitian	30
3.2 Unit Analisis	30
3.2.1 Key Informan dan Informan.....	31
3.3 Definisi Konseptual	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
3.6 Keabsahan Data	35
BAB IV	36
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Profil Perusahaan	36
4.2 Sejarah Perusahaan	36
4.3 Struktur Organisasi	39
4.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	39
4.5 Instagram @pigeon_teens_indonesia.....	41
4.6 Penggunaan Make Up.....	49
4.7 Cara Berpakaian.....	54
4.8 Cara Bersikap atau Perilaku.....	58
4.9 Konstruksi Kecantikan.....	61
A. Konstruksi Kecantikan Remaja Dalam Akun IG @pigeon_teens_indonesia ...	61
4.9.1 Eksternalisasi.....	62
4.9.2 Objektivikasi	66
4.9.3 Internalisasi	70
A. Penampilan Dalam Segi Penggunaan Make Up.....	72
4.9.4 Penampilan Dalam Segi Berpakaian	75
4.9.5 Penampilan Dalam Segi Berperilaku.....	79
4.9.6 Cara Merawat Diri.....	84
BAB V	88
PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96
LAMPIRAN DOKUMENTASI PENELITIAN	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna internet dan media sosial tahun 2024 di Indonesia..	3
Gambar 1.2 Platform media sosial yang paling aktif digunakan di Indonesia.....	5
Gambar 1.3 Ringkasan pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia tahun 2024.....	6
Gambar 1.4 Postingan @pigeon_teens_indonesia tanggal 1 Mei 2023.....	8
Gambar 4.1 Logo PT Multi Indocitra, Tbk.....	37

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu	15
--	----

REVISI.pdf

ORIGINALITY REPORT

26% SIMILARITY INDEX	25% INTERNET SOURCES	11% PUBLICATIONS	13% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
2	www.mic.co.id Internet Source	1%
3	eprints.unram.ac.id Internet Source	1%
4	media.neliti.com Internet Source	1%
5	docplayer.info Internet Source	1%
6	www.scribd.com Internet Source	1%
7	ejurnal.ubharajaya.ac.id Internet Source	1%
8	core.ac.uk Internet Source	1%
9	123dok.com Internet Source	1%
10	docobook.com Internet Source	1%