

BAB I

PENDAHULUAN

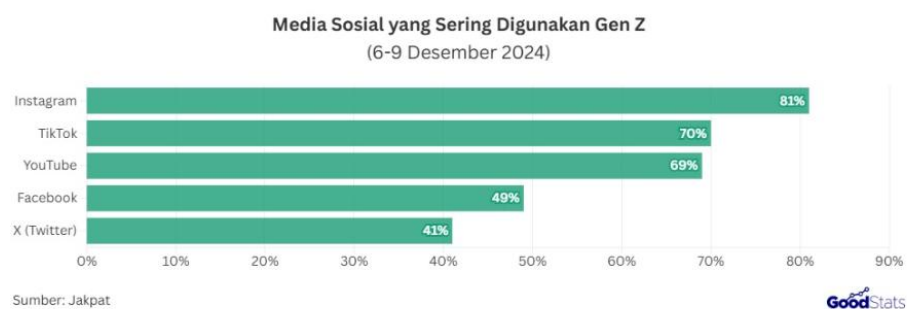
1.1 Latar Belakang

Perubahan teknologi digital dalam dua puluh tahun terakhir telah secara drastis mengubah cara orang membangun identitas dan mempersepsi tubuh mereka. Instagram, yang diluncurkan pada tahun 2010 dan dimiliki oleh Meta Platforms Inc., telah bertransformasi dari aplikasi berbagi foto menjadi "ruang produksi tanda" di mana berbagai standar kecantikan, kesempurnaan fisik, dan identitas gender diciptakan secara visual melalui algoritma dan interaksi pengguna. Datareportal (2024) mencatat bahwa pengguna Instagram di Indonesia telah mencapai 100 juta pengguna, dengan mayoritas berusia 18-34 tahun, kelompok yang paling rentan terhadap masalah citra tubuh dan tekanan standar kecantikan.

Instagram menawarkan pendekatan unik yang sangat menekankan pada estetika visual dalam berkomunikasi. Dengan fitur seperti *feed* yang disusun rapi, *Stories* yang bertahan dalam 24 jam, *Reels* untuk video pendek, dan *Live Streaming*, terciptalah ekosistem yang sangat memprioritaskan adanya daya tarik visual pada setiap fitur yang mereka gunakan. Selain itu, berbagai fitur pengeditan foto seperti filter, *editing tools*, dan teknologi peningkatan berbasis kecerdasan buatan (AI) memberikan pengguna kesempatan untuk merombak penampilan fisik mereka secara drastis mulai dari meniruskan wajah, membentuk tubuh ideal, hingga memutihkan kulit yang menyebabkan batas antara "realitas" dan "representasi" semakin kabur.

Dalam konteks ini, "tanda" visual seperti tubuh langsing, kulit cerah, wajah simetris, dan proporsi tubuh yang sempurna menjadi referensi utama yang membentuk diskursus tentang kebahagiaan dan kesuksesan hidup di platform tersebut. Terutama generasi muda dipengaruhi untuk meyakini bahwa penampilan fisik yang sempurna berhubungan dengan popularitas, penerimaan sosial, dan keberhasilan di dalam hubungan pribadi. Fenomena ini menciptakan apa yang disebut oleh teoretikus media sebagai "hegemoni estetika" yaitu di mana standar fisik tertentu menguasai representasi tubuh di media sosial, sedangkan variasi tubuh lainnya dianggap "tidak normal" atau "kurang"

Platform Media Sosial yang Paling Sering Digunakan Generasi Muda



Gambar 1.1 Platform yang digunakan generasi Z ketika mengisi waktu luang (sumber: Sugiarti, 2025)

Penelitian yang dilakukan pada 6-9 Desember 2024 menunjukkan 81% remaja di Indonesia aktif di Instagram, dengan tingkat keterlibatan yang sangat tinggi dengan rata-rata menghabiskan waktu lebih dari 2-3 jam setiap hari untuk melihat konten, memberikan komentar, dan berinteraksi dengan para *influencer*. Demografi ini membuat remaja Indonesia sangat rentan terhadap tekanan psikologis terkait citra tubuh mereka.

Dalam konteks budaya Indonesia, khususnya di kalangan masyarakat Jawa dan Sunda, terdapat pembagian yang jelas antara konsep "cantik" dan "tampan" di mana wanita diidentifikasi dengan tubuh ramping, kulit cerah, dan wajah halus, sementara pria diasosiasikan dengan *body image* yang kekar, berotot, dan kuat. Ide-ide ini semakin dikuatkan oleh pengaruh K-Pop, J-Pop, dan standar kecantikan Barat yang mempromosikan citra tubuh Asia Timur sebagai ideal yang harus diperjuangkan. Menanggapi hegemoni estetika yang telah lama mendominasi media sosial, gerakan *Body Positivity*, yang selanjutnya akan disebut sebagai BoPo, muncul sebagai narasi alternatif yang mendorong penerimaan diri terhadap berbagai bentuk, ukuran, dan kondisi tubuh. Gerakan ini mulai dikenal secara internasional sejak tahun 2012 melalui para aktivis seperti Megan Jayne Crabbe (@meganjaynecrabbe) dan Jes Baker (@itsjesbaker), yang menentang industri fashion dan perawatan tubuh yang memanfaatkan ketidakamanan penggunanya.

Body positivity dalam penelitian ini dipahami sebagai gerakan sosial dan kultural yang menolak standar kecantikan tunggal. Standar tersebut biasanya berkaitan dengan tubuh langsing, kulit putih, wajah simetris, dan penampilan yang dianggap sempurna. Gerakan ini menekankan penerimaan terhadap berbagai bentuk tubuh, warna kulit, ukuran tubuh, bekas luka, stretch marks, dan kondisi fisik lain yang sering dianggap tidak sesuai dengan standar kecantikan dominan. Dalam media sosial, body positivity tidak hanya hadir sebagai pesan penerimaan diri. Body positivity juga menjadi bentuk perlawanan terhadap konstruksi visual yang menekan perempuan untuk selalu tampil ideal. Body positivity perlu dilihat sebagai praktik representasi. Representasi tersebut tampak melalui cara tubuh

ditampilkan dan dimaknai dalam ruang digital. Dalam kajian semiotika visual, gambar dapat dibaca sebagai tanda yang memuat makna langsung dan makna kultural (Barthes, 1964).

Di Indonesia sendiri, terdapat seorang influencer wanita yaitu Tara Basro yang dinilai memiliki konsistensi konten *Body Positivity* pada akun media sosialnya terutama di platform Instagram. Dirinya memiliki rekam jejak posting konten yang mengangkat tema penerimaan diri terhadap tubuh selama periode minimal 2 tahun terakhir. Pemilihan Tara Basro sebagai objek penelitian didasarkan pada beberapa alasan. Tara Basro merupakan figur publik perempuan Indonesia yang beberapa kali menampilkan tubuh secara lebih terbuka dan natural melalui Instagram. Kontennya kerap memperlihatkan warna kulit sawo matang, lekuk tubuh, lipatan perut, dan tampilan fisik yang tidak selalu mengikuti standar kecantikan arus utama. Tara Basro juga memiliki posisi sebagai selebritas sekaligus influencer yang berada di tengah industri hiburan, industri kecantikan, dan budaya visual media sosial. Posisi tersebut membuat kontennya menarik untuk dikaji. Pesan body positivity yang ditampilkan tidak hanya dapat dibaca sebagai penerimaan tubuh. Pesan tersebut juga dapat dilihat sebagai ruang pertarungan makna antara perlawanan terhadap standar kecantikan dan kemungkinan komodifikasi tubuh perempuan.



Gambar 1.2 Profil akun Instagram Tara Basro (2026)
(sumber: Instagram @tarabasro, 2026)

Tara Basro memiliki 649.000 followers di Instagram. Angka ini menunjukkan bahwa dirinya memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap audiens Indonesia, khususnya generasi muda yang menjadi target utama penelitian ini. Meskipun studi tentang *body positivity* sudah banyak dilakukan, sebagian besar masih berfokus pada *audiens* (dampak psikologis) atau bersandar pada *influencer* luar negeri. Penelitian yang membedah bagaimana tanda-tanda visual dan tekstual direpresentasikan secara spesifik oleh figur publik papan atas Indonesia seperti Tara Basro yang menyatukan isu *body positivity* dengan identitas perempuan lokal (kulit eksotis) masih terbatas. Di Indonesia, mayoritas *influencer* atau selebritis masih terjebak dalam arus utama demi menjaga nilai komersial (melakukan edit foto berlebih, mempromosikan obat pelangsing, atau pemutih kulit). Namun, Tara Basro hadir sebagai salah satu sosok pendobrak arus utama tersebut secara konsisten. Tara Basro secara berani menggunakan akun Instagram pribadinya untuk mengunggah foto-foto yang memperlihatkan lipatan perut, *stretch marks*, dan warna kulit sawo matang alaminya tanpa filter estetik berlebih. Tindakan ini bukan sekadar unggahan

biasa, melainkan sebuah tindakan politik tubuh dan komunikasi visual yang menantang pakem industri hiburan tanah air.

Kajian mengenai representasi body positivity dalam konten Instagram Tara Basro penting dilakukan untuk memahami cara tubuh perempuan ditampilkan melalui tanda visual dan tekstual. Penelitian ini tidak diarahkan untuk mengukur pengaruh konten terhadap audiens. Fokus penelitian diarahkan untuk membongkar makna denotatif, konotatif, dan mitos yang muncul dalam unggahan Tara Basro. Melalui semiotika Roland Barthes penelitian ini berupaya melihat apakah konten body positivity tersebut benar-benar menantang standar kecantikan dominan atau masih menyisakan bias estetika, bias komersial, dan bias kelas sosial dalam representasi tubuh perempuan di media sosial.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini difokuskan untuk membongkar makna tanda dalam konten Instagram Tara Basro yang memuat pesan body positivity. Fokus penelitian tidak diarahkan pada penerimaan audiens. Penelitian ini menelaah cara tubuh perempuan ditampilkan, dikonstruksi, dan dimaknai melalui elemen visual serta tekstual. Semiotika Roland Barthes digunakan karena gambar tidak hanya menunjukkan objek yang tampak. Gambar juga dapat membawa pesan kultural melalui hubungan antara tanda visual dan makna sosial (Barthes, 1964). Penelitian ini juga mengkritisi kemungkinan munculnya bias representasi. Bias tersebut meliputi bias estetika, bias komersial,

dan bias kelas sosial yang dapat mengaburkan makna utama gerakan body positivity.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana makna denotatif dan konotatif body positivity direpresentasikan dalam konten Instagram Tara Basro?
2. Bagaimana bias representasi tubuh perempuan muncul dalam konten Instagram Tara Basro?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mendeskripsikan makna denotatif dan konotatif body positivity yang direpresentasikan dalam konten Instagram Tara Basro.
2. Menganalisis mitos dan bias representasi tubuh perempuan yang muncul dalam konten Instagram Tara Basro, khususnya bias estetika, bias komersial, dan bias kelas sosial.

1.4 Signifikansi Penelitian

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kajian komunikasi, media digital, dan semiotika. Fokus utama penelitian ini adalah representasi tubuh perempuan di Instagram. Penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes untuk membaca makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam konten body positivity Tara Basro. Kajian ini dapat memperkaya pemahaman

tentang tubuh perempuan sebagai tanda dalam media digital. Tubuh perempuan tidak hanya ditampilkan sebagai objek visual. Tubuh juga dikonstruksi melalui ideologi kecantikan, relasi kuasa, komodifikasi, dan budaya populer digital.

1.4.2 Signifikansi Praktis

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi kreator konten, influencer, dan pihak yang bergerak dalam industri media digital mengenai pentingnya representasi tubuh yang lebih kritis dan inklusif. Kajian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membaca konten body positivity agar tidak hanya dilihat sebagai pesan penerimaan diri. Konten body positivity juga perlu dikritisi ketika masih memuat standar estetika tertentu, kepentingan komersial, atau gaya hidup kelas sosial tertentu.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia mengenai *body positivity* sebagai gerakan inklusif dan membantu mengurangi tekanan akibat standar kecantikan konvensional yang masih dominan. Selain itu, penelitian ini berpotensi berkontribusi pada perubahan norma sosial di era digital dengan menginspirasi generasi muda untuk menerima keragaman tubuh, sebagaimana relevan dengan analisis tentang representasi dan edukasi *body positivity* yang muncul dalam pemberitaan media serta upaya pergeseran nilai di masyarakat (Putri et al., n.d.).

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Penelitian adalah metode untuk menemukan kebenaran tentang fenomena yang terjadi dalam masyarakat atau kelompok tertentu. Dalam melakukan penelitian, seorang peneliti menggunakan metode atau perspektif untuk menemukan kebenaran, yang dikenal sebagai paradigma. Paradigma dapat dipahami sebagai sistem keyakinan dasar atau cara pandang (*worldview*) yang menuntun peneliti, tidak hanya dalam pemilihan metode, tetapi juga dalam menentukan posisi ontologis dan epistemologisnya (Guba & Lincoln, 1994, hlm. 105). Paradigma membantu menentukan pola pikir yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Paradigma Kritis dalam studi ini berakar dari keyakinan bahwa realitas sosial, yang mencakup penciptaan standar kecantikan dan pergerakan anti-normanya di media sosial, tidaklah bersifat netral atau alami, melainkan telah dipengaruhi oleh struktur kekuasaan yang dominan seperti kapitalisme, industri kecantikan, dan budaya patriarki.

Dalam sudut pandang paradigma ini, konten *body positivity* yang dihasilkan oleh Tara Basro tidak langsung dipandang sebagai sarana pembebasan atau pemberdayaan yang tulus. Sebaliknya, penelitian ini secara aktif berusaha mengungkap kontradiksi, ambivalensi, dan bias representasi yang tersembunyi di balik estetika visual dan narasi tulisan tersebut, untuk memastikan bagaimana gerakan perlawanan bisa jadi malah melibatkan negosiasi atau kompromi terhadap nilai-nilai industri yang mereka lawan. Dalam kerangka ini, peneliti berupaya untuk secara subjektif dan transaksional mendekonstruksi teks digital tidak hanya untuk

menggambarkan tanda, tetapi juga untuk mengkritisi hubungan kuasa dan ideologi yang terlibat.

Secara ontologis paradigma kritis memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang tidak netral. Realitas sosial dibentuk oleh relasi kuasa, ideologi, sejarah, budaya, dan kepentingan ekonomi. Dalam penelitian ini, standar kecantikan dan representasi tubuh perempuan di Instagram dipahami sebagai realitas sosial yang dikonstruksi oleh industri hiburan, media sosial, budaya patriarki, dan kapitalisme kecantikan.

Secara epistemologis peneliti tidak menempatkan diri sebagai pihak yang sepenuhnya netral. Peneliti membaca tanda visual dan tekstual secara kritis untuk mengungkap makna tersembunyi di balik konten. Secara metodologis, paradigma kritis dalam penelitian ini dijalankan melalui semiotika Roland Barthes. Analisis dilakukan dengan membaca makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam unggahan Instagram Tara Basro.

Penerapan paradigma kritis dalam penelitian ini diperkuat melalui semiotika Roland Barthes. Barthes memandang tanda tidak hanya bekerja pada tingkat makna literal. Tanda juga bekerja pada tingkat makna kultural dan ideologis. Konsep denotasi, konotasi, dan mitos digunakan untuk membongkar tubuh perempuan dalam konten Tara Basro sebagai tanda yang membawa nilai, ideologi, dan kepentingan tertentu. Paradigma kritis dan semiotika Barthes digunakan secara konsisten untuk membaca body positivity sebagai praktik komunikasi visual yang berkaitan dengan relasi kuasa, standar kecantikan, dan komodifikasi tubuh perempuan.

1.5.2 State of the Art

1. Penelitian berjudul "*The Effect of Instagram #fitspiration Images on Women's Body Image*" oleh Tiggemann & Zaccardo (2020) dalam *Journal of Health Psychology* Prichard et al.

Penelitian ini menganalisis konten *#fitspiration* di Instagram yang sering dikaitkan dengan *body positivity*, dengan fokus pada *influencer* kecantikan yang mempromosikan olahraga dan tubuh sehat. Menggunakan analisis konten kualitatif terhadap 200 postingan dari *influencer* populer, penelitian menemukan bahwa meskipun pesan *body positivity* mendorong penerimaan tubuh, visual yang ditampilkan masih didominasi oleh tubuh langsing dan atletis, menciptakan paradoks yang dapat menurunkan harga diri perempuan muda. Penelitian ini relevan dengan kajian representasi tubuh di media sosial karena sama-sama melihat konten digital sebagai ruang pembentukan makna. Perbedaannya penelitian ini menggunakan semiotika Roland Barthes untuk membaca makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam konten Instagram Tara Basro.

2. Penelitian berjudul "*BoPo online, BoPo offline? Engagement with body positivity posts, positive appearance comments on social media, and adolescents' appearance-related prosocial tendencies*" oleh (Kvardova et al., 2025) dalam *Computers in Human Behavior*

Penelitian ini mengkaji keterkaitan antara keterpaparan (*exposure*) serta aktivitas mengunggah konten *body positivity* (BoPo) dan komentar

apresiatif terhadap penampilan di media sosial dengan kecenderungan prososial remaja terhadap penampilan orang lain. Berbeda dari mayoritas riset *body positivity* yang bersifat potong-lintang (*cross-sectional*), penelitian ini menggunakan desain kuantitatif longitudinal berupa studi panel tiga gelombang terhadap 496 remaja berusia 12–18 tahun (mayoritas perempuan) di Flanders, Belgia, yang dianalisis dengan random *intercept cross-lagged* panel model. Teori analisis yang digunakan adalah Teori Kognitif Sosial (Bandura, 2001) dan Teori *Self-effects* (Valkenburg, 2017), yang berasumsi bahwa remaja belajar dan menyesuaikan sikap melalui paparan maupun partisipasi dalam konten prososial di media sosial. Hasilnya hanya mendukung sebagian hipotesis: pada level antarindividu, remaja yang lebih sering melihat BoPo dan mengunggah komentar apresiatif menunjukkan kecenderungan prososial yang lebih tinggi, namun rendahnya keterpaparan terhadap BoPo (efek lantai) memperlihatkan bahwa konten bertubuh ideal masih mendominasi media sosial dan sebagian konten BoPo pun masih menampilkan tubuh ideal serta praktik objektifikasi dan penekanan berlebih pada penampilan (Cohen et al., 2021). Penelitian ini memperkuat tujuan penelitian ini, yaitu bahwa pesan *body positivity* tidak serta-merta inklusif dan kerap masih mengandung bias yang dapat menggerus makna esensialnya, sekaligus menegaskan kebaruan penelitian ini yang berfokus pada sisi produksi tanda (*encoding*) seorang influencer Indonesia melalui pendekatan kualitatif kritis, bukan pada sisi efek dan penerimaan *audiens* secara kuantitatif.

3. Penelitian berjudul "*Are We There Yet? Progress in Depicting Diverse Images of Beauty in Instagram's Body Positivity Movement*" oleh (Lazuka et al., 2020) dalam *Body Image*

Penelitian ini mengkaji sejauh mana gerakan *body positivity* di Instagram benar-benar menampilkan keragaman citra kecantikan melalui analisis konten terhadap 246 unggahan *body positivity* dari komunitas Instagram yang lebih luas (akun publik, bukan hanya *influencer*). Teori analisis yang digunakan adalah Teori Objektifikasi dan kerangka citra tubuh positif (*positive body image*), dengan metode analisis konten kualitatif-kuantitatif terhadap kode visual dan tekstual unggahan. Hasilnya menunjukkan bahwa unggahan memang menghadirkan keragaman ukuran dan penampilan tubuh serta tema-tema yang sejalan dengan citra tubuh positif, tetapi hanya sekitar 43% unggahan yang menampilkan tubuh berukuran lebih besar sehingga belum mewakili populasi umum. Sebagian unggahan bahkan memuat pesan yang kontradiktif, seperti memuji tubuh yang sangat kurus atau mendorong penurunan berat badan. Penelitian ini memperkuat tujuan penelitian ini, yaitu bahwa representasi *body positivity* di media sosial belum sepenuhnya inklusif dan kerap masih mengandung bias serta pesan yang bertentangan dengan makna esensialnya, sebagaimana yang hendak dibongkar dalam analisis konten Tara Basro. Perbedaannya, Lazuka et al. (2020) menganalisis korpus unggahan komunitas Instagram secara umum dengan pendekatan analisis konten, sedangkan penelitian ini

berfokus pada pembongkaran tanda visual dan tekstual seorang figur publik Indonesia melalui paradigma kritis dan semiotika Roland Barthes.

4. Penelitian berjudul "*Effects of Exposure to Body-Positive Advertising on Body Image Among Young Chinese Women*" oleh (Nie, 2026) dalam *Frontiers in Psychology*.

Penelitian ini menguji dampak komersialisasi gerakan *body positivity*, yakni iklan *body-positive* yang diunggah jenama, terhadap citra tubuh perempuan muda. Dengan metode eksperimen terkontrol acak (*randomized controlled experiment*) terhadap 172 perempuan Tiongkok berusia 18–30 tahun yang dibagi ke dalam tiga kelompok (iklan *body-positive*, iklan kecantikan ideal/tubuh kurus, dan unggahan netral berupa pemandangan alam), penelitian ini berlandaskan teori Citra Tubuh Positif, model sosiokultural, dan Teori Objektifikasi. Hasilnya menunjukkan bahwa paparan iklan *body-positive* dari jenama justru meningkatkan suasana hati positif, kepuasan tubuh, dan apresiasi tubuh, serta menurunkan objektifikasi diri, sementara iklan tubuh kurus memberikan efek sebaliknya. Penelitian ini relevan sebagai pembanding (*contrasting*) bagi penelitian ini, sebab temuannya yang menilai konten *body-positive* terkomersialisasi dapat berdampak positif justru bertolak belakang dengan premis kritis penelitian ini bahwa komersialisasi cenderung mengaburkan makna esensial *body positivity*. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya perdebatan tersebut dari sisi yang berbeda, yaitu menganalisis konstruksi dan produksi tanda (*encoding*) seorang influencer Indonesia secara kualitatif-kritis, bukan

mengukur efek penerimaan audiens secara kuantitatif sebagaimana Nie (2026).

5. Penelitian berjudul "*Keeping It Raw on the 'gram: Authenticity, Relatability and Digital Intimacy in Fitness Cultures on Instagram*" oleh Reade (2021) dalam *New Media & Society*

Penelitian ini mengkaji praktik "*keeping it raw*" di kultur kebugaran (*fitspo*) Instagram, yaitu menampilkan visual tubuh yang tidak disunting atau "apa adanya" serta narasi personal yang jujur tentang isu seperti citra tubuh dan kesehatan mental. Dengan pendekatan kualitatif *feminis-materialisme* baru terhadap 21 perempuan Australia berusia 20–35 tahun yang aktif memproduksi dan terlibat dengan konten *fitspo*, penelitian ini menemukan bahwa praktik "keaslian" tersebut justru merupakan sesuatu yang dikonstruksi secara sengaja untuk membangun kedekatan (*digital intimacy*) dan keterhubungan (*relatability*) dengan audiens. Penelitian ini relevan karena menegaskan bahwa keaslian dan penolakan filter seperti diksi "*Raw. No filter*" pada konten Tara Basro bukanlah keadaan netral, melainkan kode yang dikurasi untuk mengarahkan pemaknaan audiens, sehingga memperkuat sekaligus mempertajam analisis bias estetika dalam penelitian ini. Perbedaannya, Reade (2021) meneliti praktik produsen dan penerimaan audiens dalam kultur *fitspo* Australia, sedangkan penelitian ini berfokus pada pembongkaran tanda visual dan tekstual seorang figur publik Indonesia melalui paradigma kritis dan semiotika Roland Barthes.

1.5.3 Teori Semiotika Roland Barthes

Semiotika Roland Barthes merupakan pendekatan analisis tanda yang digunakan untuk memahami cara makna diproduksi melalui teks, gambar, simbol, dan praktik budaya. Dalam kajian gambar, Barthes menjelaskan bahwa visual tidak hanya menghadirkan objek yang tampak. Visual juga membentuk pesan melalui hubungan antara unsur gambar dan makna budaya (Barthes, 1964). Pandangan ini relevan untuk membaca konten Instagram karena unggahan digital memadukan foto, pose, ekspresi, warna, latar, caption, dan tanda lain yang membentuk makna sosial.

Barthes membedakan pesan gambar ke dalam makna denotatif dan konotatif. Denotasi adalah makna yang tampak secara langsung pada gambar. Pada tahap ini, peneliti membaca apa yang terlihat dalam unggahan Tara Basro. Unsur yang diamati meliputi tubuh, warna kulit, pose, ekspresi, pakaian, latar tempat, dan caption. Konotasi adalah makna yang terbentuk melalui nilai budaya dan asosiasi sosial. Pada tahap ini, peneliti menafsirkan cara visual dan teks membangun makna tentang penerimaan tubuh, keberanian perempuan, keaslian diri, atau perlawanan terhadap standar kecantikan dominan.

Teori semiotika Barthes digunakan dalam penelitian ini karena objek yang dikaji berupa konten visual Instagram. Foto dan caption Tara Basro tidak dipahami sebagai dokumentasi biasa. Konten tersebut dibaca sebagai tanda yang dapat membentuk representasi tubuh perempuan. Melalui pembacaan denotatif dan konotatif, penelitian ini dapat melihat apakah body positivity dalam unggahan Tara Basro benar-benar menantang standar kecantikan dominan atau masih memuat bias estetika, bias komersial, dan bias kelas sosial.

Utami et al. (2025) menggunakan semiotika untuk membaca kecantikan dalam konten Instagram Tasya Farasya. Kajian tersebut menunjukkan bahwa Instagram dapat menjadi ruang pembentukan makna mengenai kecantikan melalui tanda visual dan tekstual. Hal ini sejalan dengan penelitian ini karena konten Instagram Tara Basro juga dibaca sebagai teks visual yang memuat pesan tentang tubuh perempuan. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian. Penelitian ini tidak membahas kecantikan secara umum. Penelitian ini berfokus pada representasi body positivity dalam konten Instagram influencer.

Kurniasih (2025) membahas body positivity melalui diskursus Instagram Clara Dao dan audiensnya. Kajian tersebut menunjukkan bahwa body positivity di Instagram dapat menjadi ruang negosiasi makna mengenai tubuh. Penelitian ini menggunakan arah yang berbeda karena tidak meneliti respons audiens. Fokus penelitian diarahkan pada pembacaan tanda visual dan tekstual dalam konten Tara Basro melalui semiotika Roland Barthes.

Semiotika Roland Barthes membantu penelitian ini membaca konten Instagram Tara Basro sebagai sistem tanda. Foto dan caption tidak hanya dipahami sebagai unggahan personal. Konten tersebut dibaca sebagai representasi tubuh perempuan yang membawa makna budaya. Melalui analisis denotatif dan konotatif, penelitian ini dapat melihat apakah body positivity dalam unggahan Tara Basro menantang standar kecantikan dominan atau masih memuat bias representasi.

1.5.4 Level Komunikasi

Penelitian ini berada pada level komunikasi massa. Komunikasi massa berkaitan dengan proses penyampaian pesan kepada khalayak luas melalui media. Pesan dalam komunikasi massa dapat disampaikan melalui media cetak, media elektronik, maupun media digital. Nuzuli (2022) menjelaskan bahwa komunikasi massa memiliki ciri utama berupa penyebaran pesan kepada khalayak yang besar, heterogen, dan tersebar. Khalayak dalam komunikasi massa tidak selalu saling mengenal. Pesan yang diterima juga bersifat terbuka karena dapat diakses oleh banyak orang.

Perkembangan teknologi digital membuat komunikasi massa tidak hanya berlangsung melalui media konvensional. Media sosial ikut menjadi saluran komunikasi massa karena mampu menyebarkan pesan secara cepat dan luas. Rahma et al. (2024) menjelaskan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam dinamika masyarakat kontemporer karena menjadi ruang interaksi, penyebaran informasi, dan pembentukan opini publik. Media sosial tidak hanya digunakan untuk komunikasi personal. Media sosial juga digunakan untuk membentuk wacana sosial dan budaya.

Instagram termasuk media sosial yang memiliki peran kuat dalam komunikasi massa digital. Melalui Instagram, pesan dapat disampaikan dalam bentuk foto, video, caption, hashtag, dan simbol visual lain. Pesan tersebut dapat menjangkau khalayak luas dalam waktu singkat. Figur publik dan influencer

memanfaatkan Instagram untuk menampilkan identitas, membangun citra diri, dan menyampaikan pesan tertentu kepada pengikutnya.

Dalam penelitian ini, akun Instagram Tara Basro dipahami sebagai ruang komunikasi massa digital. Unggahan Tara Basro dapat diakses oleh khalayak luas dan memuat pesan tentang tubuh perempuan, penerimaan diri, serta body positivity. Fokus penelitian tidak diarahkan pada respons audiens. Fokus penelitian diarahkan pada cara pesan visual dan tekstual dalam konten Instagram Tara Basro membentuk makna mengenai body positivity.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Body Positivity adalah gerakan sosial yang mendorong penerimaan dan penghargaan terhadap tubuh manusia tanpa syarat, menentang standar kecantikan konvensional yang sempit dan tidak realistis (Tylk, 2018). Dalam konteks ini menekankan inklusivitas semua bentuk tubuh, ukuran, warna kulit, dan identitas, serta mempromosikan *self-love* dan kesehatan mental sebagai alternatif dari norma sosial yang menekankan tubuh ideal (kurus, sempurna). Dalam analisis konten, *body positivity* diidentifikasi melalui elemen yang menunjukkan pesan inklusif, seperti hashtag (*#BodyPositivity*, *#SelfLove*, *#AllBodiesAreBeautiful*), caption yang mendorong penerimaan diri, atau visual yang menampilkan keragaman tubuh, misalnya tubuh *plus-size*, *non-biner*, atau dengan disabilitas. Kategori postingan dapat didasarkan pada tingkat inklusivitas, dari tinggi (menampilkan beragam tubuh), sedang (memuat pesan positif tetapi visual tetap ideal), hingga rendah (hanya menggunakan retorika tanpa representasi keberagaman) (Balya et al., n.d.).

Representasi dalam penelitian ini dipahami sebagai proses penampilan dan pembentukan makna mengenai tubuh perempuan melalui tanda visual dan tekstual. Representasi tidak hanya menunjukkan sesuatu yang tampak di permukaan. Representasi juga membentuk cara tubuh perempuan dipahami dalam konteks sosial dan budaya. Dalam konten

Instagram Tara Basro, representasi body positivity dapat dilihat melalui foto, pose tubuh, ekspresi wajah, warna kulit, pakaian, latar tempat, caption, dan hashtag. Setiap unsur tersebut dibaca sebagai tanda yang memiliki makna denotatif dan konotatif. Pembacaan ini mengacu pada Barthes yang melihat gambar sebagai sistem tanda yang dapat menghasilkan pesan visual dan pesan kultural (Barthes, 1964). Dalam konteks ini, representasi *body positivity* di Instagram adalah bagaimana *influencer* membangun citra tubuh melalui konten visual dan teks, yang memengaruhi persepsi sosial tentang kecantikan. Representasi body positivity dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui pembacaan tanda visual dan tekstual pada unggahan Instagram Tara Basro. Unsur visual meliputi bentuk tubuh, warna kulit, ekspresi, pose, pakaian, pencahayaan, dan latar tempat. Unsur tekstual meliputi caption, hashtag, diksi penerimaan diri, dan narasi tentang tubuh. Seluruh unsur tersebut dianalisis melalui pemaknaan denotatif dan konotatif berdasarkan semiotika Roland Barthes.

Konten Instagram Tara Basro adalah materi digital yang diunggah melalui akun Instagram @tarabasro dan memuat pesan tentang tubuh, penerimaan diri, atau body positivity. Konten tersebut dapat berupa foto, video, caption, hashtag, dan elemen visual lain yang membentuk makna mengenai tubuh perempuan. Dalam penelitian ini, konten Instagram Tara Basro menjadi unit utama yang dianalisis melalui semiotika Roland Barthes. Analisis diarahkan untuk membaca makna denotatif, makna konotatif, serta bias representasi yang muncul dalam unggahan tersebut. Konten dioperasionalkan sebagai unit analisis utama, yaitu postingan Instagram (feed, stories, reels) dari influencer kecantikan Indonesia dengan pengikut >100.000 dan fokus pada *body positivity*. Operasionalisasi meliputi pengumpulan data melalui *scraping* atau *screenshot* pada akun Instagram @tarabasro. Analisis dilakukan untuk mengevaluasi bagaimana konten menciptakan representasi *body positivity*, dengan membedakan kategori seperti "autentik" (membagikan pengalaman pribadi) versus "komersial" (promosi barang), sambil mempertimbangkan bahwa faktor motivasi penampilan

dan tindakan berbasis video memengaruhi pembentukan representasi tersebut melalui dampaknya terhadap perbandingan penampilan ke atas serta penerimaan terhadap citra tubuh yang dianggap ideal.

Dengan demikian, penelitian ini akan menganalisis bagaimana *body positivity* membentuk representasi dalam konten Instagram, serta sejauh mana representasi tersebut tercermin dalam narasi dan elemen-elemen lain di dalam konten.

1.7 Argumen Penelitian

Argumen penelitian ini dibangun berdasarkan paradigma kritis dan semiotika Roland Barthes. Konten *body positivity* dalam Instagram Tara Basro tidak dapat dipahami hanya sebagai unggahan visual yang menunjukkan penerimaan tubuh. Konten tersebut perlu dibaca sebagai sistem tanda yang memproduksi makna melalui visual, caption, pose tubuh, warna kulit, pakaian, latar tempat, dan gaya estetika tertentu. Pada tingkat denotasi, unggahan Tara Basro dapat menampilkan tubuh perempuan secara natural. Hal tersebut tampak melalui visual yang memperlihatkan warna kulit sawo matang, lekuk tubuh, lipatan perut, atau penampilan yang tidak sepenuhnya mengikuti standar kecantikan arus utama.

Pada tingkat konotasi, tanda-tanda tersebut dapat dimaknai sebagai bentuk keberanian, penerimaan diri, dan perlawanan terhadap standar kecantikan. Standar tersebut menuntut perempuan untuk selalu tampak putih, langsing, halus, dan sempurna. Pembacaan ini mengacu pada Barthes yang menjelaskan bahwa gambar dapat memuat pesan denotatif dan konotatif (Barthes, 1964). Melalui pembacaan tersebut, konten *body positivity* juga dapat memperlihatkan ambivalensi. Tubuh yang ditampilkan sebagai alami tetap dapat dikurasi melalui pose, pencahayaan, sudut kamera, latar tempat, dan estetika visual tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa *body positivity* di Instagram tidak selalu bebas dari bias representasi.

Argumen utama penelitian ini adalah bahwa representasi body positivity dalam konten Instagram Tara Basro memiliki dua sisi. Di satu sisi, konten tersebut berpotensi menantang standar kecantikan dominan dan membuka ruang penerimaan terhadap tubuh perempuan yang lebih beragam. Di sisi lain, representasi tersebut tetap perlu dikritisi karena dapat memuat bias estetika, bias komersial, dan bias kelas sosial. Body positivity dalam ruang digital tidak hanya menjadi gerakan penerimaan tubuh. Body positivity juga menjadi arena pertarungan makna antara perlawanan, komodifikasi, dan reproduksi standar kecantikan baru.

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode semiotika Roland Barthes dan tipe penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini tidak bertujuan menghitung pengaruh atau mengukur respons audiens. Penelitian ini bertujuan memahami makna yang terkandung dalam tanda visual dan tekstual pada konten Instagram Tara Basro.

Metode semiotika Roland Barthes digunakan karena objek penelitian berupa konten visual di media sosial. Konten Instagram memuat foto, pose, ekspresi, warna, latar tempat, caption, dan hashtag yang dapat dibaca sebagai tanda. Barthes menjelaskan bahwa gambar dapat menghasilkan pesan denotatif dan konotatif. Pesan denotatif berkaitan dengan hal yang tampak secara langsung. Pesan konotatif berkaitan dengan makna kultural yang melekat pada gambar (Barthes, 1964).

Tipe penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan representasi body positivity dalam konten Instagram Tara Basro. Penelitian ini juga mendeskripsikan bias representasi tubuh perempuan yang muncul dalam konten tersebut. Bias tersebut meliputi bias estetika, bias komersial, dan bias kelas sosial.

1.8.2 Situs Penelitian

Situs penelitian ini adalah ruang digital Instagram, khususnya akun Instagram Tara Basro dengan nama pengguna @tarabasro. Instagram dipilih karena platform ini memiliki karakter visual yang kuat. Foto, video, caption, hashtag, dan interaksi digital menjadi bagian penting dalam pembentukan makna mengenai tubuh perempuan.

Akun @tarabasro dipilih karena memuat konten yang berkaitan dengan tubuh, penerimaan diri, warna kulit, kepercayaan diri, dan representasi perempuan. Berdasarkan pengamatan peneliti, akun Instagram @tarabasro memiliki 491 unggahan. Dari keseluruhan unggahan tersebut, peneliti memilih 9 konten yang relevan dengan isu body positivity dan representasi tubuh perempuan.

1.8.3 Subjek penelitian

Subjek penelitian ini adalah Tara Basro sebagai figur publik dan pemilik akun Instagram @tarabasro. Tara Basro dipilih karena beberapa unggahannya menampilkan pesan body positivity melalui visual tubuh, warna kulit, ekspresi diri, dan narasi penerimaan tubuh.

Objek penelitian ini adalah konten Instagram Tara Basro yang memuat representasi body positivity. Konten yang dianalisis berupa foto, video, caption, hashtag, pose tubuh, ekspresi wajah, warna kulit, pakaian, pencahayaan, dan latar tempat. Unit analisis dalam penelitian ini adalah unggahan pada akun Instagram @tarabasro yang secara khusus memuat pesan tentang tubuh, penerimaan diri, warna kulit, dan kritik terhadap standar kecantikan dominan.

1.8.4 Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa data visual dan data tekstual. Data visual meliputi foto, video, pose tubuh, ekspresi wajah, warna kulit, pakaian, pencahayaan, dan latar tempat dalam unggahan Instagram Tara Basro. Data tekstual meliputi caption, hashtag, diksi penerimaan diri, dan narasi yang berkaitan dengan body positivity.

Data tersebut digunakan untuk membaca representasi tubuh perempuan dalam konten Instagram Tara Basro. Pembacaan dilakukan melalui makna denotatif dan konotatif. Makna denotatif digunakan untuk melihat hal yang tampak secara langsung. Makna konotatif digunakan untuk menafsirkan makna budaya yang muncul dari tanda visual dan tekstual.

1.8.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari unggahan Instagram Tara Basro melalui akun @tarabasro yang memuat pesan body positivity. Data primer berupa gambar, video, caption, hashtag, dan elemen visual lain yang berkaitan dengan representasi tubuh perempuan. Data tersebut dikumpulkan melalui dokumentasi digital berupa tangkapan layar dan pencatatan teks caption.

Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan sumber tertulis lain yang relevan dengan penelitian. Data sekunder digunakan untuk memperkuat pemahaman mengenai body positivity, representasi tubuh perempuan, media sosial, budaya kecantikan, dan semiotika Roland Barthes. Rujukan utama yang digunakan untuk metode analisis visual adalah Barthes melalui tulisan *Rhétorique de l'image*.

1.8.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui dokumentasi dan studi kepustakaan. Dokumentasi dilakukan dengan mengamati unggahan Instagram Tara Basro

yang berkaitan dengan body positivity dan representasi tubuh perempuan. Data dipilih secara purposive berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria konten yang dipilih adalah unggahan yang menampilkan pesan penerimaan tubuh, warna kulit natural, kepercayaan diri, kritik terhadap standar kecantikan, atau narasi tentang tubuh perempuan.

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti memilih 9 konten dari akun Instagram @tarabasro. Konten yang dipilih berasal dari periode 2020 sampai 2026. Data dikumpulkan dengan mengambil tangkapan layar pada unggahan yang relevan. Caption dan hashtag pada unggahan tersebut juga dicatat sebagai data tekstual. Komentar audiens tidak dijadikan data utama karena penelitian ini tidak menggunakan analisis resepsi.

Studi kepustakaan dilakukan dengan menelusuri buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian. Literatur yang digunakan mencakup kajian body positivity, representasi tubuh perempuan, media sosial, standar kecantikan, dan semiotika Roland Barthes. Studi kepustakaan digunakan untuk memperkuat kerangka teori dan membantu proses interpretasi data.

1.8.7 Analisis dan Interpretasi Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan semiotika Roland Barthes. Data berupa unggahan Instagram Tara Basro dianalisis melalui dua tahap pemaknaan, yaitu denotasi dan konotasi. Barthes menjelaskan bahwa gambar dapat memuat pesan denotatif dan pesan konotatif (Barthes, 1964).

Tahap denotasi digunakan untuk mengidentifikasi makna yang tampak secara langsung dalam unggahan. Unsur yang diamati meliputi tubuh, warna kulit, pose, ekspresi wajah, pakaian, pencahayaan, latar tempat, caption, dan hashtag. Pada tahap ini, peneliti mendeskripsikan elemen visual dan tekstual sesuai dengan hal yang terlihat dalam konten.

Tahap konotasi digunakan untuk menafsirkan makna budaya dari tanda-tanda yang muncul. Peneliti membaca bagaimana tubuh Tara Basro dimaknai sebagai bentuk penerimaan

diri, keberanian perempuan, keaslian tubuh, atau perlawanan terhadap standar kecantikan dominan. Pada tahap ini, analisis juga diarahkan untuk melihat kemungkinan adanya bias representasi.

Bias representasi yang dianalisis meliputi bias estetika, bias komersial, dan bias kelas sosial. Bias estetika berkaitan dengan tampilan tubuh yang tetap dikurasi agar terlihat indah. Bias komersial berkaitan dengan kemungkinan tubuh dan pesan body positivity menjadi bagian dari kepentingan industri. Bias kelas sosial berkaitan dengan latar, gaya hidup, dan simbol sosial yang membentuk citra tubuh tertentu.

Tabel analisis dalam penelitian ini disusun sebagai berikut.

Tabel 1.1 Tabel Analisis

Tahap Analisis	Fokus Analisis	Indikator
Denotasi	Makna literal yang tampak langsung	Tubuh, warna kulit, pose, ekspresi wajah, pakaian, latar tempat, caption, hashtag
Konotasi	Makna budaya dan emosional	Penerimaan diri, keberanian perempuan, keaslian tubuh, perlawanan terhadap standar kecantikan
Kritik Representasi	Bias yang muncul dalam tanda	Bias estetika, bias komersial, bias kelas sosial, selektivitas tubuh perempuan

Melalui tahapan tersebut penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan tanda yang muncul dalam konten Tara Basro. Penelitian ini juga mengkritisi cara tanda tersebut membentuk makna tentang body positivity. Hasil analisis digunakan untuk menilai apakah konten tersebut memperkuat gerakan penerimaan tubuh atau masih mereproduksi standar kecantikan tertentu dalam bentuk yang lebih halus.

1.8.8 Kualitas Data / *Goodness Criteria*

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan kualitas data yang dinilai melalui historical situatedness. Kriteria ini menekankan pentingnya konteks sejarah, sosial, budaya, ekonomi, politik, etnis, dan gender dalam membaca teks yang diteliti.

Dalam penelitian ini, historical situatedness digunakan untuk memahami representasi body positivity Tara Basro dalam konteks budaya kecantikan Indonesia, industri hiburan, media sosial, dan relasi kuasa terhadap tubuh perempuan. Analisis tidak hanya melihat konten sebagai gambar atau teks. Analisis juga mempertimbangkan posisi sosial Tara Basro sebagai figur publik perempuan di tengah budaya visual digital.

Kualitas analisis dijaga dengan membaca unggahan secara konsisten melalui denotasi, konotasi, dan kritik representasi. Setiap tanda visual dan tekstual dianalisis berdasarkan konteksnya. Peneliti juga menggunakan literatur yang relevan untuk memperkuat interpretasi agar analisis tidak bersifat subjektif tanpa dasar.