



Disiplin Tubuh dalam Standarisasi Kecantikan: Studi Etnografi Konten

Kecantikan di Media Sosial TikTok

Diajukan untuk Melengkapi
Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Sosial

Disusun Oleh:

Indah Puan Aulia

13040219120013

PROGRAM STUDI ANTROPOLOGI SOSIAL

FAKULTAS ILMU BUDAYA

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Puan Aulia

NIM : 13040219120013

Program Studi : Antropologi Sosial

Dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Disiplin Tubuh dalam Standarisasi Kecantikan: Studi Etnografi Konten Kecantikan di Media Sosial TikTok” adalah hasil karya ilmiah saya sendiri. Skripsi saya bukan hasil plagiat karya ilmiah dari orang lain dan semua kutipan yang saya cantumkan di skripsi saya telah saya sebutkan sumber aslinya berdasarkan kaidah tata cara penulisan dalam karya ilmiah.

Semarang, 30 Oktober 2023

Yang menyatakan,

Indah Puan Aulia

NIM 13040219120013

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Never trust your fear, they don’t know how strong you could be.”

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan segala puji kehadiran Allah SWT, saya mempersembahkan skripsi ini untuk kedua orang tua saya dan semua pihak yang memberikan dukungan penuh kepada saya. Saya ucapkan terima kasih untuk segala doa dan dukungan yang tidak pernah henti.

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan ke sidang Panitia Ujian Skripsi pada:

Hari : Senin

Tanggal : 30 Oktober 2023

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Drs. Suyanto M.Si.

NIP. 196603111994031003

Vania Pramudita Hanjani, S.Sos., M.Si.

NIP. H.7.199509262022112001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Disiplin Tubuh dalam Standarisasi Kecantikan: Studi Etnografi Konten Kecantikan di Media Sosial TikTok” telah diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi Strata 1 Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro, pada:

Hari/tanggal : Senin, 4 Desember 2023

Pukul : 10.00 WIB

Panitia Ujian Skripsi Universitas Diponegoro:

Ketua Penguji,

Arido Laksono S. S., M.Hum

NIP. 19750711199931002

Anggota I,

Dr. Drs. Suyanto M.Si.

NIP. 196603111994031003

Anggota II,

Vania Pramudita Hanjani, S.Sos., M.Si.

NIP. H.7.199509262022112001

Dekan Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro

Dr. Nurhayati, M.Hum

NIP. 196610041990012001

HALAMAN PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, atas ridho dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi berjudul “Disiplin Tubuh dalam Standarisasi Kecantikan: Studi Etnografi Konten Kecantikan di Media Sosial TikTok”. Selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini penulis merasa mendapatkan banyak pengalaman berharga untuk pengembangan diri penulis. Untuk itu, dalam halaman penelitian ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya terhadap pihak-pihak yang memberikan dukungan penuh untuk penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Adapun pihak-pihak yang dimaksud antara lain:

1. Dr. Nurhayati. M.Hum. selaku Dekan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro.
2. Dr. Drs. Suyanto M.Si. selaku Ketua Program Studi Antropologi Sosial Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro sekaligus dosen pembimbing sampai akhirnya tulisan ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Arido Laksono S.S., M.Hum. selaku Sekretaris Program Studi Antropologi Sosial.
4. Tari Purwanti S.Ant., M.A. sebagai dosen wali penulis.
5. Vania Pramudita Hanjani, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas segala bentuk arahan dan dukungan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Retno Artanti, A.Md selaku tenaga kependidikan di Antropologi Sosial Universitas Diponegoro yang telah mengakomodir kebutuhan administrasi mahasiswa/i.
7. Kepada para informan penulis yang sudah memberikan kepercayaan kepada penulis mengenai rekam jejak penggunaan TikTok dan kosmetik. Semoga kebaikan selalu menyertai kalian.

8. Kedua orang tua penulis, Erna Maryati dan Asep Mulyana selaku Ayah sambung yang selalu memberikan dukungan penuh baik secara moral maupun materi di setiap langkah penulis dalam menjalani kehidupan.
9. Teman-teman penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas semua momen dan dukungan yang tidak henti-hentinya.

Semarang, 30 Oktober 2023

Indah Puan Aulia

NIM. 13040219120013

ABSTRAK

Penelitian ini mengusut fenomena standarisasi kecantikan dan konsumsi produk kosmetik melalui studi etnografi konten kecantikan di platform media sosial TikTok. Di dalam wadah yang terus berubah ini, *content creator* atau *influencer* yang menghasilkan konten, memainkan peran kunci dalam membangun norma kecantikan dan memengaruhi pengguna. Penelitian ini memperlihatkan TikTok sebagai medium yang populer membentuk pandangan kecantikan yang beragam dan terdesentralisasi, dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Penelitian ini menggali persepsi pengguna TikTok yang mengadopsi standar kecantikan yang ada sehingga muncul praktik konsumsi produk kosmetik secara rutin. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi konsep wacana dan pengetahuan yang mempengaruhi praktik konsumsi produk kosmetik serta menganalisis konsep disiplin dan kuasa yang ada dalam fenomena praktik konsumsi produk kosmetik pada kalangan mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Diponegoro berdasarkan konten kecantikan yang ada di TikTok. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori kuasa dari Michel Foucault untuk melihat proses penyebaran wacana dan pengetahuan sehingga membentuk norma kecantikan dan mendorong praktik konsumsi produk kosmetik. Teori kuasa dari Michel Foucault ini juga digunakan untuk menginterpretasikan konsep disiplin diri dan kuasa yang bekerja di dalam ekosistem kekuasaan sosial media TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang ada di TikTok berperan kuat dalam membentuk norma kecantikan dan praktik konsumsi produk kosmetik secara berkelanjutan. Pengguna aktifnya termasuk *content creator* dan *influencer*, memiliki kuasa untuk menyebarkan wacana kecantikan. TikTok menciptakan lingkungan di mana pengguna secara aktif terlibat dalam mendefinisikan dan memproduksi norma kecantikan, mengikuti tampilan ideal yang dipromosikan oleh *influencer* sehingga terbentuk konsep pendisiplinan diri di dalamnya.

Kata Kunci: TikTok, standarisasi kecantikan, konsumsi produk kosmetik, etnografi, dan pengaruh media sosial.

ABSTRACT

This research investigates the phenomenon of beauty standardization and cosmetic product consumption through an ethnographic study of beauty content on the social media platform TikTok. In this ever-changing platform, content creators or influencers who produce content play a key role in establishing beauty norms and influencing users. This research shows that TikTok as a popular medium shapes diverse and decentralized views of beauty, and its influence on consumer behavior. This research explores the perceptions of TikTok users who adopt existing beauty standards, resulting in the routine consumption of cosmetic products. The purpose of this study is to identify the concepts of discourse and knowledge that influence the practice of consumption of cosmetic products and analyze the concepts of discipline and power that exist in the phenomenon of cosmetic product consumption practices among female students of the Faculty of Law, Diponegoro University based on beauty content on TikTok. This research is analyzed using Michel Foucault's power theory to see the process of spreading discourse and knowledge so as to form beauty norms and encourage the practice of cosmetic product consumption. Michel Foucault's power theory is also used to interpret the concepts of self-discipline and power that work in the TikTok social media power ecosystem. The results show that the content on TikTok plays a strong role in shaping beauty norms and cosmetic product consumption practices in a sustainable manner. Its active users, including content creators and influencers, have the power to spread beauty discourse. TikTok creates an environment where users are actively involved in defining and producing beauty norms, following the idealized look promoted by influencers, thus forming the concept of self-discipline within it.

Keywords: *TikTok, beauty standardization, cosmetics consumption, ethnography, social media influence.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR ISTILAH	xii
DAFTAR BAGAN/DIAGRAM	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
1.5 Penelitian Terdahulu dan Landasan Teori.....	13
1.5.1 Penelitian Terdahulu	13
1.5.2 Landasan Teori	19
1.6 Metode Penelitian	22
1.6.1 Jenis Penelitian	23
1.6.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
1.6.3 Penentuan Informan Penelitian	24
1.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
1.6.5 Metode Analisis Data.....	29
1.7 Sistematika Penulisan	30
BAB II TIKTOK DAN LABELISASI CANTIK	32
2.1 TikTok dan Pemanfaatannya.....	32

2.2	Mendalami ‘Cantik’ dan Labelisasinya	41
2.2.1	Perkembangan Labelisasi ‘Cantik’ dari Waktu ke Waktu	41
2.2.2	Labelisasi ‘Cantik’ pada Mahasiswi Fakultas hukum	44
2.3	Profil Informan	48
2.3.1	Praktik Konsumsi dalam Tinjauan Sosial	52
2.3.2	Praktik Konsumsi dalam Tinjauan Ekonomi	56
2.3.3	Praktik Konsumsi dalam Tinjauan Lingkungan Pendidikan.....	60
BAB III EKSPLORASI WACANA DAN PENGETAHUAN DALAM KONSUMSI PRODUK KOSMETIK DI TIKTOK.....		65
3.1	Pandangan Cantik	65
3.2	Standarisasi Kecantikan Wajah dan Konsumsi Kosmetik di Era TikTok ...	75
3.2.1	Standarisasi Kecantikan Wajah dalam TikTok	75
3.2.2	Konsumsi Kosmetik sebagai Pemenuhan Standarisasi Kecantikan	80
3.3	Praktik dalam Berias	85
BAB IV TIKTOK SEBAGAI EKOSISTEM KEKUASAAN DAN PEMBENTUKAN DISIPLIN DIRI		98
4.1	Kuasa di Balik Konsumsi Kosmetik	98
4.1.1	Pemangku Kekuasaan	99
4.1.2	Tubuh yang dikuasai	105
4.2	Pendisiplinan Diri dalam Ritual Kecantikan	108
4.3	Kepatuhan VS Resistensi Standar Kecantikan.....	110
BAB V PENUTUP		117
5.1	Kesimpulan.....	117
5.2	Saran	118
5.1.1	Saran Teoritis	118
5.1.2	Saran Praktis.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....		120
PEDOMAN WAWANCARA MENDALAM.....		123
TRANSKRIP WAWANCARA MENDALAM		126
LAMPIRAN		161

DAFTAR ISTILAH

- Content Creator* : Seseorang yang aktif dalam menciptakan, menghasilkan, dan mempublikasikan konten di berbagai platform media sosial, seperti video, foto, tulisan, atau audio.
- Endorsement* : Tindakan atau proses ketika seseorang, biasanya selebriti atau mendukung atau merekomendasikan suatu produk atau jasa kepada audiensnya.
- Gosong : Dalam konteks yang lebih umum, ‘gosong’ dapat merujuk pada kondisi atau objek yang terbakar, terlalu terpapar sinar matahari, atau rusak.
- Hashtags* : Tanda pagar (#) yang digunakan di media sosial untuk menandai atau kategorikan konten, memungkinkan pengguna untuk menemukan konten terkait dengan topik tertentu.
- Influencer* : Seseorang yang memiliki pengaruh signifikan di media sosial dan dapat memengaruhi pandangan, opini, atau perilaku audiensnya terkait dengan berbagai topik, termasuk produk dan merek.
- K-Beauty* : Sebuah istilah yang mengacu pada tren dan produk perawatan kulit dan kecantikan dari Korea Selatan yang populer di seluruh dunia.
- Kesadaran Merek : Tingkat pemahaman dan pengenalan masyarakat terhadap merek atau produk tertentu.
- Tags* : Tanda atau label yang diberikan kepada konten atau objek untuk mengidentifikasinya atau mengkategorikannya, biasanya di platform media sosial.
- TikTok Shop* : Mungkin merujuk pada fitur atau layanan yang memungkinkan pengguna TikTok untuk membeli produk langsung melalui platform tersebut, seringkali terkait dengan produk yang diulas oleh *content creator* atau *influencer* di TikTok.

DAFTAR BAGAN/DIAGRAM

Bagan 1. 1 Data Sebaran Pengguna Tiktok di Dunia	3
--	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Analisis Data Interaktif Miles & Huberman	29
Gambar 2. 1 Logo Musical.ly dan Logo TikTok.....	33
Gambar 2. 2 Penawaran Layanan di TikTok.....	35
Gambar 2. 3 Tampilan <i>For You Page</i>	36
Gambar 2. 4 Fitur <i>Like</i> , <i>Comment</i> , dan <i>Share</i>	37
Gambar 2. 5 Fitur <i>Live</i>	38
Gambar 2. 6 Tampilan <i>AI Creative Assistant</i> milik TikTok	40
Gambar 3. 1 Content Creator Terpopuler	76
Gambar 3. 2 <i>Skincare</i> Milik Airin	80
Gambar 3. 3 <i>Make up</i> Milik Airin	81
Gambar 3. 4 <i>Skincare</i> Milik Nayla	83
Gambar 3. 5 <i>Make up</i> Milik Nayla	84
Gambar 3. 6 Airin Melakukan <i>Reapply Liptint</i>	87
Gambar 3. 7 Konten TikTok Kiara	88
Gambar 3. 8 Praktik Berias Nayla	90
Gambar 3. 9 Ayu Melakukan <i>Reapply Lip Product</i>	92
Gambar 3. 10 Konten Tutorial <i>Make up</i> Miliki Karina	93
Gambar 4. 1 Konten Terpopuler Terkait Kosmetik	101
Gambar 4. 2 Konten Penyebaran Kuasa	102
Gambar 4. 3 Konten Harian Berisi Informasi Kesehatan Wajah	104
Gambar 4. 4 Top Content Berkaitan dengan ‘ <i>Skin Minimalism</i> ’	109