

SKINTIFIC

Judul Skripsi:

ANALISIS WACANA KRITIS KECANTIKAN IDEAL PEREMPUAN PADA IKLAN PRODUK SKINCARE CUSHION DI MEDIA SOSIAL MELALUI AKUN INSTAGRAM @skintificid

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Rendy Dwiyanto

Nim : 2110411032



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhammd Rendy Dwiyanto

NIM : 2110411032

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Bogor, 5 Desember 2025



Muhammad Rendy Dwiyanto

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rendy Dwiyanto
NIM : 2110411032
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS WACANA KRITIS KECANTIKAN IDEAL PEREMPUAN PADA IKLAN PRODUK SKINCARE CUSHION DI MEDIA SOSIAL MELALUI AKUN INSTAGRAM @skintificid

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 29 Januari 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Rendy Dwiyanto

PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rendy Dwiyanto
NIM : 2110411032
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Wacana Kritis Kecantikan Ideal Perempuan Pada Iklan Produk Skincare Cushion Di Media Sosial Melalui Akun Instagram @Skintificid

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

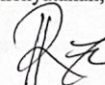
1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 29 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Muhammad Rendy Dwiyanto)

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Muhammad Rendy Dwiyanto

NIM : 2110411032

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

JUDUL : ANALISIS WACANA KRITIS KECANTIKAN IDEAL PEREMPUAN PADA IKLAN PRODUK SKINCARE CUSHION DI MEDIA SOSIAL MELALUI AKUN INSTAGRAM @skintificid

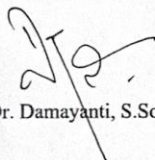
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Gustiana Sabarina, S.Pd., M.I.Kom)

Penguji 1




(Dr. Damayanti, S.Sos., M.Si)

Penguji 2



(Nuril Ashivah Misbah, S.I.P., M.A.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 12 Januari 2026

**ANALISIS WACANA KRITIS KECANTIKAN IDEAL PEREMPUAN
PADA IKLAN PRODUK SKINCARE CUSHION DI MEDIA SOSIAL
MELALUI AKUN INSTAGRAM @skintificid**

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis konstruksi kecantikan ideal perempuan dalam iklan produk skincare Skintific, khususnya Blue Cushion dan Gold Cushion, yang diunggah di akun Instagram resmi @skintificid. Dengan pendekatan kualitatif menggunakan Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough, penelitian ini menelaah praktik teks, wacana, dan sosial. Hasil menunjukkan bahwa kecantikan ideal dibangun melalui visualisasi model perempuan dengan kulit cerah, mulus, bebas noda, serta citra diri percaya diri dan modern. Iklan yang menampilkan Raline Shah dan Naura Ayu mencerminkan konstruksi kecantikan yang berbeda sesuai segmen audiens dewasa dan remaja. Pemilihan kata, tata bahasa, dan visual mereproduksi ideologi kecantikan hegemonik, menekankan kulit flawless dan transformasi instan melalui kosmetik. Praktik wacana dan norma sosial memperkuat pandangan bahwa kecantikan fisik adalah nilai penting bagi perempuan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan Skintific tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai alat reproduksi ideologi kecantikan dominan, yang berpotensi memengaruhi persepsi dan praktik kecantikan masyarakat.

Kata Kunci: kecantikan ideal, iklan Instagram, analisis wacana kritis

***A CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF WOMEN'S IDEAL BEAUTY IN
SKINCARE CUSHION PRODUCT ADVERTISEMENTS ON SOCIAL
MEDIA THROUGH THE INSTAGRAM ACCOUNT @skintificid***

ABSTRACT

This study analyzes the construction of ideal female beauty in skincare product advertisements by Skintific, specifically the Blue Cushion and Gold Cushion, uploaded on the official Instagram account @skintificid. Using a qualitative approach through Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis, the study examines textual, discursive, and social practices. The results indicate that ideal beauty is constructed through visual representations of female models with bright, smooth, and blemish-free skin, as well as images of confident and modern selfpresentation. Advertisements featuring Raline Shah and Naura Ayu reflect different beauty constructions according to the target audience segments of adults and teenagers. The choice of words, grammar, and visuals reproduce hegemonic beauty ideologies, emphasizing flawless skin and instant transformation through cosmetics. Discursive practices and social norms reinforce the notion that physical beauty is an important value for women. The study concludes that Skintific advertisements function not only as promotional media but also as tools for reproducing dominant beauty ideologies, potentially influencing societal perceptions and beauty practices.

Keywords: *Ideal Beauty, Instagram Advertisements, Critical Discourse Analysis*

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur, penulis panjatkan puji dan terima kasih kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Wacana Kritis Kecantikan Ideal Perempuan Pada Iklan Produk Skincare Cushion Di Media Sosial Melalui Akun Instagram @Skintificid” sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Perjalanan menyelesaikan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa tulus, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Anter Venus, MA., Comm selaku rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan studi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
2. Bapak Dr. S. Bakti Istiyanto, M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta atas kesempatan, fasilitas, dan dukungan akademik sehingga penulis dapat menuntaskan studi dengan baik.
3. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., MA selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang senantiasa memberikan bimbingan, ilmu, serta dukungan yang membantu penulis dalam menjalani studi hingga selesainya penelitian ini.
4. Ibu Dra. Hermina Manihuruk, MM. selaku dosen pembimbing akademik atas segala bimbingan dan dukungannya sejak semester 1 hingga tahap penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Gustiana Sabarina, S.Pd., M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar memberi arahan, bimbingan, semangat, dan dukungan emosional ditengah keraguan dan keputusasaan penulis. Kalimat penyemangat yang diberikan merupakan energi yang menolak untuk menyerah. Proses bimbingan ini menjadi pelajaran hidup yang berharga bagi penulis. Perjalanan ini tidak hanya membentuk skripsi ini, tetapi juga membentuk karakter dan disiplin penulis sebagai seorang peneliti. Semoga

kebaikan, ketulusan, dan ilmu yang diberikan menjadi amal jariyah yang tak terputus.

6. Ibu Dr. Damayanti, S.Sos, M.Si. selaku dosen penguji 1 dan Ibu Nuril Ashivah Misbah, S.I.P., M.A. selaku dosen penguji 2 yang telah meluangkan waktu serta memberikan ilmu dan masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada orang tua penulis, Ayah dan Mamah, satu-satunya rumah yang selalu meneduhkan jiwa penulis. Kalian adalah dunia, akar dan sayap yang membentuk siapa penulis hari ini. Mama, wanita luar biasa yang tangguh namun lembut, terima kasih atas setiap pelukanmu yang menjadi benteng saat badai kehidupan menghempas, atas setiap kasih yang menguatkan tubuh dan hati penulis, dan atas tetesan keringatmu yang tak pernah sia-sia, memastikan langkah penulis tetap tegap menghadapi dunia. Terima kasih atas doa-doamu yang senantiasa mengalir, seperti sungai yang tak pernah berhenti memberi kehidupan, yang menuntun penulis di setiap jalan yang penuh liku. Ayah, terima kasih atas cinta tulus dan keteguhan hatimu yang tak tergoyahkan. Terima kasih telah menjadi sandaran saat penulis rapuh, teladan saat penulis ragu, dan pelita yang menerangi jalan yang gelap. Kebesaran hatimu dan kesabaranmu adalah pondasi yang menopang mimpi-mimpi penulis hingga saat ini.
8. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada teman-teman dan sahabat-sahabat penulis yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini. Terima kasih karena selalu ada, menemani setiap langkah penulis, dari tawa kecil hingga lelah yang tak terucap, dari semangat yang membara hingga putus asa yang sempat singgah. Kehadiran kalian bukan hanya menguatkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, tetapi juga memberi warna dalam setiap cerita, obrolan panjang di tengah malam, dan dukungan yang tak pernah habis. Terima kasih karena mau mendengarkan setiap keluh kesah, berbagi canda, dan membuat perjuangan ini terasa ringan. Kalian bukan sekadar teman atau sahabat, tapi bagian dari perjalanan hidup yang akan selalu penulis kenang dengan hangat. Terima kasih telah mewarnai setiap bab dalam perjalanan ini.

9. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada para informan yang telah bersedia meluangkan waktu, berbagi pengalaman, dan menjawab pertanyaan penelitian dengan jujur serta terbuka. Dukungan dan kesediaan kalian untuk berbagi cerita sangat berarti bagi tersusunnya penelitian ini. Kontribusi kalian menjadi bagian penting dalam memperdalam pemahaman saya tentang bagaimana brand kecantikan wanita mempromosikan produknya.
10. Yang tak kalah penting, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seorang laki-laki yang tetap bertahan ketika segala sesuatu terasa berat, ketika langkah goyah, dan keraguan datang silih berganti. Terima kasih karena selalu melangkah, mencoba, dan percaya bahwa dirinya pantas sampai di titik ini. Terima kasih telah merawat mimpi-mimpi kecil yang hampir padam, menyalakannya kembali setiap kali dunia terasa terlalu bising. Tanpa keteguhan, keberanian, dan kesabaran yang dikumpulkan sedikit demi sedikit, perjalanan panjang ini tidak akan pernah selesai.
Muhammad Rendy Dwiyanto, Proud of You.

Bogor, 5 Desember 2025



Muhammad Rend Dwiyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1 Manfaat Akademik	11
1.5.2 Manfaat Praktis	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Konsep dan Teori Penelitian	25
2.2.1 Teori Analisis Wacana Kritis.....	25
2.2.2 Kecantikan Ideal Perempuan	28
2.2.3 Iklan	30
2.2.4 Instagram	33
2.3 Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODE PENELITIAN	36

3.1	Objek Penelitian	36
3.2	Jenis Penelitian	38
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.3.1	Observasi	39
3.3.2	Wawancara Terstruktur.....	39
3.3.3	Dokumentasi	40
3.4	Sumber Data	40
3.4.1	Data Primer	40
3.4.2	Data Sekunder	41
3.5	Teknik Analisis Data.....	41
3.5.1	Teknik Analisis Data	41
3.5.2	Koding Data	44
3.5.3	Teknik Keabsahan Data	45
3.6	Jadwal Penelitian.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	47
4.1.1	Profil Skintific Indonesia.....	47
4.1.2	Visi Misi Skintific.....	48
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan Direpresentasikan Dalam Iklan Produk Skintific di Sosial Media Instagram	49
4.2.2	Praktik Wacana Dan Praktik Sosial dalam Membentuk Narasi Kecantikan Ideal Perempuan dalam Iklan Produk <i>Skincare</i> Skintific di Media Sosial Instagram	65
4.3	Pembahasan.....	96
4.3.1	Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan Direpresentasikan dalam Iklan Skintific di Sosial Media Instagram	96
4.3.2	Praktik Wacana dan Praktik Sosial dalam Membentuk Narasi Kecantikan Ideal Perempuan dalam Iklan Produk <i>Skincare</i> Skintific di Media Sosial Instagram	108
BAB V PENUTUP		119
5.1	Kesimpulan	119

5.2	Saran	120
5.2.1	Saran Teoritis.....	120
5.2.2	Saran Praktis.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....		122
LAMPIRAN.....		128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1	Kriteria Informan.....	37
Tabel 3.2	Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4.1	Narasi Iklan <i>Gold Cushion</i> dan <i>Blue Cushion</i>	50
Tabel 4.2	Data Hasil Analisis Iklan <i>Gold Cushion</i>	51
Tabel 4.3	Data Hasil Analisis Iklan <i>Blue Cushion</i>	53
Tabel 4.4	Data Hasil Analisis Iklan <i>Gold Cushion</i>	55
Tabel 4.5	Data Hasil Analisis Iklan <i>Blue Cushion</i>	56
Tabel 4.6	Data Hasil Analisis Iklan <i>Gold Cushion</i>	59
Tabel 4.7	Data Hasil Analisis Iklan <i>Blue Cushion</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Penjualan	2
Gambar 1.2 Iklan Skintific <i>Gold Cushion</i>	3
Gambar 1.3 Iklan Skintific <i>Blue Cushion</i>	4
Gambar 1.4 Standar Kecantikan Menurut Perempuan Indonesia	5
Gambar 2.1 Model Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough.....	26
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 4.1 Logo Skintific.....	48
Gambar 4.2 Iklan Raline Shah	59
Gambar 4.3 Iklan Naura Ayu.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup Penulis.....	128
Lampiran 2 Hasil Turnitin.....	131
Lampiran 3 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	132
Lampiran 4 Kegiatan Observasi	133
Lampiran 5 Dokumentasi.....	135
Lampiran 6 Transkrip Wawancara	138