

## INTISARI

Wacana kecantikan ideal memiliki kuasa yang sangat kuat dalam kehidupan perempuan. Kemanusiaan perempuan diakui sejauh ia mampu memenuhi standar kecantikan. Kondisi ini yang melatarbelakangi munculnya gerakan *body positivity* sebagai bentuk perlawanan kepada wacana kecantikan untuk membebaskan tubuh perempuan. Nipplets mengambil bagian dalam upaya ini melalui campaign *#realpeoplerealbody*. Di dalam *campaign* ini, Nipplets sebagai produsen *lingerie*, menggunakan *lingerie* dan gagasan *body positivity* untuk melawan hegemoni kecantikan ideal. *Campaign* ini telah dilaksanakan sejak bulan Juli, 2019. Dalam perjalanannya, ditemukan berbagai perubahan yang menyebabkan terjadinya kontradiksi antara tujuan gagasan *body positivity* dengan praktik *campaign* yang dilakukan.

Penelitian ini mengamati perubahan-perubahan yang terjadi pada *campaign #realpeoplerealbody* dalam akun Instagram *@nipplets\_official*. Hal ini dimulai dengan mengamati representasi pada periode Juli 2019 - Februari 2021, kemudian membandingkan dengan representasi pada periode Februari 2021 hingga Desember 2021. Penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika Roland Barthes. Hal ini bertujuan untuk menafsirkan makna yang ingin disampaikan Nipplets dari gambar-gambar yang diunggah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan yang menyebabkan kontradiksi pada *campaign #realpeoplerealbody*. Pada periode awal *campaign* Juli 2019 - Februari 2021, Nipplets menghadirkan representasi yang memberikan ruang bagi inklusivitas tubuh perempuan. Representasi yang dihadirkan itu berupaya untuk membentuk subjektivitas perempuan tentang gagasan kecantikan. Namun pada periode Februari 2021 hingga Desember 2021, Nipplets semakin jarang merepresentasikan inklusivitas tubuh perempuan. Perubahan pada representasi yang dihadirkan ternyata mempengaruhi terjadinya kontradiksi pada nilai-nilai *body positivity*. Kontradiksi itu tergambar dari kecenderungan Nipplets mengembalikan kuasa *male gaze* dan mendorong pada praktik komodifikasi feminisme.

**Kata Kunci:** *body positivity*, wacana kecantikan ideal, komodifikasi feminisme, Nipplets

## ABSTRACT

The discourse of ideal beauty has a very strong power in women's lives. A woman's humanity is recognized as far as she is able to meet the standards of beauty. This condition is the background for the emergence of the body positivity movement as a form of resistance to the discourse of beauty to liberate the female body. Nipplets is taking part in this effort through the #realpeoplerealbody campaign. In this campaign, Nipplets, as a lingerie manufacturer, uses lingerie and the idea of body positivity to fight the hegemony of ideal beauty. This campaign has been implemented since 2019 July. Along the way, various changes were found that caused contradictions between the goals of the body positivity idea and the campaign practices carried out.

This study observes the changes that occur in the #realpeoplerealbody campaign on the @nipplets\_official Instagram account. This begins by observing the representation in the period July 2019 to February 2021, then comparing it with the representation in the period February 2021 to December 2021. This study uses Roland Barthes' semiotic analysis method. It aims to interpret the meaning that Nipplets wants to convey from the uploaded images.

The results of this study indicate that there have been changes that have caused contradictions in the #realpeoplerealbody campaign. In the initial campaign period of July 2019 to February 2021, Nipplets presented a representation that provided space for the inclusiveness of the female body. The representations presented an attempt to shape women's subjectivity about the idea of beauty. However, in the period from February 2021 to December 2021, Nipplets rarely represent the inclusiveness of the female body. Changes in the representation that are presented actually affect the occurrence of contradictions in body positivity values. This contradiction is illustrated by Nipplet's tendency to restore the power of the male gaze and encourage the practice of commodifying feminism.

**Keywords: body positivity, ideal beauty discourse, commodification of feminism, Nipplets**