

INTISARI

Standar kecantikan perempuan tidak muncul secara alami, melainkan dibentuk melalui konstruksi budaya yang direproduksi secara terus-menerus oleh media. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan representasi standar kecantikan perempuan Generasi Z di Indonesia melalui akun Instagram @scarlett_whitening serta menganalisisnya menggunakan perspektif feminisme Naomi Wolf. Pemilihan akun @scarlett_whitening didasarkan pada pengaruh signifikan brand ini terhadap perempuan muda di Indonesia, ditunjukkan melalui strategi pemasaran visual yang intens dan daya jangkauan digital yang luas. Akun ini secara aktif menyasar perempuan Generasi Z sebagai target utama, dengan menghadirkan visualisasi produk yang berfokus pada kulit cerah, *glowing*, dan bebas jerawat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-teoritis dengan metode hermeneutika filosofis, yang mencakup *verstehen*, interpretasi, analisis hermeneutik, dan pendekatan induktif. Objek material berupa unggahan gambar dan caption dari akun Instagram @scarlett_whitening dianalisis dengan menggunakan kerangka pemikiran Naomi Wolf, terutama gagasannya dalam *The Beauty Myth*.

Hasil penelitian menunjukkan: 1) Representasi standar kecantikan dalam akun @scarlett_whitening membentuk asosiasi antara penampilan fisik tertentu dan nilai sosial yang dianggap ideal, yang menjadikan produk kecantikan sebagai alat untuk mencapai citra diri yang diterima secara sosial; 2) Dalam perspektif Naomi Wolf, akun ini berperan dalam melanggengkan mitos kecantikan dalam sistem kapitalisme patriarkal, dengan menjadikan tubuh perempuan sebagai sasaran konsumsi dan objek kontrol simbolik melalui visualisasi yang terus-menerus menekankan ketidaksempurnaan tubuh alami perempuan.

Kata kunci: Standar Kecantikan, Instagram, Generasi Z, Feminisme, Scarlett Whitening

ABSTRACT

Standards of beauty for women do not arise naturally but are shaped through cultural constructs perpetuated by the media. This research aims to describe how the Instagram account @scarlett_whitening represents beauty standards targeted at Generation Z women in Indonesia, and to analyze these representations using the feminist framework of Naomi Wolf. The focus lies on how idealized features such as bright, glowing, and acne-free skin are promoted as desirable traits through visual campaigns and promotional narratives embedded in social media content.

This study employs a qualitative-theoretical approach using the method of philosophical hermeneutics encompasses *verstehen*, interpretation, hermeneutic analysis, and an inductive approach. The material object of this research consists of image posts and captions from the Instagram account @scarlett_whitening, which are analyzed through the theoretical framework of Naomi Wolf, particularly in *The Beauty Myth*.

The findings of this research lead to two main conclusions: (1) The @scarlett_whitening account constructs and promotes a visual narrative in which female attractiveness is closely tied to the consumption of beauty products, reinforcing the belief that physical appearance determines one's social value; (2) From Naomi Wolf's perspective, the beauty ideals represented on this Instagram account are not neutral but serve the interests of a patriarchal capitalist system that capitalizes on women's insecurities and encourages continuous consumer behavior under the illusion of empowerment and self-improvement.

Keywords: Beauty Standards, Instagram, Generation Z, Feminism, Scarlett Whitening