



DAFTAR PUSTAKA

- Alcántara-Pilar, J.M. *et al.* (2024) 'From likes to loyalty: Exploring the impact of influencer credibility on purchase intentions in TikTok', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 78. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103709>.
- Barta, S. *et al.* (2023) 'Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience', *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103149>.
- Berger, P.L. and Luckmann, T. (1991) *The Social Construction of Reality*. England: Penguin Group.
- Bhandari, A. and Bimo, S. (2022) 'Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media', *Social Media and Society*, 8(1). Available at: <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>.
- Bishop, S. (2019) 'Managing visibility on YouTube through algorithmic gossip', *New Media and Society*, 21(11–12), pp. 2589–2606. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444819854731>.
- Black, P. (2004) *The Beauty Industry: Gender, Culture, Pleasure*. London: Routledge.
- Btari P, M. (2023) *Fenomena Glow Up Culture di Media Sosial Platform TikTok dalam Pembentukan Wacana Kecantikan*. Universitas Gadjah Mada. Available at: <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/223378> (Accessed: 24 October 2023).
- Butler, J. (1999) *GENDER TROUBLE: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Dijck, J. van (2009) 'Users like you? Theorizing agency in user-generated content', *Media, Culture and Society*, 31(1), pp. 41–58. Available at: <https://doi.org/10.1177/0163443708098245>.
- Dwi, A. (2023) 'Bahaya Efek Filter “Bold Glamour” dan “Teenage Look” di TikTok', *Tempo*, 20 May. Available at: <https://tekno.tempo.co/read/1727846/bahaya-efek-filter-bold-glamour-dan-teenage-look-di-tiktok> (Accessed: 1 May 2024).
- Elias, A.S. and Gill, R. (2018) 'Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism', *European Journal of Cultural Studies*, 21(1), pp. 59–77. Available at: <https://doi.org/10.1177/1367549417705604>.
- Engeln, R. (2017) *Beauty Sick: How the Cultural Obsession with Appearance Hurts Girls and Women*. New York: HarperCollins.
- Engeln-Maddox, R. (2006) 'Buying a beauty standard or dreaming of a new life? Expectations associated with media ideals', *Psychology of Women Quarterly*, 30(3), pp. 258–266. Available at: <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2006.00294.x>.



- Eshiet, J. (2020) *'Real Me versus Social Media Me: Filters, Snapchat Dysmorphia, and Beauty Perceptions among Young Women'*. California State University. Available at: <https://scholarworks.lib.csusb.edu/etdhttps://scholarworks.lib.csusb.edu/etd/1101>.
- Fajriyah, F. (2024) *MASKULINITAS BARU DALAM BUDAYA DIGITAL (Analisis Multimodal Pada Konten Meme Tiktokers Laki-Laki)*. Universitas Gadjah Mada. Available at: <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/236289> (Accessed: 16 January 2025).
- Foster, J. and Baker, J. (2022) 'Muscles, Makeup, and Femboys: Analyzing TikTok's "Radical" Masculinities', *Social Media and Society*, 8(3). Available at: <https://doi.org/10.1177/20563051221126040>.
- Fox, S. (2018) 'Domesticating artificial intelligence: Expanding human self-expression through applications of artificial intelligence in prosumption', *Journal of Consumer Culture*, 18(1), pp. 169–183. Available at: <https://doi.org/10.1177/1469540516659126>.
- Frimpong, N.A. (2023) 'From AR to AI: The Evolution of Filters (we deep dive into how filter have changed over the years and why people are turning their back on them)', *Thefithagency.com*, 24 March.
- Gill, R. (2016) 'Postfeminism and the New Cultural Life of Feminism', *Feminist Ghosts: The New Cultural life of Feminim* [Preprint].
- Gulati, A. *et al.* (2024) 'What is beautiful is still good: the attractiveness halo effect in the era of beauty filters', *Royal Society Open Science*, 11(11). Available at: <https://doi.org/10.1098/rsos.240882>.
- Hearn, A. (2015) "'Meat Mask Burden": Probing the contours of the branded "self"', *Journal of Consumer Culture* [Preprint].
- Joshi, S.R. (2023) 'The Representation of the Body in new media, TikTok', *Shanti Journal*, 3(1–2), pp. 93–105. Available at: <https://doi.org/10.3126/shantij.v3i1-2.60817>.
- Karpova, K. and Borymska, O. (2022) 'My cyber self: identity presentation on Tik Tok', *Current issues of Ukrainian linguistics: theory and practice*, (44), pp. 118–129. Available at: <https://doi.org/10.17721/APULTP.2022.44.118-129>.
- Kress, G. and Leeuwen, T. van (2021) *Reading Images*. 3rd ed. London: Routledge.
- Kusumawardhani, D. (2025) 'Cantik dalam Sekejap: Dampak Psikologis Filter di Media Sosial', *Kumparan.com*, 7 February. Available at: <https://kumparan.com/dianti-kusumawardhani/cantik-dalam-sekejap-dampak-psikologis-filter-di-media-sosial-24P3ycusk6W> (Accessed: 3 March 2025).
- Liu, J. (2021) 'The Influence of the Body Image Presented Through Tik Tok Trend-Videos and Its Possible Reasons', *Advances in Social Science, Education and Humanities Reseach*, 559, pp. 359–363.
- Marr, B. (2023) 'Picture Perfect: The Hidden Consequences Of AI Beauty Filters', *Forbes*, 9 June. Available at: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2023/06/09/picture->



perfect-the-hidden-consequences-of-ai-beauty-filters/?sh=7b73a5dc7d5d
(Accessed: 5 March 2025).

- Marwick, A. (2015) 'Instafame: Luxury Selfies in the Attention Economy', *Public Culture* [Preprint].
- McCabe, M., de Waal Malefyt, T. and Fabri, A. (2020) 'Women, makeup, and authenticity: Negotiating embodiment and discourses of beauty', *Journal of Consumer Culture*, 20(4), pp. 656–677. Available at: <https://doi.org/10.1177/1469540517736558>.
- Morsley, T.R. (2021) 'Beauty filters are changing the way young girls see themselves', *MIT Technology Review* [Preprint]. Available at: <https://www.technologyreview.com/2021/04/02/1021635/beauty-filters-young-girls-augmented-reality-social-media/> (Accessed: 24 October 2023).
- Mulvey, L. (1975) 'Visual pleasure and Narrative Cinema'. Available at: <https://www.amherst.edu/system/files/media/1021/Laura%20Mulvey%20C%20Visual%20Pleasure.pdf> (Accessed: 19 November 2025).
- Nakamura, L. (2020) 'Feeling good about feeling bad: virtuous virtual reality and the automation of racial empathy', *Journal of Visual Culture*, 19(1), pp. 47–64. Available at: <https://doi.org/10.1177/1470412920906259>.
- Noviani, R. (2018) 'Wacana Multimodal Menurut Gunther Kress dan Theo Van Leeuwen', in W. Udasmoro (ed.) *Hampanan Wacana: Dari Praktik Ideologi, Media Hingga Kritik Poskolonial*. Yogyakarta: Ombak, pp. 1–199.
- Pendergrass, W. (2023) 'Artificial intelligence and its potential harm through the use of generative adversarial network image filters on TikTok', *Issues in Information Systems*, 24(1), pp. 113–127. Available at: https://doi.org/10.48009/1_iis_2023_110.
- Petersson McIntyre, M. (2018) 'Gender by Design: Performativity and Consumer Packaging', *Design and Culture*, 10(3), pp. 337–358. Available at: <https://doi.org/10.1080/17547075.2018.1516437>.
- Primbet, D. (2023) 'The Bold Glamour filter is proof that Western Beauty is still seen as “the golden standard” and I’m tired of it’, *Glamour*, 9 March. Available at: <https://www.glamourmagazine.co.uk/article/bold-glamour-filter-western-beauty-standards> (Accessed: 17 May 2025).
- Riccio, P. *et al.* (2024) 'Mirror, Mirror on the Wall, Who Is the Whitest of All? Racial Biases in Social Media Beauty Filters', *Social Media and Society*, 10(2), p. 1. Available at: <https://doi.org/10.1177/20563051241239295>.
- Ritzer, G. and Jurgenson, N. (2010) 'Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer”', *Journal of Consumer Culture*, 10(1), pp. 13–36. Available at: <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>.
- Roberts, K. (2023) 'Here Why TikTok New “Bold Glamour” Filter Is Causing Controversy', *cosmopolitan*. Available at:



<https://www.cosmopolitan.com/entertainment/celebs/a43203022/tiktok-bold-glamour-filter/> (Accessed: 11 October 2023).

Studio QOVES (2023) 'we need to talk about this Tiktok filter | Bold Glamour Explained'. [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=pq9QjRx-Wd0&t=8s). Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=pq9QjRx-Wd0&t=8s> (Accessed: 1 March 2025).

Wegenstein, B. (2012) *The Cosmetic Gaze: Body Modification and The Construction of Beauty*. Cambridge: The MiT Press.

Wolf, N. (2002) *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York: HarperCollins.

Xu, Y. *et al.* (2023) 'The Relationship between Body Image and Usage of TikTok Beauty Filters', *Psychology*, 14(05), pp. 667–675. Available at: <https://doi.org/10.4236/psych.2023.145035>.

Zulli, D. and Zulli, D.J. (2022) 'Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform', *New Media and Society*, 24(8), pp. 1872–1890. Available at: <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Deskripsi dan Transkrip Multimodal

1. TikTok @ciafarizahra, 5 Desember 2024 – Parodi LIVE “cewek populer”

- **Visual** : Ditampilkan *LIVE* dengan menggunakan filter *Bold Glamour* efek glamour yang menonjolkan kemewahan, daya tarik, dan kesempurnaan estetika tubuh serta wajah. Ilusi penampilan ideal dengan menonjolkan kulit halus, mata besar, bulu mata lentik, bibir penuh simetris, serta pencahayaan yang dramatis untuk menambah kesan “mewah” dan “terpoles”. Tiktoker @ciafarizahra membangun *persona digital* yang secara visual selaras dengan citra “cewek populer” (*popular girl archetype*), wajah ideal secara ekstrem — kulit *glowing* tanpa cela, tulang pipi tegas, bibir merah bata tebal dan penuh, hidung mancung simetris, dan mata besar bercahaya.
- **Teks** : Tiktoker @ciafarizahra menampilkan elemen linguistik berupa Judul “POV live cewe populer lagi get ready”. Caption : “Bagian 6 | ini natural ya guys please deh.”
- **Suara** : Narasi Suara adalah sebagai berikut :

“Kak pakai filter apa? Gak pakai filter. Mantep banget ya lagu ini. Kak, alisnya sulam dimana? Gak sulam gue, ini alis natural gue. Eyelash dimana Kak? Gak eyelash juga, memang *nature* kaya gini, memang gue tu lashlift. Asli gue ga sabar banget malam ini. Idungnya oplas dimana? Ga ada ya gue oplas-oplas, idung asli gue. Mukanya mulus banget, spil skincare? Gue itu ke dokter, jadi gue dapet obat dokter begitu. Duh mana ya dia belum dateng lagi? Lagi tunggu siapa kak? Ada temen gue. Temen apa temen, semua dibilang temen? Temen lah, ya kan ‘*in the court we all fave*’, tahu kan lu, kaya begitu.

Intonasi Suara mengikuti gaya bicara “cewek populer”, penuh ekspresi dan kepercayaan diri. Ritmik bicara santai, ekspresif, naik-turun secara dinamis, dan cenderung hiperbolis dalam penekanan kata-kata tertentu. Dengan bahasa anak gaul kekinian pola intonasinya memperlihatkan permainan nada yang melengking di akhir kalimat—terutama pada kata-kata yang dianggap penting secara emosional seperti pada kalimat “Temen lah” dan “*in the court we all fave*”.



Elemen Auditori : Berlatar belakang musik genre ‘cumbia’ dengan ritme yang khas dan repetitif, mengundang gerakan tubuh yang bergoyang ritmis. (biasa digunakan untuk senam zumba).

- **Gestur:** Dalam siaran LIVE TikTok, kreator @ciafarizahra menampilkan gestur tubuh bergerak dinamis yang sinkron dengan ritme musik latar. Sering ia terlihat memonyongkan bibir sambil menahan lidah, kemudian tubuhnya ikut berjoget ringan mengikuti irama yang mengalun. Kedua tangannya menari di udara, kadang menyentuh telinga atau memperbaiki rambut untuk menegaskan kesan centil dan modis. Dalam beberapa momen, ia merapikan lipstik sambil menyentuh bibir, lalu menyapu tangan di dahi dan alis seolah memastikan tampilannya tetap rapi di depan kamera. Gerakan berikutnya memperlihatkan tangan yang menyentuh hidung dan pipi, menghadirkan kesan genit namun terkontrol, sebelum akhirnya ia memainkan lidah di dalam mulut secara subtil, memperkuat nuansa *playful* dan menggoda. Kadang disertai dengan pose “*mirror selfie*”, memiringkan kepala 15–30 derajat ke arah kamera, menopang dagu. meniru kebiasaan pose para influencer atau figur “cewek populer” di media sosial.
- **Interaksi:** Favorit/disukai oleh 324,8 K penonton, dikomentari oleh penonton sebanyak 911, jumlah disimpan oleh penonton sebanyak 7792, telah dibagikan/disebarkan sebanyak 3795

2. TikTok @riyukabunga, 1 Oktober 2024 – Parodi lipsink influencer lain bertema “cewek populer” .

- **Visual :** Pada Tampilan TikToker @riyukabunga, Filter *Bold Glamour* bekerja dengan sangat halus: ia memperhalus tekstur kulit, menajamkan kontur pipi dan hidung, mempertegas garis rahang, serta menambah efek kilau pada wajah, menciptakan kesan wajah sempurna seperti hasil riasan profesional. Mata terlihat lebih besar dan bersinar, bibir tampak lebih tebal dan simetris, sedangkan keseluruhan wajah seolah “disinari dari dalam,” menghasilkan kesan glamor, bersih, dan tak bercela. Dalam konteks performa parodi tersebut, wajah influencer tampil nyaris tanpa cacat, sehingga kontras dengan gestur-gestur hiperbolis dan ekspresi berlebihan yang ia tunjukkan. Saat ia memonyongkan bibir, mengoles lipstik, atau menyentuh wajahnya, filter tetap menjaga ilusi kesempurnaan—tidak ada garis kulit yang bergeser atau blur yang tampak, membuat wajahnya tetap ideal secara digital



meskipun ia banyak bergerak. Hal ini menciptakan efek uncanny: antara realitas tubuh yang lucu dan ekspresi yang dibuat-buat dengan wajah yang tampak terlalu “sempurna” untuk nyata.

- **Teks** : Judul yang ditampilkan pada video ini adalah “POV:Nontonin Live yang followernya sudah ada ‘k’ nya”. Dengan caption: Namanya ge seleb...
- **Suara** : Lipsink suara yang berasal dari rekaman suar influencer lain yang terkenal pencarian TikTok dengan kalimat “salad salmon saja ngga sih”. Narasi suaranya dalam video itu sebagai berikut : “Salad salmon aja ga sih? Ah... sudah LIVE. Lagi dimana Kak. Rumah. Cantik banget. *Thank you*. Makeupnya bagus banget. Literaly, ini aku nggak, No. makeup samasekali, iya aku gak suka pakai makeup. Alisnya bagus banget. Iya ini nggak sulam, nggak aku oplas, nggak aku natural, memang sudah begini dari lahir. Blasteran ya Kak? Iya papa aku sunda, mama aku ketoprak. Lagi LIVE, jangan berisik. Hari ini mau kemana? Grand Indonesia. Kalo ketemu boleh minta tanda tangan gak kak? Boleh, asal jangan tanda lahir. Mau apa ke Grand Indonesia? Jualan ketoprak, biasa. Sudah dulu ya, nggak ada yang nonton.”
- **Gestur**: TikTok @riyukabunga memparodikan gaya *lip-sync* khas “cewe populer.” Ia menatap layar seperti sedang bercermin—kamera menjadi *mirror* tempat ia mengatur ekspresi, memperbaiki tampilan, dan menegaskan persona sosialnya. Dengan rasa percaya diri yang sangat tinggi, ia berbicara dan bernyanyi seolah dirinya pusat perhatian, sementara senyum sok manis dan tatapan tajam ke kamera memperkuat kesan arogan namun memesona.
- **Interaksi**: Favorit/disukai oleh 2,2 M penonton, dikomentari oleh penonton sebanyak 19,6 K , jumlah disimpan oleh penonton sebanyak 101,1 K , telah dibagikan/disebarkan sebanyak 12,8 K.

3. TikTok @emilmario69, 8 Januari 2024 – Parodi “Cewek Populer”

- **Visual** : Dalam bingkai video TikTok @emilmario69, terlihat dua orang laki-laki , salah satu dari mereka berada di depan kamera dengan ekspresi percaya diri berlebihan, seolah sedang melakukan rutinitas kecantikan. Secara visual, filter ini menciptakan efek kulit halus, kontur wajah tegas, bibir lebih penuh, serta mata yang tampak besar dan berkilau, menjadikan kedua kreator tampil dengan ciri kecantikan digital yang ideal dan feminin. Efek filter *Bold Glamour* membuat wajah keduanya



tampak bercahaya dan simetris, menimbulkan kesan “cantik buatan” yang justru memperkuat aspek parodi dalam performa tersebut. Warna visual yang dihasilkan oleh pencahayaan lembut serta filter kecantikan TikTok memperkuat efek parodi: wajah terlihat halus dan bercahaya layaknya *beauty influencer* sungguhan. Dengan demikian, moda visual dalam video ini bukan hanya menghadirkan humor, tetapi juga memperlihatkan bagaimana identitas dan ekspresi gender dapat dimainkan secara fleksibel di ruang digital melalui estetika kecantikan dan performa sosial yang dikonstruksi secara sadar.

- **Teks** : Berjudul “pov cewe jaksel hits followernya sudah ‘K’ lagi live. Caption “kenapa pada badmood begitu si”
- **Suara** : Narasi suara dari video tersebut adalah sebagai berikut: “Lagi dimana? Tadi malem bagus banget, makan apaan sih? Nanti malam bakal hosting ya? Iya, gua bakal hosting sama Gilang. *You guys so pretty. We know. Slay.* Kasih kita pertanyaan yang interesting begitu ya guys. *Litteraly you guys so boring.* Udah kali ya livenya, bosan anjir”. Intonasi suara mengikuti intonasi suara “cewek populer”, berbicara penuh percaya diri dengan suara rendah, namun di beberapa bagian intonasi meninggi dan ekspresif. Musik latar belakang yang digunakan pada video ini adalah musik dengan genre hip hop.
- **Gestur**: Ia mengaca ke arah kamera yang berfungsi sebagai cermin digital, lalu mengoleskan lipstik dengan gestur perlahan dan manja, diikuti dengan gerakan menggambar alis secara dramatis sambil memiringkan kepala. Di sisi lain, temannya memakai bedak ke seluruh wajah, menepuk-nepukkan spon bedak di pipi dan seluruh wajahnya sambil bercakap-cakap. Gerakannya feminim, lembut, berlebihan, dan penuh kesadaran terhadap kamera. Keduanya menampilkan kombinasi gestur feminin yang dilebih-lebihkan, seperti menatap diri sendiri dengan tatapan genit, menepuk pipi pelan, serta mempermainkan rambut atau ujung baju seolah sedang berpose cantik. Ekspresi wajah mereka sengaja dibuat manja dan penuh percaya diri, membentuk kontras lucu dengan identitas gender mereka yang maskulin.
- **Interaksi**: Favorit/disukai oleh 887,9 K penonton, dikomentari oleh penonton sebanyak 8612 , jumlah disimpan oleh penonton sebanyak 26,3 K , telah dibagikan/disebarkan sebanyak 4161.



4. Tik Tok @iniganta—Parodi lagu Artis Perempuan Populer “Tiara Andini”

- **Visual** : Pada video TikTok yang diunggah oleh kreator @iniganta. Terlihat sang kreator sedang menyanyikan satu bait lagu dari penyanyi asli Tiara Andini. Penggunaan filter *Bold Glamour* membentuk moda visual yang kontras antara cantik dan komikal. Efek kecantikan sangat menonjol disetiap lekukan wajahnya. Kecantikan digital terlihat secara hiperrealistik, sehingga wajah kreator tampak lebih halus, simetris, kontur pipi maskulin dengan rahang tegas, dan wajah bercahaya layaknya hasil riasan profesional. Efek visual wajahnya tampil sempurna secara digital. Ekspresi wajah yang dilebih-lebihkan, serta sinkronisasi bibir yang komikal.
- **Teks** : Caption “Bukankah seperti itu semesta?”
- **Suara** : Suara yang digunakan adalah suara asli kreator TikTok @iniganta menyanyikan lagu Arsy Widianto dan Tiara Andini (2021) berjudul “Bahaya”, pada bait kelima yang dinyanyikan oleh Tiara Andini. Musik pengiringnya adalah musik asli dari lagu tersebut. Cover lagu singkat tersebut dibuat komikal/lucu. Intonasi suara : mengikuti nada lagu, ada bagian yang sengaja dibuat fals, dan dibagian akhir dibuat parodi suara hewan ‘sapi’. Narasi suara sebagai berikut:

Narasi suara @iniganta	Lirik Lagu Asli
Dung das des (parodi suara musik)	(Musik)
Bukan kah semesgyah	Bukankah semesta
Yang ferdemokan kidah	Yang pertemukan kita?
Haruskah kuuuuu...	Haruskah ku
Sampaikan pada pandang	Sampaikan pada bintang?
Maskesmas bukan kamu	Mengapa bukan kamu
Yang memiliki ak... moooo...	Yang memiliki aku?

- **Gestur**: Gestur yang ditampilkan oleh kreator @iniganta dalam video tersebut memperkuat nuansa parodi yang ingin dibangun. Saat menyanyikan bagian bait kelima yang dibawakan oleh Tiara Andini, ia menggunakan gerakan tubuh feminin yang dibuat-buat dan ekspresi wajah yang dilebih-lebihkan, seperti menatap kamera dengan pandangan genit, memiringkan kepala secara dramatis. Selain itu, ia juga