



ABSTRACT

Today, make up and skincare are becoming increasingly popular among young women. Many young women make up and skincare users not only become users, but also become loyal followers of the stylish trends and make-up and skincare products on the market. The media played a major role in spreading the trend regarding make up and skincare products to a wide audience. Today's makeup and skincare trends are no longer sponsored by advertisements in print and electronic media, but also by beauty influencers. This study intends to see the emergence of a new beauty discourse, according to the perspective of followers of beauty influencer. Of course in the process of the emergence of new beauty discourses, there are several things to consider, such as the role of beauty influencers, activities carried out by beauty influencers, how followers see beauty influencers, and the impact on perceptions of beauty discourse according to their followers.

This research was conducted for 8 months from August 2017 to February 2018. The data research technique used was observation of beauty influencers and interviews of four informants of the subscribers beauty influencer.

The findings of this study indicate that the beauty discourse arises using strategies related to intimacy or closeness that is built personally between beauty influencers and their followers. The new beauty discourse that arises due to the presence of beauty influencers can be said as a contradictory discourse with the old beauty discourse, namely the beauty discourse oriented to westernized physical characteristics, changing with a discourse of beauty that is freer and does not depend on physical characteristics. According to the perspective of followers, who are also the informants of this study, the beauty influencer succeeded in being seen as an ordinary person who was also a beauty guru. With the beauty discourse conveyed, later followers also often see beauty influencers as motivating, even providing positive perspectives on values related to physical characteristics and beauty standards.

Keywords: Demotic Turn, Beauty Influencer, Beauty Values, Social Media



ABSTRAK

Dewasa ini, *make up* dan *skincare* menjadi semakin populer di kalangan perempuan muda. Banyak di antara perempuan muda pengguna *make up* dan *skincare* bukan hanya berperan menjadi pengguna saja, melainkan juga menjadi pengikut setia tren-tren gaya dan produk *make up* dan *skincare* yang beredar di pasaran. Media berperan besar dalam menyebarkan tren mengenai produk *make up* dan *skincare* ke khalayak luas. Tren *make up* dan *skincare* dewasa ini bukan lagi disponsori sekedar oleh iklan pada media cetak dan elektronik, melainkan juga oleh *beauty influencer*. Penelitian ini bermaksud melihat kemunculan wacana kecantikan yang baru, menurut perspektif *followers beauty influencer*. Tentu saja dalam proses kemunculan wacana kecantikan yang baru, terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan, seperti peran *beauty influencer*, aktivitas yang dilakukan oleh *beauty influencer*, bagaimana *followers* melihat *beauty influencer*, hingga dampaknya terhadap persepsi tentang wacana kecantikan menurut *followersnya*.

Penelitian ini dilakukan selama 8 bulan dari bulan Agustus 2017 hingga Februari 2018. Teknik penelitian data yang digunakan adalah dengan observasi *beauty influencer* dan wawancara empat informan *subscribers beauty influencer*.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa wacana kecantikan tersebut muncul dengan menggunakan strategi yang berkaitan dengan *intimacy* atau kedekatan yang dibangun secara personal antara *beauty influencer* dengan *followersnya*. Wacana kecantikan baru yang muncul akibat keberadaan *beauty influencer* dapat dikatakan sebagai wacana yang kontradiktif dengan wacana kecantikan yang lama, yaitu wacana kecantikan yang berorientasi pada karakteristik fisik yang kebarat-baratan, berganti dengan wacana kecantikan yang lebih bebas dan tidak bergantung pada ciri-ciri fisik. Menurut perspektif *followers*, yang juga merupakan informan penelitian ini, *beauty influencer* berhasil dipandang sebagai orang biasa yang juga sekaligus seorang *beauty guru*. Dengan wacana kecantikan yang tersampaikan, *followers* kemudian juga kerap memandang *beauty influencer* sebagai sosok yang memotivasi, bahkan memberikan perspektif yang positif terhadap nilai-nilai yang berkaitan dengan karakteristik fisik maupun standar kecantikan.

Kata kunci; *Demotic Turn*, *Beauty Influencer*, *Wacana Kecantikan*, *Media Sosial*