

***IMPRESSION MANAGEMENT INTAN KEMALA SARI SEBAGAI  
BEAUTY INFLUENCER PLUS SIZE DI INSTAGRAM***

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



**Oleh:**

**TIARA FEBRI ANGELLIA  
NPM. 18043010173**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2023**

**PRESENTASI DIRI INTAN KEMALA SARI SEBAGAI *BEAUTY*  
*INFLUENCER PLUS SIZE* DI INSTAGRAM**

Disusun Oleh:

**TIARA FEBRI ANGELLIA**  
**NPM. 18043010173**

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi.

**Menyetujui,  
Pembimbing**

**Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom**  
**NIP. 198501082018032001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

***IMPRESSION MANAGEMENT INTAN KEMALA SARI SEBAGAI BEAUTY  
INFLUENCER PLUS SIZE DI INSTAGRAM***

Disusun Oleh:

**TIARA FEBRI ANGELLIA**  
**NPM. 18043010173**

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur  
Pada Tanggal 16 September 2023**

**Menyetujui,**

**Pembimbing**

**Tim Penguji**

**1. Ketua**

**Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom**  
**NIP. 198501082018032001**

**Dr. Yudiana Indriastuti, S.Sos, M.Si**  
**NPT. 374019901711**

**2. Sekretaris**

**Heidy Arviani, S.Sos, M.A**  
**NIP. 198511072018032001**

**3. Anggota**

**Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom**  
**NIP. 198501082018032001**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
**NIP. 196804182021211006**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tiara Febri Angellia

NPM : 18043010173

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi : ***Impression Management Intan Kemala Sari Sebagai Beauty Influencer Plus Size di Instagram***

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar – benar berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri dan bukan merupakan tiruan, salinan atau publikasi dari skripsi atau karya ilmiah pihak luar, kecuali kutipan kutipan dari ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 24 Juli 2023  
Yang Bersangkutan

**Tiara Febri Angellia**  
**NPM. 18043010173**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran, Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, atas berkat dan tuntunannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul ***“Impression Management Intan Kemala Sari Sebagai Beauty Influencer Plus Size di Instagram”***. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat mengerjakan skripsi pada Program Strata-1 di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada penelitian ini tidak lepas dari arahan dan bimbingan dari Ibu Ade Kusuma, S.Sos, M.Med.Kom dengan segala perhatian dan kesabaran dalam membimbing penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Syafrida Nurrachmi, S.Sos, M.Med.Kom selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

5. Keluarga penulis khususnya orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan agar penulis tetap melakukan tanggung jawab menyelesaikan penelitian ini.
6. Teman-teman angkatan 2018 Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat serta memotivasi penulis.

Surabaya, 17 Juli 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	13
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1. Manfaat Akademis.....	13
1.4.2. Manfaat Praktis.....	14
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	15
2.2. Landasan Teori.....	21
2.2.1. <i>New Media</i> .....	21

2.2.1.1. Definisi <i>New Media</i> .....	21
2.2.1.2. Fungsi <i>New Media</i> .....	24
2.2.1.3. Karakteristik <i>New Media</i> .....	25
2.2.1.4. Dampak <i>New Media</i> .....	27
2.2.2. Media Sosial Instagram .....	28
2.2.3. <i>Beauty Influencer Plus Size</i> .....	30
2.2.4. Mitos Kecantikan di Media Massa Indonesia.....	36
2.2.5. Teori <i>Impression Management</i> .....	40
2.2.5.1. Definisi <i>Impression Management</i> .....	40
2.2.5.2. <i>Online Impression Management</i> .....	41
2.3. Kerangka Berpikir .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	46
3.2. Desain Penelitian.....	47
3.3. Definisi Konseptual.....	48
3.3.1. Media Sosial Instagram .....	48
3.3.2. <i>Beauty Influencer Plus Size</i> .....	49
3.3.3. <i>Impression Management</i> .....	49
3.4. Subjek dan Objek Penelitian .....	50
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	52
3.6. Teknik Analisis Data .....	52
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	55
4.1.1. Profil Intan Kemala Sari .....	55



4.1.2. Intan Kemala Sari sebagai <i>Beauty Influencer Plus Size</i> .....	57
4.2. Penyajian dan Analisis Data.....	59
4.2.1. <i>Ingratiation</i> .....	60
4.2.2. <i>Intimidation</i> .....	70
4.2.3. <i>Self Promotion</i> .....	76
4.2.4. <i>Exemplification</i> .....	82
4.2.5. <i>Supplication</i> .....	92
4.3. Pembahasan.....	100
4.3.1. Analisis <i>Ingratiation</i> Pada Akun Instagram @kemalasari .....	101
4.3.2. Analisis <i>Intimidation</i> Pada Akun Instagram @kemalasari.....	106
4.3.3. Analisis <i>Self Promotion</i> Pada Akun Instagram @kemalasari .....	110
4.3.4. Analisis <i>Exemplification</i> Pada Akun Instagram @kemalasari .....	113
4.3.5. Analisis <i>Supplication</i> Pada Akun Instagram @kemalasari .....	117
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>121</b>
5.1. Kesimpulan.....	121
5.2. Saran.....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>134</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang ....	18
Tabel 4.1.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang pertama .....	61
Tabel 4.2.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua .....	62
Tabel 4.3.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang ketiga .....	63
Tabel 4.4.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang keempat .....	64
Tabel 4.5.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kelima .....	65
Tabel 4.6.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang keenam.....	66
Tabel 4.7.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang ketujuh.....	67
Tabel 4.8.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedelapan dan kesembilan.....	68
Tabel 4.9.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kesepuluh.....	71
Tabel 4.10.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kesebelas.....	73
Tabel 4.11.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua belas .....	75
Tabel 4.12.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang ketiga belas, keempat belas, dan kelima belas .....	77
Tabel 4.13.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang keenam belas .....	78
Tabel 4.14.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang ketujuh belas.....	80
Tabel 4.15.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedelapan belas..	82
Tabel 4.16.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kesembilan belas	84
Tabel 4.17.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua puluh .....	86
Tabel 4.18.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua puluh satu.....	88

Tabel 4.19.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua puluh dua .....	90
Tabel 4.20.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua puluh tiga .....	92
Tabel 4.21.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua puluh empat .....	94
Tabel 4.22.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua puluh lima .....	95
Tabel 4.23.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua puluh enam .....	96
Tabel 4.24.	<i>Impression management</i> Intan Kemala Sari yang kedua puluh tujuh.....	98

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	8 Negara Pengguna Instagram Terbanyak (April 2022).....	2
Gambar 1.2.	Akun Instagram Intan Kemala Sari .....	7
Gambar 4.1.	Akun Instagram Intan Kemala Sari .....	55
Gambar 4.2.	Jumlah Postingan dalam Taktik <i>Impression Management</i> di akun Instagram @kemalasarri .....	59

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Tahap pengumpulan dan pengolahan data sekunder oleh penulis.. 134
- Lampiran 2. Penulis melakukan analisis terhadap postingan akun Instagram  
@kumalasari ..... 134
- Lampiran 3. Unit Analisis Postingan akun Instagram @kemalasari ..... 135

## ABSTRAK

### TIARA FEBRI ANGELLIA. 18043010173. IMPRESSION MANAGEMENT INTAN KEMALA SARI SEBAGAI *BEAUTY INFLUENCER PLUS SIZE* DI INSTAGRAM

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan *impression management* Intan Kemala Sari sebagai *beauty influencer plus size* di media sosial Instagram. Metode penelitian ini ialah analisis isi dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan cara mendokumentasikan postingan pada akun Instagram @kemalasari. Sampel yang diteliti adalah postingan berupa di akun Instagram @kemalasari dengan waktu publikasi tanggal 1 Januari 2020 hingga 1 Januari 2022, yang berjumlah 28 postingan. Batasan waktu penelitian selama 2 (dua) tahun terakhir karena waktu tersebut merupakan jangka waktu *ter-up to date* tersebut dan Intan Kumala Sari sedang berupaya membangun atau menjaga citra dirinya sebagai *beauty influencer plus size* sehingga pemilihan waktu publikasi postingan bertujuan untuk melihat konsistensi Intan Kemala Sari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Intan Kemala Sari menggunakan keseluruhan taktik milik Jones & Pittman yaitu *ingratiation*, *self promotion*, *exemplification*, *intimidation* dan *supplication*. Taktik yang digunakan ini pada dasarnya menjadi sebuah upaya membangun atau menjaga citra Intan Kemala Sari sebagai *beauty influencer plus size* yang mendobrak standar kecantikan dan melawan perlakuan diskriminasi terhadap wanita bertubuh *plus size* seperti perundungan, *hate speech*, dan *body shaming*. Tujuan utama yang terlihat adalah ingin mematahkan *stereotype* bentuk tubuh ideal dan mengajak lebih menghargai secara positif mengenai segala bentuk dan penampilan tubuh.

**Kata Kunci:** Impression Management, Beauty Influencer, Plus Size, Instagram

## **ABSTRACT**

### **TIARA FEBRI ANGELLIA. 18043010173. INTAN KEMALA SARI'S SELF PRESENTATION AS A PLUS SIZE BEAUTY INFLUENCER ON INSTAGRAM**

*This study aims to describe Intan Kemala Sari's impression management as a plus size beauty influencer on Instagram social media. This research method is content analysis with a qualitative descriptive approach by documenting posts on the Instagram account @kemalasari. The sample studied was posts on the Instagram account @kemalasari with publication times from January 1 2020 to January 1 2022, which totaled 28 posts. The time limit for research is the last 2 (two) years because that time is the most up-to-date period and Intan Kumala Sari is trying to build or maintain her image as a plus size beauty influencer so the timing of post publication aims to see the consistency of Intan Kemala Sari . The results showed that Intan Kemala Sari used all of Jones & Pittman's tactics, namely ingratiation, self promotion, exemplification, intimidation and supplication. This tactic is basically an effort to build or maintain Intan Kemala Sari's image as a plus size beauty influencer who breaks beauty standards and fights against the treatment of threats against plus size women such as bullying, hate speech, and body shaming. The main goal seen in his presentation is to break the stereotype of ideal body shape and invite more positive appreciation of all body shapes and appearances.*

**Keywords: Impression Management, Beauty Influencer, Plus Size, Instagram**