

**PENGALAMAN DAN PEMAKNAAN *BEAUTY QUEEN*  
DALAM *IMPRESSION MANAGEMENT* SEBAGAI *BEAUTY &  
LIFESTYLE INFLUENCER* DI MEDIA SOSIAL**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister (S2) Ilmu  
Komunikasi**



**SAIRA SAIMA RAO**

**2241013006**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2026**

**PENGALAMAN DAN PEMAKNAAN *BEAUTY QUEEN*  
DALAM *IMPRESSION MANAGEMENT* SEBAGAI *BEAUTY &  
LIFESTYLE INFLUENCER* DI MEDIA SOSIAL**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Magister (S2) Ilmu  
Komunikasi**



**SAIRA SAIMA RAO**

**2241013006**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2026**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Saira Saima Rao**

**NIM : 2241013006**

**Tanda Tangan :**

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Saira Saima Rao', written on a white background. The signature is cursive and includes a vertical line to its right.

**Tanggal : 6 April 2026**




**HALAMAN PENGESAHAN**

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Saira Saima R.  
NIM : 2241013006  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Tesis : PENGALAMAN DAN PEMAKNAAN *BEAUTY QUEEN*  
DALAM *IMPRESSION MANAGEMENT* SEBAGAI *BEAUTY & LIFESTYLE INFLUENCER*  
DI MEDIA SOSIAL

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi – Universitas Bakrie.

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si. (...   
Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si., CICS (...   
Penguji 2 : Eli Jamilah Miharja, S.S, M.Si., Ph.D., CICS. (... 

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal : 6 April 2026

**UNGKAPAN TERIMA KASIH**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam menyelesaikan dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari selain usaha yang saya lakukan, banyak bantuan yang diberikan dalam mengerjakan tesis ini dari berbagai pihak yang berharga. Dan untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Mama dan Papa, serta kakak yang selalu memberikan dukungan terbaik mereka dari memulai masa studi hingga kapanpun.
2. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si selaku ketua jurusan Magister Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie
3. Dr. Mochammad Kresna Noer S.Sos., M.Si selaku dosen yang telah memberikan arahan terbaik dalam proses pengerjaan dan pengajaran.
4. Teman - teman kelompok Dina, Dhika, Chyta dan kak Pras atas dinamika kerja sama dan saling menyemangati.
5. Teman - teman Batch 5 yang telah berjuang dari awal masa perkuliahan.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa dapat memberikan berkat dan rahmat-Nya pada seluruh pihak yang memberi dampak positif dalam pengerjaan dan penyelesaian tesis ini. Dan semoga tesis ini memberi manfaat besar untuk banyak kalangan di masyarakat.

Jakarta, 6 April 2026

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saira Saima Rao  
NIM : 2241013006  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Jenis Tesis : Tesis (S2)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas

Bakrie Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya

ilmiah saya yang berjudul: *PENGALAMAN DAN PEMAANAAN BEAUTY QUEEN DALAM IMPRESSION MANAGEMENT SEBAGAI BEAUTY & LIFESTYLE INFLUENCER DI MEDIA SOSIAL*

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 6 April 2026

Yang menyatakan



Saira Saima R

**PENGALAMAN DAN PEMAKNAAN *BEAUTY QUEEN*  
DALAM *IMPRESSION MANAGEMENT* SEBAGAI *BEAUTY &  
LIFESTYLE INFLUENCER* DI MEDIA SOSIAL**

**SAIRA SAIMA RAO**

---

***ABSTRACT***

Perkembangan media sosial mendorong terbentuknya ruang representasi peran baru bagi *beauty queen* dalam menjalankan perannya sebagai *beauty & lifestyle influencer* di media sosial. Fenomena ini tidak hanya menekankan pada aspek visual, tetapi juga pada bagaimana individu mengelola kesan, membangun kredibilitas, serta memaknai identitas dirinya sebagai figur publik. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dinamika peran tersebut yang semakin kompleks di era digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami pengalaman dan pemaknaan *beauty queen* dalam menjalankan perannya sebagai *beauty & lifestyle influencer* di media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi hermeneutik untuk menggali pengalaman hidup (*lived experience*) subjek secara mendalam. Pemilihan subjek dilakukan melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria *beauty queen* yang pernah mengikuti ajang kecantikan tingkat nasional dan aktif sebagai *beauty & lifestyle influencer*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam sebagai data primer serta didukung oleh data sekunder berupa dokumentasi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman *beauty queen* dalam menjalankan perannya sebagai *influencer* merupakan proses yang kompleks, reflektif, dan penuh makna. Proses tersebut mencakup pengelolaan kesan, pembangunan kredibilitas, serta negosiasi identitas yang dilakukan secara sadar melalui kurasi konten di media sosial. Selain itu, para subjek juga menghadapi berbagai tekanan sosial dan tuntutan profesional dalam menjaga keselarasan antara citra diri, nilai personal, dan ekspektasi audiens. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa media sosial menjadi ruang strategis sekaligus simbolik dalam membentuk dan mempertahankan identitas *beauty queen* sebagai *influencer*. Peran tersebut tidak hanya bersifat representatif, tetapi juga mengandung tanggung jawab sosial serta tantangan dalam menjaga autentisitas dan kredibilitas di tengah dinamika digital.

Kata kunci : fenomenologi hermeneutik, *beauty queen*, *influencer*, *impression management*, media sosial

DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>3</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>4</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>5</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>7</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>8</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1. Definisi Konsep.....	11
2.1.1 Impression Management.....	11
2.1.2 Source Credibility Theory.....	13
2.1.3 Celebrity Endorser.....	14
2.1.4 Media Sosial.....	15
2.1.6 Beauty & Lifestyle Influencer.....	18
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
<b>BAB III</b>	
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Desain dan Pendekatan.....	29
3.2. Subjek Penelitian.....	31
3.3 Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Data Primer.....	32
3.3.2 Data Sekunder.....	33
3.4 Analisis Data.....	33
3.5 Triangulasi Data.....	34
3.6 Operasionalisasi Konsep.....	36
<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	48
4.1.1 Profil Subjek Penelitian.....	48
4.1.2 Profil Triangulator.....	49
4.2 Penyajian Data.....	50
4.2.1 Pengalaman Awal Beauty Queen Memasuki Peran sebagai Influencer.....	50

4.2.2 Pengalaman Menjalani Aktivitas sebagai Beauty & Lifestyle Influencer...	54
4.2.3 Pengalaman Menghadapi Tantangan dan Tekanan Sosial.....	57
4.2.4 Pengalaman Mengelola Identitas, Pengembangan karir Influencer dan Personal Branding.....	60
4.2.5 Peran Tanggung Jawab dan Batasan Professional.....	64
4.2.6 Makna Menjadi Beauty & Lifestyle Influencer bagi Beauty Queen.....	67
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	70
4.3.1 Lensa Teori Impression Management.....	70
4.3.2 Lensa Teori Source Credibility.....	72
4.3.3 Lensa Teori Celebrity Endorser di Media Sosial.....	74
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>76</b>
<b>5.2 Kendala dan Keterbatasan.....</b>	<b>80</b>
5.3 Saran dan Implikasi.....	81
5.3.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	81
5.3.2 Saran untuk Industri/Lembaga/Subjek.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Penelitian sebelumnya;.....23

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.....	55
Gambar 2.....	63
Gambar 3.....	65