

**KONSTRUKSI MAKNA KECANTIKAN MODERN
DALAM IDENTITAS BRAND LUXCRIME (STUDI
DESKRIPTIF PADA PENGGUNA *TWO WAY CAKE* DI
TIKTOK)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi**



RACHEL YOELITA AYU

1221003048

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rachel Yoelita Ayu
NIM : 1221003048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Konstruksi Makna Kecantikan Modern dalam Identitas Brand
Luxcrime (Studi Deskriptif pada Pengguna Two Way Cake di TikTok)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWANPENGUJI

Pembimbing : Ari Kurnia, S.I.Kom., M.I.Kom ()

Pembahas 1 : Alifia Firliani, S.I.Kom., M.A. (HCM) ()

Pembahas 2 : Ni Luh Ketut Indah Widia Sari, S.I.Kom., M.A. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 2 September 2026

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rachel Yoelita Ayu

NIM : 1221003048

Jakarta, 7 Agustus 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rachel Yoelita Ayu', followed by a period.

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rachel Yoelita Ayu
NIM : 1221003048
Program Studi : Ilmu Komunikasi S1
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Konstruksi Makna Kecantikan Modern dalam Identitas Brand Luxcrime: Studi Fenomenologi pada Pengguna Two Way Cake

Telah berhasil menyelesaikan revisi proposal tugas akhir dan **diterima** sebagai bagian persyaratan yang diperlukan dalam mengikuti sidang tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi S1, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PEMBAHAS/PEMBIMBING :

Pembahas 1 : Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM) (Disetujui pada tanggal 4 Agustus 2026, 13:34:17)
Pembimbing 1 : Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas penyertaannya yang tak pernah berkesudahan di hidup peneliti hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi peneliti dengan judul “*Konstruksi Makna Kecantikan Modern dalam Identitas Brand Luxcrime: Studi Deskriptif pada Pengguna Two Way cake di TikTok*” dengan baik. prosesnya tidaklah mudah namun menjadi pelajaran yang sangat berharga untuk peneliti.

Skripsi ini menjadi bukti berakhirnya masa pendidikan penulis di Universitas Bakrie, perjalanan yang tidak mudah namun memberikan pelajaran yang sangat berharga untuk peneliti. Skripsi ini bukan hanya sekedar tugas akhir tetapi lebih dari itu, skripsi ini menjadi proses pembelajaran, perjuangan dan jatuh bangunnya peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Bakrie. Dengan selesainya skripsi ini bukanlah akhir dari pembelajaran peneliti melainkan awal dari bagian kehidupan peneliti yang baru

Selesainya Skripsi ini tidak lepas dari doa dan dukungan sekitar peneliti, doa dan dukungan yang tidak pernah putus sehingga akhirnya peneliti mampu menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus

Atas penyertaan Nya yang tidak pernah berkesudahan serta hikmat dan kebijaksanaan sehingga akhirnya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. KasihNya yang tidak berkesudahan selalu menyertai peneliti dan menguatkan peneliti di kala peneliti hilang harapan.

2. Papa, Mama dan Yedija

Terima kasih yang mendalam peneliti sampaikan atas segala doa, kasih sayang, dan dukungan yang tiada pernah terputus. Terima kasih telah menjadi rumah yang hangat, pendengar yang sabar, serta tempat peneliti berteduh dan berbagi cerita di tengah dinamika serta perjuangan selama penyusunan skripsi ini.

3. Miss Ari Kurnia, S.I.Kom., M.I.Kom.

Terimakasih atas bimbingan Miss Ari selaku dosen pembimbing dari awal hingga akhirnya peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih atas segala arahan, masukan, dukungan serta kritik membangun yang membuat peneliti akhirnya bisa memahami penelitian peneliti

4. Dosen Penguji

Terima kasih kepada Miss Alifia Firliani, S.I.Kom., M.A. (HCM) selaku dosen penguji 1 peneliti yang sudah memberikan masukan, arahan dan kritik yang membangun sehingga peneliti mampu lebih memahami penelitian peneliti.

5. Rekan-rekan Peneliti

Terimakasih kepada Adam selaku pasangan peneliti yang setia menemani peneliti dalam proses pengerjaan skripsi, terima kasih karena sudah memberikan dukungan penuh dalam segala bentuk, terima kasih telah menjadi pendengar yang baik dan mendengarkan keluh kesah peneliti saat proses pengerjaan. Kepada Zikri, Aurel, Ocha, Callysta, Divo, Anya, Ka Putri, Ka Divi, Apel, Rai, Syifa, Angel, Asih selaku kerabat peneliti, terima kasih telah menemani, mendukung, mendengarkan, menghibur serta membantu peneliti di saat pengerjaan.

6. Informan dan Triangulator

Terimakasih kepada Angel, Marvel dan Shofi yang bersedia menjadi informan peneliti dalam penelitian ini dan bersedia membagikan pengalamannya demi keberhasilan skripsi ini. Terimakasih juga kepada Ibu Septia Winduwati, S.Sos, M.Si yang telah bersedia menjadi triangulator dalam penelitian ini serta membagikan pandangannya terhadap konstruksi makna kecantikan.

Kepada nama-nama yang tidak dapat peneliti tuliskan, terimakasih atas doa dan dukungan selama proses pengerjaan skripsi. Penelitian ini akan menjadi pengingat akan perjalanan dan perjuangan penulis serta penulis berharap dapat bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 7 Agustus 2026

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Rachel Yoelita Ayu
NIM : 1221003048
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Nonesklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Konstruksi Makna Kecantikan Modern dalam Identitas Brand Luxcrime: Studi Deskriptif pada Pengguna Two Way Cake di TikTok”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengaluhmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir 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 : 07 Agustus 2026

Yang Menyatakan,



Rachel Yoelita Ayu

Konstruksi Makna Kecantikan Modern dalam Identitas Luxcrime: Studi Deskriptif pada Pengguna Two Way Cake di TikTok

RACHEL YOELITA AYU

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri kosmetik lokal dan fenomena pergeseran standar kecantikan modern di media sosial, khususnya tampilan soft matte dan poreless finish. Permasalahan penelitian ini menyoroti bagaimana terpaan komunikasi merek lokal di TikTok mampu mengonstruksi pemaknaan kecantikan secara dialektis pada kesadaran konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pembentukan makna kecantikan pada pengguna produk two way cake Luxcrime setelah terpapar komunikasi merek di TikTok. Landasan teoritis yang digunakan adalah Teori Konstruksi Sosial atas Realitas dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang mencakup tiga momen dialektis: eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap informan kunci wanita berusia 20–26 tahun di Jakarta, serta pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi konten TikTok, dan analisis data interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konstruksi realitas kecantikan berlangsung secara terintegrasi: pada tahap eksternalisasi, narasi diproyeksikan melalui short video, ulasan micro-influencer, dan interaksi eWOM; pada tahap objektivasi, klaim poreless melembaga menjadi standar keindahan yang rasional bagi iklim tropis; serta pada tahap internalisasi, nilai tersebut diserap ke dalam kesadaran subjektif pengguna yang meningkatkan rasa percaya diri dan meredefinisi makeup sebagai bentuk self-expression dan self-care.

Kata Kunci: Konstruksi Realitas Sosial; Makna Kecantikan; TikTok

**Constructing the Meaning of Modern Beauty Through Luxcrime's Identity:
A Descriptive Study of Two Way Cake Users on TikTok**

RACHEL YOELITA AYU

ABSTRACT

This study is backgrounded by the growth of the local cosmetics industry and the shifting phenomenon of modern beauty standards on social media, particularly the soft matte and poreless finish look. The research problem highlights how exposure to local brand communication on TikTok dialectically constructs the meaning of beauty in consumer consciousness. This study aims to analyze the process of constructing the meaning of beauty among users of Luxcrime two way cake products after being exposed to the brand's communication on TikTok. The theoretical framework utilized is the Social Construction of Reality theory by Peter L. Berger and Thomas Luckmann, which encompasses three dialectical moments: externalization, objectivation, and internalization. The research method employs a descriptive qualitative approach with purposive sampling techniques targeting key female informants aged 20–26 years in Jakarta. Data collection was conducted through in-depth interviews, TikTok content observation, and interactive data analysis. The results show that the construction of beauty reality occurs in an integrated manner: during the externalization stage, narratives are projected through short videos, micro-influencer reviews, and eWOM interactions; at the objectivation stage, the poreless claim becomes institutionalized as a rational standard of beauty suitable for tropical climates; and at the internalization stage, these values are absorbed into the users' subjective consciousness, enhancing self-confidence and re-defining makeup as a form of self-expression and self-care.

Keywords: Social Construction of Reality; Meaning of Beauty; TikTok

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Konsep yang Relevan	6
2.1.1 Definisi Makna Kecantikan.....	6
2.1.2 Definisi Kecantikan Modern	6
2.1.3 Stimulus Brand	7
2.2 Teori Konstruksi Realitas Sosial.....	7
2.3 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	9
2.4 Model Kerangka Pemikiran	18
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Desain dan Pendekatan	20
3.2 Obyek dan Subyek.....	21
3.3 Pengumpulan Data	22
3.4 Analisis Data.....	23
3.5 Triangulasi Data.....	23
3.6 Operasionalisasi Konsep	25
BAB IV	30
HASIL DAN PEMBAHASAN	30

4.1 Gambaran Konteks Penelitian	30
4.1.1 Profil Objek Penelitian.....	30
4.1.2 Karakteristik Informan.....	31
4.1.3 Proses Pengumpulan Data	32
4.2 Penyajian Data.....	32
4.2.1 Pendekatan dan Metode Penelitian Kualitatif Deskriptif dalam Temuan Lapangan.....	33
4.2.2 Objek Penelitian Spesifik: Konten dan Narasi Komunikasi Luxcrime di TikTok	34
4.2.3 Subjek Penelitian Spesifik: Profil dan Pengalaman Para Informan.....	36
4.3 Pembahasan dan Diskusi	37
4.3.1 Tahapan Eksternalisasi	38
4.3.2 Tahapan Objektivasi	43
4.3.3 Tahapan Internalisasi	47
BAB V.....	52
SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan.....	52
5.2 Kendala dan Keterbatasan	53
5.3 Saran dan Implikasi	54
5.3.1 Saran untuk Peneliti Berikutnya	54
5.3.2 Saran untuk Industri.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Two Way Cake Luxcrime.....	3
Gambar 3. 1 Contoh Konten TikTok yang Akan Dianalisis.....	21
Gambar 4. 1 Profil Akun TikTok Resmi @luxcrime_id.....	30
Gambar 4. 2 Konten Review Two Way Cake Luxcrime oleh Beauty Influencer.....	35
Gambar 4. 3 Interaksi Kolom Komentar sebagai Bentuk eWOM	41
Gambar 4. 4 Perbandingan Hasil Before-After Penggunaan Two Way Cake Luxcrime..	45

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	2
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	19
Tabel 3. 1 Operationalisasi Konsep.....	26