

Body Positivity* Konten @juliarimbaaa dalam Membangun Kepercayaan Diri *Followers

<https://doi.org/10.25008/wartaiski.v8i1.364>

Azizah Nazwa Aulia¹, Mukaromah^{1*}

¹Universitas Dian Nuswantoro

Jln. Imam Bonjol No. 207-209, Semarang 50131 - Indonesia

*e-mail korespondensi: mukaromah@dsn.dinus.ac.id

Submitted: 12/05/2025, **Revised:** 15/05/2025, **Accepted:** 28/05/2025

Accredited by Kemristekdikti No. 72/E/KPT/2024

Abstract - Body positivity is a movement that emphasizes the importance of accepting one's own body without being bound by narrow beauty standards. This phenomenon has become particularly relevant among Generation Z, who often experience a crisis of self-confidence. One example is the TikTok account @Juliarimbaaa, which presents content that addresses the insecurities commonly felt by Gen Z. The account features a variety of posts on body positivity, ranging from personal experiences to social criticism, delivered through visual and narrative formats. This study aims to observe how the content produced by @juliarimbaaa contributes to building self-confidence among her followers, especially those from Gen Z. Using a descriptive qualitative approach, the research analyzes the TikTok content of @juliarimbaaa during the period of July to December 2024, focusing on messages of self-acceptance, appreciation of body diversity, and motivational narratives. The qualitative approach was chosen to gain an in-depth and detailed understanding of representation. The results indicate that the content successfully creates a safe and supportive space for followers to internalize positive values about their bodies and encourages them to become more confident in social life. Through authentic visual representation and a friendly communication style, @juliarimbaaa effectively conveys the message of body positivity not only received passively but also actively engaged with by her audience.

Keywords: Body Positivity; @juliarimbaaa; Self Confidence; Beauty standard; TikTok

Abstrak - Penelitian ini mengkaji tentang representasi body positivity dalam konten media sosial, khususnya pada platform TikTok yang tengah populer di kalangan generasi Z. Peneliti berfokus pada bagaimana akun TikTok @juliarimbaaa membangun narasi penerimaan diri dan kepercayaan diri melalui kontennya. Para peneliti terdahulu sepakat bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam membentuk citra tubuh dan kepercayaan diri remaja. Namun, sebagian besar studi masih berfokus pada dampak negatif media sosial terhadap citra tubuh. Studi ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menelaah bagaimana media sosial justru dapat digunakan sebagai sarana afirmatif untuk membentuk self-acceptance. Pada riset ini, peneliti berasumsi bahwa representasi positif dalam konten visual dan verbal mampu menciptakan dampak konstruktif terhadap persepsi tubuh audiens. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana konten TikTok @juliarimbaaa berkontribusi dalam membangun rasa percaya diri pengikutnya, khususnya generasi Z. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teori representasi Stuart Hall, terutama konsep encoding dan decoding pesan. Data diperoleh dari analisis konten video TikTok yang diunggah antara Juli hingga Desember 2024, dengan fokus pada narasi motivasional, penghargaan terhadap keberagaman tubuh,

dan pesan penerimaan diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten tersebut mampu menciptakan ruang yang aman dan suportif bagi pengikutnya untuk menginternalisasi nilai-nilai body positivity. Melalui representasi visual yang otentik, pengalaman pribadi, dan gaya komunikasi yang membumi, pesan yang dikonstruksi oleh kreator diterima secara aktif dalam posisi dominan-hegemonik oleh audiens. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat interaksi seperti like, komentar, share, dan save yang mengindikasikan bahwa audiens tidak hanya menjadi konsumen pasif, melainkan juga aktor aktif dalam mereproduksi makna positif tentang tubuh dan penerimaan diri.

Kata Kunci : Body Positivity; @juliarimbaaa; Kepercayaan Diri; Standar kecantikan, TikTok

PENDAHULUAN

Body positivity adalah gerakan sosial dan kultural yang mendorong individu untuk menerima, mencintai, dan menghargai tubuh mereka sendiri tanpa memandang bentuk, ukuran, warna kulit, atau kondisi fisik tertentu. Gerakan ini menolak standar kecantikan sempit yang dibentuk oleh media dan budaya populer, serta menekankan bahwa semua tubuh layak diperlakukan dengan hormat dan memiliki nilai (Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, 2019). Kepositifan tubuh adalah gerakan yang mendorong orang untuk merasa nyaman dan bangga pada tubuh mereka tanpa memperhatikan ukuran, berat, bentuk, atau faktor lainnya. Perempuan sering membandingkan tubuhnya dengan apa yang ditayangkan di televisi, serta karena kebiasaan perempuan berbicara tentang tubuhnya sendiri yang negatif, media juga menggambarkan gambar tubuh yang terkadang tidak realistis (Dewi, V. R., & Winduwati, 2019). *Body positivity* erat kaitannya dengan representasi, di mana perpaduan antara penerimaan terhadap penampilan fisik, rasa percaya diri, dan citra tubuh yang positif (Ilma Kautsar, M., Fuady, I., & Wibowo, 2022).

Representasi adalah bagian dari konsep komunikasi, yaitu pertukaran pesan melalui media yang menghasilkan makna tertentu (Alamsyah, 2020). Terdapat berbagai bahan kajian yang mengangkat terkait konsep representasi seperti representasi pada pemaknaan iklan. Contohnya pada Iklan produk merupakan salah satu bagian yang penting dalam dunia pemasaran, iklan produk juga menyampaikan pesan kepada masyarakat yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau layanan tertentu (Satria & Junaedi, 2022).

Terdapat beragam konten di media sosial yang dilakukan oleh konten kreator, antara lain adalah konten yang berkaitan dengan motivasi penguatan diri khalayak generasi Z. Gen Z adalah generasi yang erat dengan teknologi (*digital native*), sebagaimana mereka lahir di era *smartphone*, tumbuh bersama dengan berkembang pesatnya teknologi komputer, serta memiliki keterbukaan akan akses internet yang lebih mudah dibandingkan dengan generasi sebelumnya (Jaya, S., & Arswendi, 2024). Data terkait gen Z sering mengalami perasaan khawatir sebagai mana disampaikan dalam American Psychological Association, kekhawatiran yang semakin meningkat. Faktor utama yang memicu peningkatan ini meliputi perubahan iklim, ketidakpastian ekonomi, dan pengaruh media sosial. Padahal di sisi lain Gen Z jumlahnya cukup banyak. Menurut detik.com dengan persentase sebesar 22,85% atau sekitar 46,8 juta dan ini akan menjadi persoalan besar bila tidak segera ditanggulangi.

Gen Z cenderung merasakan perasaan harapan yang terlalu tinggi yang dapat menyebabkan munculnya ketidakpercayaan diri. Kementerian Kesehatan melalui situs Ayo Sehat menekankan pentingnya menjaga kesehatan mental remaja. Dalam laman tersebut menyebutkan bahwa kesehatan mental yang baik membantu remaja membangun hubungan yang sehat, beradaptasi dengan perubahan, dan memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor eksternal, seperti media sosial, berkontribusi terhadap tingginya tingkat kekhawatiran, terutama di kalangan gen Z (Kementerian Kesehatan RI, 2023).

Tingginya rasa kekhawatiran akan sesuatu banyak dialami oleh gen Z akibat media sosial, biasanya mengaitkan diri mereka dengan orang lain yang terlihat sempurna di media sosial. Hal ini dapat memicu perasaan tidak percaya diri dan rasa khawatir (Pambudy, 2023). Istilah kekhawatiran diri secara umum, dikenal dengan istilah *insecurity*. Perasaan ini timbul karena perempuan gen Z merasa minder karena tidak sesuai dengan idealisme kecantikan dan penampilan ideal yang ditetapkan Masyarakat (Alimatun, 2023).

Beberapa hal yang dapat menimbulkan kekhawatiran pada kalangan gen Z seperti ketidakpercayaan diri akan kecantikan yang dimiliki seperti yang diterima secara sosial seperti yang diterima secara sosial, seperti kulit putih, tubuh kurus, dan lain sebagainya, dapat menimbulkan kecemasan dan

keraguan pada diri wanita yang merasa tidak sesuai dengan standar kecantikan mereka (Chinta et al., 2023). *Self-confidence* atau kepercayaan diri muncul sebagai salah satu dampak psikologis dari suatu proses (Indriani, S. S., & Prasanti, 2021). Selain rasa kekhawatiran dalam kecantikan juga berhubungan dengan keresahan akan kondisi mental diri juga akan memacu rasa insecurity. Adapun bentuk *insecurity* terkait mental adalah gangguan suasana hati, kemampuan berpikir, dan kemampuan untuk mengendalikan emosi yang pada akhirnya dapat menyebabkan perilaku buruk (Sabil & Karnita, 2022).

Di era sekarang ini, mayoritas gen Z menganggap kecantikan sebagai sesuatu yang penting, sehingga memunculkan sebuah standar kecantikan yang berkaitan dengan bentuk fisik, wajah, dan tubuh seseorang. Demi mendapatkan bentuk tubuh dan fisik yang ideal, banyak gen Z yang menggunakan skincare untuk merawat tubuhnya agar terlihat cantik. Ada beberapa iklan kecantikan yang menampilkan model iklan dengan postur tubuh yang ideal dan cantik, penggambaran kecantikan perempuan dalam iklan tidak lain adalah untuk mendukung iklan tersebut agar dapat diterima oleh masyarakat Indonesia.

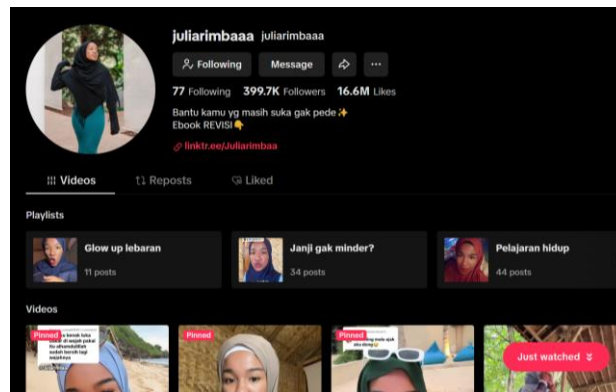
Bagi perempuan yang bentuk dan fisiknya dianggap kurang sempurna atau tidak memenuhi standar, adanya standar kecantikan tersebut menimbulkan rasa tidak nyaman dan sulit menerima diri sendiri. Hal ini membuat seseorang mudah menerima kritikan dan komentar kasar dari orang lain, baik yang datang dari teman, keluarga, maupun yang diunggah di media sosial. Komentar negatif dari orang lain dapat menimbulkan masalah kejiwaan pada orang tertentu karena membuat mereka merasa kurang percaya diri, kurang mampu mencintai diri sendiri, dan seolah-olah harus berpenampilan dengan cara tertentu.

Individu yang memiliki kulit yang putih bersih, dan *glowing* seringkali memiliki kesamaan dengan cara pandang positif dirinya secara positif. Hasil survei menunjukkan bahwa banyak perempuan masih percaya bahwa memiliki kulit putih adalah stigma cantik. Akibatnya, mereka sering merasa tidak percaya diri dengan kulit mereka yang gelap dan memutuskan untuk melakukan perawatan wajah seperti suntikan vitamin C, laser, atau krim wajah palsu (Anisa, A. R., & Winduwati, 2021). Unggahan yang mengarah pada cara pandang tentang *body positivity* hadir untuk mendorong para perempuan agar tidak memperdulikan tanggapan ataupun komentar buruk masyarakat terhadap kecantikan dan penampilannya. Tren ini merupakan respon penolakan atas standar kecantikan tidak realistis yang dibuat oleh masyarakat. Selain itu, *body positivity* hadir sebagai gerakan untuk menerima segala bentuk keberagaman bentuk tubuh dan penampilan yang masing-masing memiliki keunikan tersendiri (Lazuka, R. F., Wick, M. R., Keel, P. K., & Harriger, 2020).

Body positivity pada kecantikan berfokus pada penerimaan terhadap keberagaman bentuk tubuh dan penampilan yang lebih inklusif. Dalam konteks ini, perempuan dihadapkan pada gambaran tentang kecantikan yang tidak lagi terbatas pada satu standar fisik ideal, tetapi lebih kepada cara seseorang menerima dan merayakan penampilannya sendiri. Representasi *body positivity* dalam konten TikTok berfokus pada penghargaan terhadap kecantikan setiap individu tanpa memandang ukuran tubuh atau ciri fisik tertentu. Konten ini mengajak para perempuan untuk merasa percaya diri dengan penampilan mereka, serta menghargai diri mereka sebagai bagian dari keberagaman kecantikan yang ada.

Kehadiran media visual TikTok merupakan salah satu media sosial yang terkenal telah membuka peluang besar bagi para pengguna untuk mengekspresikan diri mereka, termasuk mengungkapkan pandangan tentang citra tubuh dan kecantikan melalui media. Kegiatan memposting ucapan di media sosial sebagai cara untuk mendapatkan hal yang positif atau menyenangkan seperti mendapatkan hiburan, mendapatkan relasi/teman baru (Mustofa & Mukaromah, 2024). Pengguna yang memiliki pengikut yang banyak memiliki kekuatan atas konten yang dimiliki untuk mempengaruhi khalayak pembaca atau penikmat akunnya. Pengguna ini seringkali kali disebut dengan *influencer*.

Akun @juliarimbaaa menarik untuk diangkat karena akun TikTok @juliarimbaaa merupakan akun pribadi tapi dalam kontennya dapat dengan mudah membagikan pesan-pesan tentang penerimaan diri dan keberagaman tubuh kepada penggunanya.



Gambar 1. Akun TikTok Julia Rimba

Akun @juliarimbaaa memiliki jumlah *followers* mencapai 399,7 ribu orang dan total *likes* sebesar 16,6 juta. Popularitasnya di platform ini mencerminkan konten yang menarik dan keterlibatannya yang tinggi dengan para pengikutnya, sehingga dengan mudah membagikan pesan-pesan tentang penerimaan diri dan keberagaman tubuh kepada penggunanya. Oleh karena itu, TikTok bukan hanya menjadi tempat untuk menghibur, melainkan juga menjadi ruang yang signifikan untuk mempromosikan pesan-pesan yang positif tentang tubuh dan kecantikan.

Penelitian ini akan berfokus pada konten yang mengandung unsur *body positivity* dalam konten TikTok pada akun @Juliarimbaaa dan bagaimana konten tersebut dapat membantu membangun rasa percaya diri bagi *followers*nya. Penelitian ini bisa diharapkan bisa menyumbang kontribusi dalam pengetahuan yang lebih luas mengenai bagaimana platform media sosial seperti TikTok dapat digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan tentang pentingnya menerima dan mencintai diri sendiri, serta bagaimana pesan tersebut diinterpretasikan oleh audiens

KERANGKA TEORI

Representasi

Stuart Hall merupakan salah satu tokoh terkemuka dalam kajian media dan budaya yang mengembangkan teori representasi sebagai bagian dari pendekatan konstruksionis terhadap komunikasi. Menurut Stuart Hall (1997) dalam Ivana Grace Sofia Radja & Leo Riski Sunjaya (2024), representasi bukan hanya sekadar cerminan realitas, melainkan proses aktif dalam membentuk makna melalui simbol, bahasa, dan tanda. Dalam konteks ini, representasi dalam media tidak hanya menampilkan dunia sebagaimana adanya, tetapi juga memengaruhi cara kita memahami dan menginterpretasikan berbagai isu sosial, termasuk *body positivity*.

Encoding dan *Decoding*, menurut Stuart Hall (1980) dalam Ika Yuliasari (2008), mengembangkan model komunikasi *encoding/decoding* yang menjelaskan bagaimana makna dalam media diproduksi dan dikonsumsi. Hall berpendapat bahwa komunikasi bukanlah proses linear di mana makna ditransmisikan secara langsung dari pengirim ke penerima, melainkan suatu proses yang melibatkan konstruksi dan interpretasi makna.

Encoding adalah tahap di mana produsen media (misalnya, pembuat konten TikTok) mengemas pesan dengan makna tertentu melalui simbol, bahasa, dan representasi visual. Sementara itu, *decoding* adalah proses di mana audiens menginterpretasikan pesan tersebut berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman mereka sendiri. Tahapan *decoding negotiated* merupakan salah satu dari tiga posisi pembacaan pesan media dalam teori *Encoding/Decoding* yang dikemukakan oleh Stuart Hall.

Pada tahap ini, audiens tidak sepenuhnya menerima makna dominan yang disampaikan oleh pembuat pesan, namun juga tidak sepenuhnya menolaknya. Sebaliknya, mereka melakukan negosiasi terhadap pesan tersebut dengan menyesuaikan makna yang diterima berdasarkan latar belakang sosial, pengalaman pribadi, nilai, dan kepentingan mereka sendiri. Hall (1980) dalam (Evangelia, 2013) menyatakan bahwa audiens “*partly shares the text’s code and broadly accepts the preferred meaning but modifies it in a way which reflects their own position and interests.*” Artinya, meskipun makna utama dari pesan media dipahami dan sebagian diterima, audiens juga menyisipkan interpretasi yang sesuai dengan hidup mereka. Oleh karena itu, makna sebuah pesan tidak bersifat tetap, tetapi bisa dipahami dengan berbagai cara oleh audiens yang berbeda.

Kepercayaan Diri

Percaya diri merupakan salah satu elemen penting dalam pembentukan karakter individu. Kepercayaan diri tidak hanya berkaitan dengan keberanian untuk tampil di depan umum, tetapi juga mencerminkan sejauh mana seseorang menerima dan menghargai dirinya sendiri. Sejalan dengan itu, konsep *body positivity* dalam era media digital turut berperan dalam membentuk kepercayaan diri, khususnya pada kalangan remaja dan dewasa muda. *Body positivity* adalah gerakan yang mendorong individu untuk menerima bentuk tubuhnya apa adanya, tanpa harus terikat pada standar kecantikan yang ditentukan oleh masyarakat atau media. Ketika seseorang mulai menerima dirinya secara utuh, baik dari segi fisik maupun psikologis, maka rasa percaya diri pun akan tumbuh dengan sendirinya (Cash & Smolak, 2011).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif dan cenderung mencakup analisis mendalam (Kaharuddin, 2021). Pendekatan kualitatif dipilih untuk memberikan pemahaman mendalam dan rinci mengenai *representasi body positivity* dalam konten TikTok pada akun @Juliarimbaaa. Penelitian ini menganalisis isi narasi dan visual pada akun @juliarimbaaa tentang pesan-pesan *body positivity*.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap unggahan akun @juliarimbaaa, khususnya yang memuat pesan *body positivity*. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari literatur yang relevan, termasuk teori representasi Stuart Hall sebagai landasan analisis. Analisis dilakukan dengan mengaitkan konten yang diamati dengan teori representasi, untuk melihat bagaimana makna tubuh dikonstruksikan. Untuk menjaga keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil observasi dengan komentar followers serta referensi literatur. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif, berdasarkan pola makna yang ditemukan.

HASIL PENELITIAN

Bagian ini membahas pengkategorian konten pada akun TikTok @juliarimbaaa berdasarkan observasi selama periode Juli – Desember 2024. Periode ini dipilih karena menunjukkan konsistensi tema *body positivity* serta tingginya interaksi *followers*. Penelitian dibatasi pada konten bertema *body positivity* dalam periode tersebut, dengan fokus pada video edukasi, testimoni pribadi, dan diskusi sosial yang memiliki lebih dari 50.000 penayangan.

Jenis Konten Akun @Juliarimbaaa

Media sosial telah menjadi ruang ekspresi yang dinamis bagi individu dan komunitas untuk berbagi pengalaman, pengetahuan, serta pandangan terhadap isu-isu sosial. Akun @Juliarimbaaa, sebagai salah satu kreator di platform TikTok, menampilkan beragam konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan wawasan dan membangun interaksi dengan audiensnya. Akun TikTok @juliarimbaaa dikenal sebagai salah satu kreator yang membagikan berbagai sisi kehidupan pribadinya secara autentik. Selain mengangkat isu tentang *body positivity*, Julia juga kerap membagikan konten bertema *a day in my life* yang memperlihatkan rutinitas harian dan gaya hidupnya.

Ia juga mengunggah video mengenai proses membangun dan tinggal di rumah bambu miliknya, yang menjadi daya tarik tersendiri karena memberikan nuansa alami dan sederhana dalam kehidupan modern. Selain itu, akun @juliarimbaaa juga membuat konten seperti aktivitas memasak, baik yang bersifat santai maupun sebagai bagian dari refleksi gaya hidup *mindful* dan mencintai diri sendiri. Variasi konten ini menunjukkan bahwa Julia tidak hanya fokus pada satu topik, melainkan menawarkan representasi kehidupan yang utuh dan relevan bagi audiensnya, terutama kaum muda.

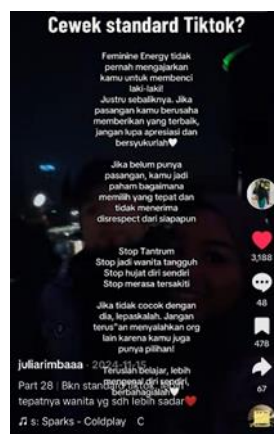
Dalam penelitian ini, fokus diarahkan secara khusus pada konten-konten yang membahas isu *body positivity*. Fokus ini dipilih karena tema tersebut memiliki relevansi tinggi dengan konstruksi identitas diri, penerimaan tubuh, dan standar kecantikan yang berkembang di media sosial, khususnya di TikTok. Penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana Julia menyampaikan pesan-pesan tentang penerimaan diri, serta bagaimana respons audiens mencerminkan proses decoding terhadap pesan tersebut. Dengan membatasi objek pada tema *body positivity*, diharapkan analisis dapat dilakukan secara lebih mendalam dan terfokus.

Setiap kategori memiliki karakteristik tersendiri dalam cara penyampaian dan keterlibatan audiens. Video edukasi hadir sebagai medium untuk menyampaikan informasi yang bersifat informatif dan berbasis data, sering kali dikemas dengan gaya yang ringan namun tetap sarat makna. Sementara itu, testimoni pengalaman pribadi memberikan ruang bagi narasi yang lebih personal, di mana kreator membagikan kisah nyata yang mengundang empati serta keterhubungan emosional dengan pengikutnya. Adapun diskusi sosial, menjadi wadah bagi eksplorasi berbagai isu yang berkembang di masyarakat, mendorong interaksi serta pertukaran perspektif di antara audiens.

Melalui analisis terhadap konten-konten yang diunggah, penelitian ini berupaya memahami bagaimana masing-masing kategori ini membentuk pola komunikasi digital, menarik perhatian audiens, serta berkontribusi terhadap dinamika wacana yang berkembang di media sosial. Menguraikan temuan berdasarkan tiga kategori tersebut, menyoroti pola unggahan, karakteristik konten, serta views yang ada setiap jenis konten yang diproduksi oleh akun @Juliarimbaa.

Video Edukasi

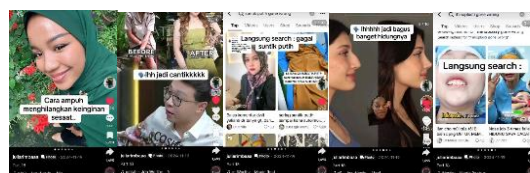
Konten pertama ini diunggah 15 November 2024, memiliki views sebanyak 58,1K, mendapatkan 3,188 *like*, 48 komentar, 478 *save*, dan 67 *share*.



Gambar 1. Video tentang standar kecantikan
<https://vt.tiktok.com/ZSMs5hxSy/>

“Cewek standard tiktok? *Feminine energy* tidak pernah mengajarkan kamu untuk membenci laki – laki! Justru sebaliknya. Jika pasangan kamu berusaha memberikan yang terbaik, jangan lupa apresiasi dan bersyukurlah. Jika belum punya pasangan, kamu jadi paham bagaimana memilih yang tepat dan tidak menerima disrespect dari siapapun. Stop *tantrum*, stop jadi wanita tangguh, stop hujat diri sendiri, stop merasa tersakiti. Jika tidak cocok dengan dia, lepaskanlah. Jangan terus terusan menyalahkan orang lain karena kamu juga punya pilihan! Teruslah belajar, lebih mengenal diri sendiri, berbahagialah”

Konten ini diunggah 19 November 2024 memiliki views sebanyak 783K, mendapatkan 67,2K *like*, 542 komentar, 5,924 *save*, dan 1,695 *share*.



Gambar 2. Video tentang menghilangkan keinginan sesaat
<https://vt.tiktok.com/ZSMs5tvQX/>

Konten ini berisi foto yang digeser, di dalam konten ini terdapat 10 foto. Foto 1 : foto Julia rimba sendiri dengan menggunakan jilbab hijau yang bertuliskan “cara ampuh menghilangkan keinginan sesaat” setelah digeser lanjut ke foto 2: gambar *before after infus whitening* dengan *caption*

“ihh jadi cantikkkk”. Lalu bergeser ke foto 3: menggunakan foto *search bar* TikTok dengan *caption* “Langsung *Search*: Gagal Suntik Putih”, lanjut bergeser ke foto 4: foto perempuan yang menunjukkan *before after* hidungnya dengan *caption* “ihhh jadi bagus banget hidungnya”.

Lalu digeser foto ke 5: dengan menggunakan foto *search bar* TikTok dan *caption* “langsung *search*: *rhinoplasty gone wrong*”, digeser ke foto 6: memperlihatkan seorang perempuan yang *before after* sehabis *botox* dengan *caption* “ihh awet muda”, digeser foto 7: dengan menggunakan foto *search bar* TikTok dan *caption* “langsung *search*: *botox gone wrong*”, lanjut geser ke foto 8: dari *search bar* tiktok bertuliskan *beautiful big nose*, dan *caption* foto “setelah itu, tulis apa yang kamu kurang sukai dari diri kamu, lalu *search*: *beautiful....beautiful.....*”.

Lanjut slide foto ke 9: dimana foto pasir pantai dengan tulisan “oh yaaa....ini berlaku ke segala hal ya! Bukan hanya fisik saja. Misalkan kamu kebanyakan *scroll* sosmed, lalu kamu paksakan nonton video : “kecanduan sosmed berujung....” Misalkan kamu terus-terusan makan *instant food* dan kamu malas olahraga, kamu *search*: “bahaya obesitas/bahaya tidak olahraga/dampak makanan *instant*”.

Kemudian berlanjut ke slide foto terakhir, ke 10: gambar di malam hari dengan tulisan di foto “jadi nanti kamu akan berhenti melakukan hal-hal yang kurang baik untuk kamu karena manusia biasa akan berhenti jika konsekuensi nyata sudah di depan mata: kadang dalam kehidupan kita tidak harus belajar dari pengalaman pribadi tetapi juga dari pengalaman orang terdahulu! Semoga berhasil”

Bentuk kepercayaan diri yang disajikan oleh @juliarimbaaa dalam konten-konten edukatifnya tidak hanya sebatas menerima penampilan fisik, tetapi lebih luas mencakup kesadaran diri, pengambilan keputusan secara bijak, dan kemampuan untuk menolak tekanan sosial yang merugikan. Julia menyajikan kepercayaan diri sebagai bentuk *emotional awareness*, yaitu kemampuan mengenali dan mengelola perasaan sendiri, serta membangun relasi yang sehat tanpa harus mengorbankan harga diri. Dalam video pertama misalnya, ia mengajak perempuan untuk berhenti menyalahkan diri, melepaskan relasi yang tidak sehat, dan belajar memahami diri. Ini mencerminkan kepercayaan diri dalam bentuk kematangan emosional.

Video Pengalaman Pribadi

Konten ini diunggah 13 November 2024, memiliki *views* sebanyak 9,7M, mendapatkan 101K *like*, 333 komentar, 10,5K *save*, dan 32 *share*.



Gambar 3. Video tentang Kulitku Ceritaku
<https://vt.tiktok.com/ZSMsaEwsH/>

Transkrip video itu adalah:

“Rasa *insecure* itu awal mula dari kesengsaraan gara-gara jerawat sampai merasa gak pantas untuk dicintai. Padahal kita itu lebih dari sekedar fisik kita aja. Ada beberapa dari kamu yang memang gak *insecure* fisik aja ya, tapi kebanyakan itu fisik. Kamu enak banget kalau udah pede. Ya, aku juga gak semata-mata langsung pede begini ya sayang. Awalnya aku *insecure* kulit hitam sampai tergiur pake merkuri, alhasil jerawat sampai parah. Dari situ aku belajar kalo rasa *insecure* itu adalah awal dari

kesengsaraan. Tapi dari situ aku jadi tau, jadi belajar untuk pake skincare yang bagus, yang sehat untuk kulit kita. Sama halnya dengan makanan. Berat badan aku itu dulu sempat melonjak, tapi dari situ aku jadi belajar kalo kita itu gak harus mengikuti standar orang lain, apalagi standar kecantikan di dunia ini. Di dunia yang fana ini yang udah gak realistis. Jadi stop lagi membandingkan diri sendiri sama orang lain. Cukup bandingkan diri kamu ke diri kamu yang sebelumnya, gitu aja. Thank you for watching.”

Representasi *body positivity* dalam konten pengalaman pribadi Juliarimbaa bukan hanya berbicara soal tubuh, tetapi juga soal pemaknaan ulang nilai diri, membangun bridging antara luka dan harapan, serta menyampaikan bahwa kepercayaan diri sejati lahir dari kejujuran, keberanian, dan solidaritas emosional.

Isu Sosial

Pada konten ini di unggah pada 10 Desember 2024 memiliki views sebanyak 117.3K, mendapatkan 6.691 like, 162 komentar, 207 save, dan 66 share.



Gambar 4. Video tentang standar kecantikan
<https://vt.tiktok.com/ZSMsmHWT8/>

Pada konten ini, Juliarimbaa bersama temannya tampil dengan *make-up bold* dan mengenakan hijab, menyampaikan pesan: "Standar kecantikan Indonesia bukan hanya tan skin tapi kulit yang beragam #antiinsecure". Konten kedua ini diunggah 12 Desember 2024 memiliki views sebanyak 117.3K, mendapatkan 3,627 like, 92 komentar, 594 save, dan 152 share.



Gambar 5. Video tentang Tutorial Anti Insecure
<https://vt.tiktok.com/ZSMsmHWT8/>

Transkrip konten video gambar 5:

“Tutorial menghindari rasa *insecure*. Kalo kamu lebih hitam, lebih gemuk, lebih apalah, pokoknya kamu merasa diri kamu kurang dibandingkan *crush*, pacar, suami, dan lain-lain sebagainya. Ya cari tau dia sukanya yang kayak gimana ya. Jangan repot. Kalo perlu gak usah dicari tau, gak perlu. Keliatan kalo dia suka sama kamu. Contohnya suami aku ya, suka orang yang kulitnya coklat, berwarna begini kayak aku. Terus ngapain kamu *insecure*? Makanya, kalo cari pasangan, kamu jangan halu ya, hilangkan halusinasi. Misalkan ini orang, kamu tau nih, ini orang suka sama orang yang putih. Terus kamu berkulit kayak aku nih, ya. Terus kamu masih lanjutkan? Ya udah, selamanya kamu *insecure* ya, mikirin kalo ada orang yang putih lewat depan dia. Nanti kamu stress, kayak mana? Jadi gitu ya sayangnya, jangan buat diri sendiri stress. Yang bahagia-bahagia aja udah hidup. Dia putih, kamu hitam, terus masalahnya dimana? Di pikiran kamu itu masalahnya. Kak, aku berat badannya sangat-sangat berlebih, laki aku kurus. Ya terus? Terus kenapa? Dia milih kamu berarti dia suka sama kamu. Kalo kamu yang gak cegil ya, kalo kamu cegil ya beda lagi. Bisa jadi dia memanfaatkan kamu dan lain sebagainya ya. Kalo kamu cegil dan kebucinan, tuh gampang dimanfaatkan. Tapi kalo kamu suka sama diri kamu, kamu percaya diri. Kamu *insecure* gara-gara hal tertentu, ya gitu aja mindsetnya lah. Emang bener sayang, kamu strawberry, dia sukanya apa? Vanilla. Gak akan bisa, gak akan itu terjadi. Kamu akan *insecure* terus. Oke, jamkan itu. Jadi kalo kamu kue lapis, terus tiba-tiba dia sukanya apa? Dadar gulung. Dia gak berhak, gak menyatu. Cari orang yang suka kue lapis juga biar nyambung. Mengerti?”

Bentuk kepercayaan diri yang disampaikan Julia dalam konten ini adalah kepercayaan terhadap konsep diri yang utuh yakni menerima keunikan diri sendiri tanpa rasa malu, dan menampilkan diri secara terbuka meski berbeda dari standar populer. Ia menunjukkan bahwa keberanian tampil “berbeda” bukan berarti melawan norma, tetapi mengembangkan ruang baru untuk keberagaman. Kepercayaan diri Julia tampak dalam ekspresi wajahnya, gaya tubuhnya yang rileks, serta cara ia berinteraksi dengan kamera, mencerminkan penerimaan diri yang tulus dan tidak dibuat-buat. Ini sejalan dengan konsep percaya diri sebagai hasil dari penerimaan diri, pengalaman sosial, serta persepsi positif terhadap tubuh.

Pembahasan

Penelitian ini menganalisis bagaimana makna pesan dalam akun @juliarimbaaa dikonstruksi dalam konten Julia (*encoding*) dan bagaimana audiens menafsirkannya (*decoding*). Stuart Hall menjelaskan bahwa representasi bukanlah refleksi realitas yang objektif, tetapi hasil dari proses konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh budaya, ideologi, dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat. Oleh karena itu, dalam konteks ini, TikTok menjadi media di mana makna tentang *body positivity* didekodekan oleh Julia dan kemudian didekodekan oleh audiens dengan berbagai cara.

Analisis dalam penelitian ini dilakukan terhadap lima konten yang telah dikategorikan dalam tiga kategori utama: isu sosial, edukasi, dan pengalaman pribadi. Setiap kategori memiliki pendekatan yang berbeda dalam menyampaikan *body positivity* dan membentuk persepsi audiens mengenai kecantikan dan kepercayaan diri.

Dalam kategori edukasi yang dilakukan oleh Julia Rimba dalam melakukan proses *encoding* konten yang dibuat oleh Juliarimbaa berfokus pada memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai konsep *self-love*, *body positivity*, dan cara membangun kepercayaan diri. Melalui pendekatan yang ringan namun bermakna, ia mengajarkan bagaimana seseorang dapat menerima dirinya sendiri tanpa perlu mengikuti standar kecantikan yang sudah tertanam dalam masyarakat. Pendekatan edukasi proses *decoding* yang digunakan dalam kontennya juga memperlihatkan bagaimana *followers* dapat memperoleh kesadaran terhadap bahaya standar kecantikan yang berlebihan, terutama yang berkaitan dengan prosedur kosmetik atau trend yang dapat membayarkan diri sendiri.

Dalam kategori pengalaman pribadi, konten yang dibuat oleh Juliarimbaa berfokus pada pengalaman hidupnya dalam menghadapi standar kecantikan yang sempit dan bagaimana ia membangun kepercayaan diri melalui perjalanan *self-acceptance*. Selain itu, penggunaan *hashtag* seperti #kulitkucericitaku dan #merayakankulit adalah bagian dari strategi *encoding*. *Hashtag* ini bukan sekadar pelabelan, tetapi alat untuk menghubungkan konten dengan gerakan atau komunitas yang lebih luas tentang *body positivity* dan penerimaan diri.

Dalam proses *decoding* pada konten pengalaman pribadi @juliarimbaaa menunjukkan bahwa audiens secara dominan menerima, memahami, dan menginternalisasi pesan tentang *body positivity* sebagai ajakan untuk mencintai diri sendiri, membangun kepercayaan diri, dan melepaskan standar kecantikan eksternal dengan respon yang selaras, suportif, dan emosional karena pengalaman tersebut dianggap relevan dengan pengalaman kolektif mereka.

Pendekatan personal ini tidak hanya membuat *followers* merasa lebih terhubung, tetapi juga memberikan validasi emosional bagi mereka yang mengalami masalah serupa. Melalui kisahnya, Juliarimbaa ingin menegaskan bahwa *body positivity* bukan hanya sekadar tren, tetapi merupakan perjalanan panjang yang membutuhkan proses penerimaan diri.

Dalam kategori isu sosial, konten yang dibuat oleh @juliarimbaaa menyoroti realita kehidupan sehari-hari yang sering terabaikan namun memiliki dampak signifikan terhadap cara individu memandang diri sendiri dan lingkungan sekitarnya. *Encoding* dalam dua konten bertema isu sosial yang dibagikan oleh @juliarimbaaa menunjukkan strategi komunikasi yang kuat dan menyentuh, di mana Julia mengemas kritik sosial terhadap standar kecantikan dan relasi yang tidak sehat melalui pendekatan visual dan naratif yang *relatable*.

Dalam konten pertama, ia menggunakan representasi visual seperti make-up tegas dan keberagaman warna kulit untuk menyuarakan bahwa kecantikan tidak bisa dibatasi oleh standar tunggal, serta memperkuat pesan ini dengan simbol seperti *hashtag* #antiinsecure. Sementara itu, dalam konten kedua, ia menyampaikan pesan *self-worth* dan kesadaran diri melalui analogi sederhana dan gaya tutur akrab, sekaligus menyisipkan kritik terhadap budaya perfeksionisme dan relasi sepihak. *Encoding* dalam kedua konten ini menekankan bahwa kejujuran, keberagaman, dan penerimaan diri adalah bentuk kekuatan yang layak dirayakan di tengah tekanan sosial yang kerap mengikis kepercayaan diri.

Sedangkan dalam proses *decoding*-nya respon *followers* terhadap dua konten isu sosial @juliarimbaaa umumnya bersifat positif dan mendukung. Banyak komentar menunjukkan bahwa pesan tentang keberagaman kecantikan dan pentingnya percaya diri berhasil tersampaikan dengan baik, seperti pujian atas penampilan dan semangat untuk menerima diri sendiri. Di sisi lain, ada juga komentar yang menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menerima pesan tersebut, tapi juga mengaitkannya dengan pengalaman pribadi mereka. Misalnya, beberapa orang membagikan kisah tentang bagaimana mereka mulai mencintai diri sendiri tanpa peduli standar orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa penonton tidak sekadar melihat dan menyetujui isi konten, tetapi juga memaknainya sesuai dengan kehidupan dan nilai-nilai mereka sendiri.

Pesan kepercayaan diri yang disampaikan oleh Julia dalam konten – konten ini tidak bersifat menggurui, melainkan bersifat membebaskan dan memberdayakan. Ia mengajak audiens untuk menyadari bahwa keinginan untuk mengubah penampilan sering kali muncul dari ekspektasi sosial yang tidak realistis, dan bahwa refleksi terhadap konsekuensi nyata dapat menjadi jalan untuk mencintai diri sendiri secara lebih utuh.

KESIMPULAN

Konten-konten yang diproduksi oleh @juliarimbaaa terbukti berkontribusi dalam membangun kepercayaan diri para pengikutnya, khususnya di kalangan Gen Z. Melalui representasi visual yang otentik, narasi yang *relatable*, serta pendekatan komunikatif yang membumi, konten-konten tersebut menyampaikan pesan *body positivity* secara efektif. Pesan yang dibangun tidak hanya menekankan penerimaan terhadap keberagaman tubuh, tetapi juga mendorong kesadaran diri dan kematangan emosional.

Dalam kerangka teori *encoding-decoding* Stuart Hall, pesan yang disampaikan oleh kreator ini diterima secara dominan dan positif oleh audiensnya, tercermin dari tingginya interaksi serta dukungan aktif dalam bentuk komentar, likes, dan penyebaran ulang konten. Hal ini menunjukkan bahwa konten @juliarimbaaa tidak hanya dikonsumsi secara pasif, tetapi juga menginspirasi reproduksi makna dan perubahan cara pandang terhadap diri sendiri di kalangan pengikutnya.

Konten-konten Julia Rimba menunjukkan bahwa sengaja dibuat untuk kontribusi dengan merepresentasikan nilai-nilai *body positivity* dalam setiap unggahannya, serta menganalisis representasi *body positivity* dalam konten TikTok @juliarimbaaa dan dampaknya terhadap pembangunan rasa percaya diri pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @juliarimbaaa

memanfaatkan media sosial TikTok sebagai ruang representasi yang kuat untuk menyampaikan pesan *body positivity* kepada generasi Z.

Proses *encoding* yang dilakukan Julia mencakup penggunaan saluran edukasi, pengangkatan isu sosial, dan testimoni pribadi untuk menyampaikan pesan yang otentik dan *relatable*. Julia Rimba berhasil mengomunikasikan pesan *body positivity* melalui visual dan narasi yang mendorong audiens, terutama perempuan, untuk menerima tubuh mereka tanpa terjebak dalam standar kecantikan yang sempit. Konten Julia tidak hanya bersifat hiburan, tetapi juga memberikan edukasi tentang pentingnya penghargaan diri, serta mengangkat isu sosial seperti body shaming dan keberagaman ekspresi feminin.

Sementara itu, proses *decoding* yang dilakukan oleh audiens memperlihatkan bahwa pesan ini dengan reaksi yang umumnya berada dalam posisi dominan dan negotiated, menunjukkan penerimaan terhadap makna yang disampaikan. Konsep percaya diri, sebagai hasil dari penerimaan diri dan persepsi positif terhadap tubuh, berperan penting dalam pengaruh konten Julia. Dengan pendekatan ini, Julia tidak hanya menjadi kreator konten, tetapi juga figur yang membentuk persepsi positif tentang tubuh dan pemberdayaan diri melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 92–99. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2540>
- Alimatun, K. (2023). *Perempuan Generasi Z: Antara Dorongan dan Beban Ganda*. Bincangperempuan.Com.
- Anisa, A. R., & Winduwati, S. (2021). Pemaknaan Body Positivity dalam Film Imperfect Pada Kalangan Remaja di Jakarta. *Jurnal Koneksi*, 5(2), 427–433.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (2011). Understanding body images: Historical and contemporary perspectives. In *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*, 2nd ed. (pp. 3–11). The Guilford Press.
- Chinta, S., Ghassani, A., & Lidwina, M. (2023). Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*, 1440–1448.
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body positive content on young women's mood and body image. *New Media & Society*, 21((7)), 1546–1564.
- Dewi, V. R., & Winduwati, S. (2019). *Kampanye Tubuh Positif Perempuan "Real People Real Body" oleh @Nipples_official*. <https://www.fimela.com/Beauty-Health/Read/3766988/Ini->
- Evangelia, M. (2013). Comics in education: Advocating visual literacy- Reinforcing intercultural discourse. *Beyond Textual Literacy: Visual Literacy for Creative & Critical Inquiry*, 253–263. <http://www.inter-disciplinary.net/publishing/id-press/ebooks/beyond-textual-literacy>
- Ika Yuliasari. (2008). Relasi Institusi Sosial, Media, Budaya, Dan Bahasa Dalam Pemikiran Stuart Hall. *Jurnal Komunikasi*, 5(1), 88.
- Ilma Kautsar, M., Fuady, I., & Wibowo, K. A. (2022). Representasi Nilai Body Positivity pada Akun Instagram XYZ. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 6((3)), 660–666. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i3.19195>
- Indriani, S. S., & Prasanti, D. (2021). Komunikasi pembelajaran daring di masa pandemi COVID-19: Dampak dan strategi adaptasi. *Komunikasi: Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 13(2), 123–136.
- Ivana Grace Sofia Radja, & Leo Riski Sunjaya. (2024). Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival: Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 13–20. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.160>
- Jaya, S., & Arswendi, R. (2024). Optimalisasi Instagram sebagai media pemasaran sosial dalam membentuk kesadaran lingkungan pada Generasi Z (Studi analisis isi konten @Pandawaragroup). *Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6((2)), 154–167.
- Kaharuddin, K. (2021). Kualitatif: ciri dan karakter sebagai metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–8.
- Kementerian Kesehatan RI. (2023). *Pentingnya kesehatan mental bagi remaja dan cara menghadapinya*. Ayo Sehat. <https://ayosehat.kemkes.go.id/pentingnya-kesehatan-mental-bagi-remaja>

- Lazuka, R. F., Wick, M. R., Keel, P. K., & Harriger, J. A. (2020). *Are we there yet? Progress in depicting diverse image of beauty in instagram's body positivity movement. Body Image.*
- Mustofa, Y. N., & Mukaromah, M. (2024). Motivasi Pelaku Hatespeech Dalam Mengeluarkan Emosi Pada Grup Facebook "Hujat Otomotif Indonesia." *MITZAL (Demokrasi, Komunikasi Dan Budaya): Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 8(2), 118. <https://doi.org/10.35329/mitzal.v8i2.4354>
- Pambudy, N. (2023). *Kecemasan Gen Z akibat Media Sosial*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/06/05/kecemasan-gen-z-akibat-media-sosial>
- Sabil, R., & Karnita, R. (2022). Perancangan Buku Jurnal Interaktif Untuk Membantu Mengelola Rasa Insecure Pada Remaja. *Komunikasi Visual Itenas*, 10(1), 1–15.
- Satria, G. D., & Junaedi, F. (2022). Representasi Kecantikan Perempuan Dalam Iklan Garnier Sakura White Dan Wardah White Secret. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 93–119. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.17753>