



UNIVERSITAS NASIONAL

**ANALISIS FRAMING FENOMENA *FAST BEAUTY* OLEH
CONTENT CREATOR INDONESIA PADA PLATFORM
TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

May Diana Putri Nahari

233516456327

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025



NATIONAL UNIVERSITY

**FRAMING ANALYSIS OF FAST BEAUTY PHENOMENON BY
INDONESIAN CONTENT CREATORS ON THE TIKTOK
PLATFORM**

SKRIPSI

Submitted as partial fulfillment of the requirements for Bachelor's Degree in
Communication Studies (S.Ikom)

Compiled by:
May Diana Putri Nahari
233516456327

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
COMMUNICATION SCIENCES STUDY PROGRAM
NATIONAL UNIVERSITY**

2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : May Diana Putri Nahari

NPM : 233516456327

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations / Hubungan Masyarakat

Judul Skripsi : Analisis Framing Fenomena *Fast Beauty* oleh
Content Creator Indonesia pada Platform TikTok

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 04 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Aes Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : May Diana Putri Nahari

NPM : 233516456327

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations / Hubungan Masyarakat

Judul Skripsi : Analisis Framing Fenomena *Fast Beauty* oleh
Content Creator Indonesia pada Platform TikTok

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 4 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Nursatyo, S.Sos., M.Si.

Ketua Prodi

Djudjur Luciana R, S.Sos., M.Si.,

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.



Nama: May Diana Putri Nahari

NPM : 233516456327

Tanda Tangan :

Tanggal : 17 Juli 2025



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : May Diana Putri Nahari

NPM : 233516456327

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Analisis Framing Fenomena Fast Beauty oleh

Content Creator Indonesia pada Platform TikTok

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

: Dr. Sahrudin, S.I.P., M.Si.

Penguji 1

: Djudjur Luciana R., S.Sos. M.Si.

Penguji 2 / Pembimbing : Nursatyo, S.Sos. M.Si.

Ditetapkan di :

Tanggal :

ABSTRAK

Nama : May Diana Putri Nahari
NPM : 233516456327
Judul Skripsi : Analisi Framing Fenomena *Fast Beauty* oleh *Content Creators* Indonesia pada Platform TikTok

Fenomena *fast beauty* menggambarkan percepatan produksi dan distribusi produk kecantikan secara masif dalam waktu singkat, yang memunculkan dinamika pro dan kontra di ruang digital. TikTok, sebagai platform media sosial yang sangat visual dan algoritmik, menjadi medium utama penyebaran wacana ini, terutama melalui peran *content creator*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana framing terhadap fenomena *fast beauty* dibentuk dalam konten TikTok oleh kreator Indonesia, dengan menggunakan model framing Robert Entman yang mencakup empat elemen: *define problems*, *diagnose causes*, *make moral judgments*, dan *treatment recommendation*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dengan metode analisis isi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipatif terhadap empat akun TikTok (@clahayes, @inisiara, @karduz_, dan @dosen_fashyun) yang merepresentasikan posisi pro dan kontra terhadap *fast beauty*. Data dianalisis secara variatif-komparatif dengan mengidentifikasi struktur narasi masing-masing konten berdasarkan empat elemen framing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa framing terhadap *fast beauty* dipengaruhi oleh posisi nilai dan pengalaman masing-masing kreator. Akun @clahayes dan @dosen_fashyun membingkai *fast beauty* sebagai praktik yang berisiko bagi konsumen dan lingkungan, menekankan pada kritik terhadap pola konsumtif, kualitas produk, dan keberlanjutan. Sebaliknya, akun @inisiara dan @karduz_ membingkai *fast beauty* sebagai bagian dari dinamika industri yang wajar dan responsif terhadap tren, serta menilai bahwa masalah utama justru terletak pada strategi internal brand yang tidak adaptif. Penelitian ini menegaskan bahwa framing di media sosial bersifat kompleks, terbuka, dan dipengaruhi oleh aktor-aktor non-media yang kini memiliki kekuatan dalam membentuk wacana publik.

Kata Kunci: Fast Beauty, TikTok, Framing, Content Creator, Media Sosial.

ABSTRACT

Nama : May Diana Putri Nahari
NPM : 233516456327
Judul Skripsi : Framing Analysis of Fast Beauty Phenomenon by
Indonesian Content Creators on the TikTok Platform

The *fast beauty* phenomenon refers to the rapid and continuous production of beauty products, driven by market trends, consumer demand, and social media influence. This trend has raised various responses both supportive and critical particularly on TikTok, where content creators significantly shape public discourse. This study aims to analyze how Indonesian beauty creators frame the *fast beauty* phenomenon on TikTok, using Robert Entman's framing theory which consists of four framing elements: define problems, diagnose causes, make moral judgments, and treatment recommendation. This research adopts a qualitative descriptive-analytical approach using content analysis as the primary method. Data were collected through non-participant observation of four TikTok accounts (@clahayes, @inisiara, @karduz_, and @dosen_fashyun), selected purposively to represent both pro and contra stances toward *fast beauty*. The analysis was conducted using a variative-comparative technique, allowing for detailed examination of narrative structures and framing strategies applied by each creator. The findings reveal that each creator frames *fast beauty* based on their personal experiences, values, and communication style. Accounts such as @clahayes and @dosen_fashyun construct *fast beauty* as a problematic trend that encourages overconsumption, reduces product quality, and poses environmental risks. In contrast, @inisiara and @karduz_ frame it as a necessary industrial adaptation to consumer behavior and global competition, shifting the perceived problem from the trend itself to the lack of innovation within local brands. This study concludes that framing in digital media is complex and participatory, with individual creators playing an active role in constructing and negotiating social meaning within the beauty industry.

Keywords: Fast Beauty, Framing, TikTok, Content Creator, Social Media.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini yang berjudul “Analisis Framing Fenomena *Fast Beauty* oleh *Content Creator* Indonesia pada Platform TikTok”.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pembelajaran di kampus dan memperoleh gelar S.Ikom. Penelitian ini tidak akan dapat terlaksana dan diselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni Universitas Nasional.
3. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku PLT Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, serta Wakil Dekan Bidang Administrasi Akademik dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. (C). Angga Sulaiman, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan II Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama dan Sumber Daya Manusia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional sekaligus Dosen Pembimbing penulisan skripsi yang telah banyak membantu, memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan laporan penelitian ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
7. Seluruh jajaran staf dan Dosen di Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama berkuliah di Universitas Nasional.

8. Orang tua, adik-adik, rekan kerja, maupun teman-teman, yang selalu memberikan doa, dukungan material, moral, dan semangat kepada penulis untuk kelancaran selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Moh Kamil Wahyudi, Mudakir Rifai, Reggi Djundjunan, dan Indra Ferdika selaku atasan kerja dan tim di PT MNC Pictures yang telah memberikan izin, kepercayaan, serta pengertiannya untuk penulis bekerja sambil menyelesaikan Pendidikan di Universitas Nasional.
10. May Diana Putri Nahari yang senantiasa mencintai dirinya, mendoakan, memberikan dukungan, berusaha bangkit dan percaya diri walaupun dunia terasa berat. Terima kasih sudah kuat, berani keluar dari zona nyaman, terus berusaha menjadi pribadi lebih baik lagi dan bermanfaat bagi sekitarnya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, untuk kebaikan dan penyempurnaan, penulis sangat menerima kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak, sehingga diharapkan penelitian di masa yang akan datang menjadi lebih baik.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, ilmu komunikasi khususnya di bidang *public relations* serta dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Jakarta, 17 Juli 2025

May Diana Putri Nahari

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Kesenjangan Penelitian (<i>Research Gap</i>).....	15
2.1.2 Kebaruan Penelitian (<i>Novelty</i>)	16
2.2 Kajian Teori dan Konsep	17
2.2.1 Teori Framing (Robert Entman)	17
2.2.2 Media Sosial TikTok.....	21
2.2.3 Konten Kecantikan	24
2.2.4 Konsep Fenomena <i>Fast Beauty</i>	27
2.2.5 Pro dan Kontra Narasi <i>Fast Beauty</i>	29
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33

3.2 Pendekatan Penelitian.....	34
3.3 Metode Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Fenomena <i>Fast Beauty</i>	45
4.2 Analisis Framing <i>Fast Beauty</i>	49
4.3 Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
4.1 Kesimpulan	78
4.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Beberapa Content Creator yang Membahas Fast Beauty di TikTok.....	4
Gambar 2. 1. Kerangka Berpikir	32
Gambar 4. 1. Media Online Beautynesia Memberitakan Fast Beauty	47
Gambar 4. 2. Media Online Kompas TV Jakarta Memberitakan Fast Beauty	47
Gambar 4. 3. Media Online IDN Times Sulsel Memberitakan Fast Beauty.....	48
Gambar 4. 4. Unggahan dan komentar di akun @clahayes terkait Fast Beauty ...	50
Gambar 4. 5. Unggahan dan komentar di akun @inisiara terkait Fast Beauty	57
Gambar 4. 6. Unggahan dan komentar di akun @karduz_ terkait Fast Beauty	63
Gambar 4. 7. Unggahan dan komentar di akun @dosen_fashyun terkait Fast Beauty	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu Mengenai Framing.....	11
Tabel 3. 1. Profile Akun Content Creator Terpilih	39
Tabel 3. 2. Instrumen Observasi	42
Tabel 4. 1. Analisis Konten 1	52
Tabel 4. 2. Analisis Konten 2.....	58
Tabel 4. 3. Analisis Konten 3.....	65
Tabel 4. 4. Analisis Konten 4.....	71
Tabel 4. 5. Visualisasi Perbandingan Framing dari 4 Content Creator.....	76