https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290

JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE

Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

REPRESENTASI CITRA DIRI @FBREEANA SEBAGAI FASHION *INFLUENCER LEMON8* DI TENGAH STANDAR KECANTIKAN MODERN

Sekar Ayu Dyah Sitoresmi,[1] Ari Mariyono,[2] Danang Try Purnomo[3]
[1,2,3] Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya, Wonogiri
e-mail : sekarayudyahs@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji bagaimana Febriana P Devi (@fbreeana) membangun citra diri sebagai fashion Influencer pada platform media sosial baru seperti Lemon8 ditengah standar kecantikan yang ada di Indonesia. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes, penelitian ini menganalisis konten Lemon8 @fbreeana pada periode Oktober 2024 hingga Februari 2025. Analisis dilakukan pada tiga tingkatan makna: denotasi, konotasi, dan mitor. Data dikumpulkan melalui observasi non partisipan dan dokumentasi unggahan media sosial Lemon8 @fbreeana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @fbreeana memperlihatkan bagaimana fashion dapat mengubah penampilan seseorang. Febriana P Devi @fbreeana merepresentasikan dirinya sebagai mentor yang membagikan pengetahuan fashion, sebagai trendsetter, dan sebagai komunikator yang membangun komunitas interaktif.Meski beberapa konten @fbreeana masih memperkuat standar kecantikan yang umum, namun seperti tubuh langsing dan kaki jenjang, namun @fbreeana memberikan alternatif melalui trik fotografi dan pemilihan pakaian yang lebih eksklusif dengan menunjukkan bahwa tampilan elegan dan cantik juga dapat dicapai melalui cara yang sederhana sehingga memberikan flesibilitas bagi audeins untuk menampilkan citra diri yang diinginkan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa identitas yang dibangun di media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh individu, tetapi juga oleh karakteristik platform yang digunakan dan interaksi dengan pengikut. Temuan dalam penelitian memberikan pemahaman tentang bagaimana Influencer fashion menghadapi standar kecantikan modern melalui proses konstruksi dan representai citra diri.

***Keywords**: Representasi, Influencer, Lemon8, Kecantikan*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini mempermudah masyarakat dalam penggunaan media. Berdasarkan survei *We Are Sosial* pengguna media sosial di Indonesia mencapai 139 juta pengguna setara dengan 49,9% populasi nasional pada tahun 2024 (Rizaty, 2024). Era digital juga telah membentuk transformasi dalam industri fashion dan kecantikan secara signifikan. Platform media sosial tidak hanya menjadi sarana dalam berbagi konten, namun juga menjadi ruang untuk mebangun identitas dan citra diri. Saat ini platform media sosial sangat berkembang pesat.

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

Platform media sosial *Lemon8* merupakan salah satu platform media sosial baru yang semakin populer di Indonesia khususnya di kalangan Generasi Z dan Milenial. *Lemon8* diluncurkan oleh *Bye Dance* yang merupakan perusahaan induk TikTok pada tahun 2020 di Asia, kemudian memasuki pasar Indonesia pada tahun 2022, dan telah menarik perhatian pengguna dengan fokusnya pada konten visual berkualitas tinggi yang menggabungkan elemen Instagram dan Pinterest (Morris, 2023).

Lemon8 adalah aplikasi media sosial yang menekankan pada konten visual dengan fokus pada gaya hidup, kecantikan, dan fashion. Berbeda dengan Instagram yang lebih berfokus pada foto dan video singkat karakteristik platform *Lemon8* menciptakan lingkungan yang mendukung *Influencer* untuk mengembangkan konten yang tidak hanya menonjolkan aspek visual tetapi juga konten yang memiliki nilai dan edukasi. (Tobing, 2023).

Saat ini munculnya fashion *Influencer* merupakan salah satu fenomena yang timbul dari adanya penggunaan platform media sosial. *Influencer* didefinisikan sebagai seseorang yang mampu mempengaruhi dan mampu menjadi pemimpin opini di media sosial (Andarini *et al*., 2021). *Influencer* tidak hanya berasal dari kalangan selebriti saja namun seseorang yang memiliki pengikut banyak dan mampu menjadi inspirasi dapat dikategorikan sebagai *Influencer*. Dengan dinamika pengguna yang terjadi media sosial dapat memunculkan Micro *Influencer*. Micro *Influencer* merupakan *Influencer* yang memiliki pengikut sebesar 1000 sampai 100 ribu dan mampu mendapat kepercayaan dari audiens(Erfiana & Purnamasari, 2023). Sehingga media sosial yang dapat memunculkan *Influencer* baru dari kalangan non selebriti.

Influencer harus memiliki keahlian dalam bidang tertentu untuk menarik perhatian dan simpati dari audiens .Seseorang didefinisikan sebagai fashion *Influencer* karena memiliki keahlian di bidang mode, gaya pakaian, atau tren fashion yang kemudian membagikan pengetahuan dan inspirasi mereka kepada pengikut. (Athaya & Irwansyah, 2021). Oleh karena itu melalui *Lemon8* pengguna berusaha membuat konten semenarik mungkin untuk menarik pengikut dalam jumlah yang besar. Menurut Muhammad Rayhan Firdaus & Rahmawati Zulfiningrum (2022) popularitas menentukan bagaimana seseorang dapat diterima oleh pengguna media sosial.

Pada penelitian ini, Febriana P Devi atau lebih dikenal dengan @fbreeana merupakan salah satu fashion *Influencer* yang mendapatkan banyak perhatian pada platform *Lemon8* yang mampu memiliki pengikut hingga 25.900 *followers*. @fbreeana saat ini aktif dalam membagikan konten fashion dengan pendekatan yang menekankan pada keaslian dan keberanian mengekspresikan diri di tengah standar kecantikan yang berlaku. Standar kecantikan merupakan penggambaran sosok ideal yang memiliki fisik sempurna, sikap yang baik, serta penampilan yang mampu memikat mata yang memandang (Putri *et al*., 2021).

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

Standar kecantikan modern yang dipromosikan oleh media mainstream seringkali memperkuat gagasan tubuh ideal yang sempit dan homogen menciptakan tekanan sosial dan psikologi bagi individu untuk menyesuaikan diri (Fitrasari, 2024). Namun munculnya media sosial juga membuka peluang bagi representasi yang lebih beragam dan otentik.

Febriana P Devi (@fbreeana) dapat disebut sebagai salah satu fashion *Influencer Lemon8* yang membangun citra diri melalui platform tersebut hingga memiliki basis pengikut lokal berkat gaya fashion dan ciri khas yang diusung. Citra diri merupakan refleksi seseorang terhadap diri sendiri atau persepsi mengenai bagaimana orang lain memandang dirinya (Mudak & S. Manafe, 2023). Pembentukan citra diri ini menjadi penting terutama bagi *Influencer* agar mampu membangun identitas yang mampu membedakan diri salah satunya melalui identitas visual.

Representasi citra diri di media sosial menjadi fenomena yang kompleks serta dipengaruhi oleh berbagai faktor termasuk dengan ekspektasi pengikut, algoritma platform, tren industri serta identitas pribadi *Influencer*. Representasi berkaitan dengan tanda dan citra yang telah dikenal serta diterima dalam suatu budaya, yang saling berinteraksi dalam berbagai sistem bahasa, tanda, atau teks yang berbeda (Muhammad Rayhan Firdaus & Rahmawati Zulfiningrum, 2022). Di Indonesia dinamika ini semakin kompleks dengan adanya adanya persinggungan antara standar kecantikan global dan lokal, warisan kolonial dalam persepsi kecantikan, serta nilai nilai budaya tradisional yang melekat. Beberapa bentuk representasi memiliki peran krusial dalam aspek budaya dan politik, seperti gender, kebangsaan, usia, kelas sosial, dan sebagainya (Wibowo, 2019). Fashion *Influencer* seperti @fbreeana memiliki peran dalam mendefinisikan makna kecantikan dan fashion melalui konten yang dibangun.

Penelitian mengenai representasi citra diri dan standar kecantikan di Indonesia telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Pratiwi & Luthfianiza (2020) mengeksplorasi warna kulit dan kecantikan di Indonesia, menunjukkan kulit putih menjadi ukuran cantik di Indonesia, di mana banyak wanita berusaha memutihkan kulitnya karena iklan yang menggambarkan perempuan cantik sebagai yang berkulit putih, langsing, dan tinggi. Sementara itu Putri *et al* (2021) meneliti bagaimana bentuk tubuh memiliki pengaruh yang signifikan dalam standar kecantikan , ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh dapat menyebabkan individu merasa rendah diri dan berusaha untuk mencapai bentuk tubuh yang dianggap ideal, seperti tubuh yang langsing dan tinggi. Namun masih terdapat kesenjangan dalam literatur mengenai bagaimana fashion *Influencer* secara khusus menegosiasikan standar kecantikan modern melalui representasi citra diri mereka, terutama di platform baru seperti *Lemon8*.

Penelitian ini mengisi kesenjangan dengan mengkaji secara mendalam bagaimana @fbreeana, sebagai salah satu fashion *Influencer* pada platform media sosial baru di Indonesia seperti *Lemon8*,

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

membangun dan merepresentasikan citra dirinya dalam konteks standar kecantikan yang berlaku. Dengan menganalisis strategi visual, narasi, dan interaksi yang digunakan @fbreeana menggunakan analisis wacana Roland Barthes.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses konstruksi identitas digital yang bersinggungan dengan standar kecantikan. Penelitian ini secara spesifik, mengajukan beberapa pertanyaan kunci: (1) Bagaimana @fbreeana merepresentasikan citra dirinya sebagai fashion *Influencer* di platform *Lemon8*? (2) Bagaimana representasi tersebut berinteraksi dengan standar kecantikan modern yang berlaku di Indonesia? dan (3) Sejauh mana representasi @fbreeana menawarkan alternatif atau resistensi terhadap standar kecantikan dominan?

Penelitian ini berkontribusi terhadap pemahaman tentang dinamika representasi diri di era digital, terutama dalam konteks Indonesia dimana standar kecantikan masih sangat dipengaruhi oleh standar kecantikan yang terbentuk. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan tentang bagaimana platform media sosial *Lemon8* dapat membentuk praktik representasi yang khas. Dalam lanskap media yang terus berubah, memahami bagaimana identitas digital dikonstruksi dan dinegosiasikan menjadi semakin penting, tidak hanya untuk studi media dan komunikasi tetapi juga untuk pengetahuan yang lebih luas tentang kecantikan, identitas di era digital.

2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis menggunakan teori semiotika Roland Barthes. Semiotika merupakan ilmu yang mempelajari objek , peristiwa , dan seluruh budaya sebagai tanda-tanda yang ada di dalamnya (Sultanatta & Maryam, 2019). Konsep denotasi, konotasi, dan mitos Roland Barthes digunakan peneliti untuk memahami bagaimana representasi citra diri @fbreeana sebagai fashion *Influencer* di *Lemon8* dikonstruksi dalam konteks standar kecantikan modern.

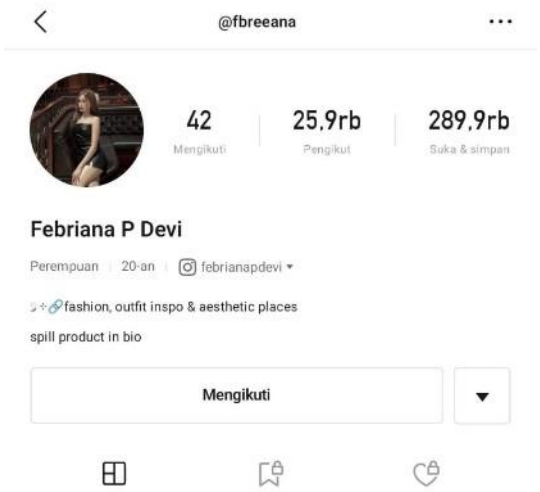
Data dikumpulkan berupa observasi, dan dokumentasi. Observasi yang dilakukan yakni observasi non-partisipan terhadap pola unggahan dan interaksi yang terjadi pada akun @fbreeana dengan periode Desember 2024- Februari 2025. Dokumentasi yang digunakan peneliti yakni unggahan media sosial *Lemon8* milik @fbreeana. Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber guna memastikan keakuratan interpretasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan memberikan wawasan mendalam mengenai konstruksi identitas digital dalam era media sosial.

3. HASIL

@fbreeana atau lebih dikenal dengan nama Febriana P Devi merupakan salah satu fashion *Influencer* yang memiliki basis pengikut signifikan di platform *Lemon8*. Sebagai *micro Influencer*, @fbreeana telah berhasil membangun kehadiran digitalnya melalui konten fashion yang konsisten dan memiliki ciri khas tersendiri. Akun @fbreeana menampilkan berbagai konten

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

seputar fashion dengan pendekatan yang menekankan keaslian dan ekspresi diri yang autentik.

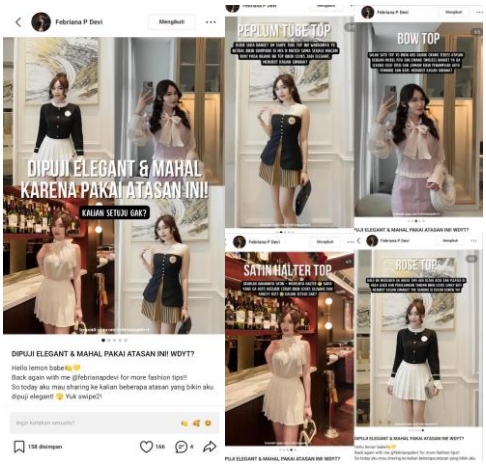


Gambar 2.
Akun *Lemon8* Febriana

Akun *Lemon8* Febriana dengan *username* @fbreeana memiliki 25,9 ribu pengikut dengan hanya mengikuti 42 akun lain, serta telah mengumpulkan total 289,9 ribu jumlah suka dan simpan pada kontennya. Statistik ini menunjukkan tingkat pengaruh dan *engagement* yang tinggi, mengindikasikan bahwa konten yang dibagikan oleh @fbreeana mendapatkan respons positif dan dianggap bernilai oleh komunitas *Lemon8*.

Rasio pengikut dan yang diikuti di akun febriana dengan perbandingan 25,9.000 dan 42 menunjukkan posisi @fbreeana sebagai *content creator* yang memiliki otoritas di bidang *fashion*. Jumlah yang diikuti yang relatif sedikit namun dengan basis pengikut yang besar mencerminkan status *Influencer* yang mapan, di mana @fbreeana lebih berperan sebagai pemberi inspirasi daripada konsumen konten. Sementara itu, angka 289,9 ribu jumlah suka dan simpan mengindikasikan bahwa kontennya tidak hanya dinikmati secara pasif tetapi juga aktif disimpan oleh pengguna untuk referensi di kemudian hari, yang menunjukkan nilai utilitas dalam konten yang dibagikan.

Periode Oktober 2024- Februari 2025 @fbreeana secara konsisten mengunggah 50 konten yang berfokus pada OOTD (*Outfit of The Day*), tips *styling*, review produk fashion lokal, dan lookbook sesuai dengan tren terkini. Format konten yang dibagikan foto-foto yang memperlihatkan proses styling dan transformasi *outfit*.



Gambar 3.
Konten 16 Januari 2025

Makna denotasi: Gambar 3 pada konten yang diunggah @fbreeana menampilkan Febriana mengenakan 4 jenis atasan berbeda yakni *peplum tube top, bow top, satin halter top,* dan *rose top*. Setiap atasan dipadukan dengan bawahan yang berbeda, menciptakan tampilan yang elegan. *Caption* utama bertulis "dipuji elegan & mahal karena pakai atasan ini!" disertai pertanyaan di tengah gambar "kalian setuju gak?". Terdapat pula *caption* di bawah gambar berbunyi, "dipuji elegan & mahal pakai atasan ini! *wdyt*?" "*Hello* lemon *babe*

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

back again with me @febrianadevi *for more fashion tips!! so today* aku mau sharing ke kalian beberapa atasan yang bikin aku dipuji elegan!".

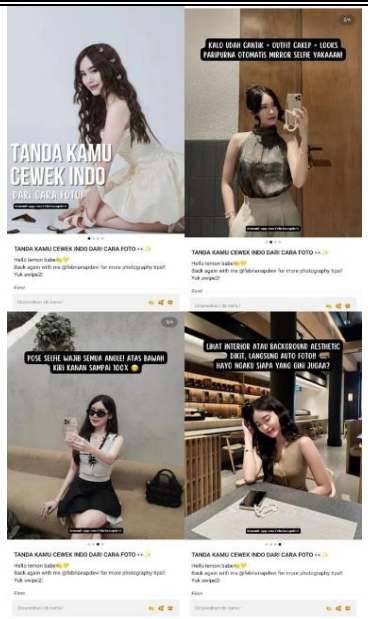
Makna konotasi: Penggunaan kata "elegan" dan "mahal" dalam *caption* menunjukkan aspirasi status sosial tertentu yang dikaitkan dengan fashion. Hal ini menyiratkan bahwa pakaian tidak hanya berfungsi sebagai penutup tubuh tetapi juga sebagai marker status sosial dan identitas. Keempat *outfit* yang ditampilkan menunjukkan variasi gaya namun dengan tema yang konsisten yaitu *"elegance*". Ini menunjukkan bagaimana fashion digunakan sebagai alat transformasi citra diri, di mana seseorang bisa terlihat "mahal" atau "elegan" melalui pemilihan pakaian tertentu.

Dengan menggunakan kalimat "*sharing* ke kalian beberapa atasan yang bikin aku dipuji elegan", @fbreeana memposisikan dirinya bukan hanya sebagai fashion *Influencer* tetapi juga sebagai mentor yang membagikan "rahasia" untuk mencapai citra tertentu. Hal ini mengandung konotasi pemberdayaan, bahwa "elegance" bukanlah hal yang eksklusif tetapi dapat diakses melalui pemilihan pakaian yang tepat. Pertanyaan "kalian setuju gak?" dan sapaan "*hello* lemon babe" menciptakan konotasi komunitas dan validasi sosial. Ini menyiratkan bahwa nilai fashion tidak hanya ditentukan oleh pemakainya tetapi juga oleh pengakuan dan validasi dari orang lain, khususnya komunitas *Lemon8*.

Mitos: Konten ini memperkuat sekaligus menantang mitos bahwa untuk terlihat elegan seseorang harus mengenakan pakaian mahal. Di satu sisi, *caption* memperkuat hubungan antara "elegan" dan "mahal", namun di sisi lain, dengan membagikan tips, @fbreeana menyiratkan bahwa "elegan" bisa dicapai tanpa harus benar-benar membeli barang mahal. Meskipun @fbreeana memiliki fitur fisik yang relatif sesuai dengan standar kecantikan Asia (kulit cerah, tubuh langsing), kontennya menekankan pada pakaian sebagai faktor penentu citra, bukan fitur fisik bawaan. Ini secara halus menantang mitos bahwa kecantikan hanya ditentukan oleh karakteristik fisik yang tidak dapat diubah.

Konten ini memperkuat mitos bahwa apa yang seseorang kenakan adalah representasi langsung dari identitas dan nilai mereka. Pakaian *"elegan"* menjadi penanda dari citra diri yang diinginkan, yaitu seseorang yang memiliki selera tinggi dan status sosial yang baik. Ada mitos yang tertanam dalam konten ini bahwa nilai seseorang atau setidaknya nilai fashion mereka ditentukan oleh pujian dan validasi dari orang lain. Frasa "bikin aku dipuji elegan" memperkuat gagasan bahwa keberhasilan dalam fashion diukur dari pengakuan sosial.

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025



Gambar 4.
Konten 19 Februari 2025

Makna denotasi: Gambar menampilkan @fbreeana dalam tiga pose berbeda yang menggambarkan "Tanda Kamu Cewek Indo dari Cara Foto." Pose pertama adalah mirror selfie dengan sorotan pada kata "*outfit* cakep" dan "*locks* paripurna," yang menekankan tampilan fisik yang sempurna atau sangat diperhatikan. Pose kedua adalah selfie dari berbagai sudut dengan penekanan pada kalimat "Pose *selfie* wajib semua angle atas bawah kiri kanan sampai 100x," menunjukkan kebiasaan mengambil banyak foto dari berbagai perspektif. Pose terakhir adalah foto candid dengan latar belakang yang estetis, dengan penekanan pada *caption*, "Lihat interior atau background *aesthetic* dikit, langsung auto foto deh."

Caption utama pada unggahan ini tertulis, "tanda kamu cewek indo dari cara foto", "*Hello* lemon babe. *Back again with me* @fbreeana *for more photography tips!! So today* aku mau *sharing* ke kalian beberapa pose foto yang nunjukin kalau kamu cewek Indo banget! Yuk *swipe!*"

Makna konotasi: Konten pada gambar 4 mengandung konotasi bahwa penampilan fisik yang menarik dan sempurna adalah hal yang penting, terlihat pada kata "*outfit* cakep" dan "locks paripurna". Ada tekanan untuk selalu tampil *stylish*, hal ini mengimplikasikan investasi waktu, uang, dan usaha dalam penampilan.

Kalimat "Pose selfie wajib semua angle atas bawah kiri kanan sampai 100x", menunjukkan konotasi perfeksionisme dalam menciptakan citra diri di media sosial. Mengimplikasikan bahwa mendapatkan foto yang "sempurna" membutuhkan banyak usaha dan percobaan. Juga, mengimplikasikan bahwa penampilan yang ditampilkan di media sosial adalah hasil dari upaya yang signifikan, bukan sesuatu yang alami. "Lihat interior atau background aesthetic dikit, langsung auto foto deh", Memberi konotasi bahwa pengalaman dan momen dinilai berdasarkan potensi fotografinya. Momen tidak hanya dinikmati, tetapi juga diabadikan dan dibagikan untuk mendapatkan validasi dari orang lain.

Selain itu, menunjukkan apresiasi terhadap estetika visual dan mengikuti tren desain interior yang populer. Penggunaan sapaan "*Hello* lemon babe", menciptakan konotasi keakraban dan personalisasi, menciptakan hubungan yang lebih dekat antara *Influencer* dengan audiensnya. Ajakan "Yuk *swipe!*", mengandung makna interaktif dan ajakan untuk berpartisipasi dalam konten, meningkatkan *engagement* dan rasa komunitas di antara pengikut.

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

Mitos: Unggahan pada gambar 4 menciptakan mitos tentang menjadi "cewek Indo" yang ideal, seseorang harus selalu memperhatikan penampilan, perfeksionis dalam berfoto, dan selalu mencari *spot* foto yang *aesthetic*. Mitos ini menyederhanakan identitas perempuan Indonesia yang kompleks menjadi serangkaian perilaku dan standar penampilan yang dapat direplikasi.

Unggahan ini juga memperkuat mitos bahwa nilai diri dan kebahagiaan dapat diperoleh melalui validasi sosial di media sosial. Dengan mengikuti "tips" yang diberikan, pengikut diharapkan dapat menciptakan citra diri yang lebih menarik dan mendapatkan lebih banyak *likes* dan *followers*, yang kemudian diinterpretasikan sebagai kesuksesan dan penerimaan sosial. Walaupun memberikan tips, unggahan ini secara tidak langsung menyembunyikan usaha, waktu, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai standar kecantikan yang ditampilkan.

Mitos ini membuat seolah-olah menjadi cantik dan *stylish* itu mudah dan dapat dicapai oleh siapa saja dengan hanya mengikuti beberapa trik sederhana. Unggahan ini secara implisit mendorong pengikut untuk selalu mengikuti tren terbaru dan menjadi modern. Hal ini dapat menciptakan tekanan untuk terus-menerus mengonsumsi produk dan gaya hidup tertentu agar tetap relevan dan diterima dalam lingkungan sosial.

Gambar 5.
Konten 17 Oktober 2024

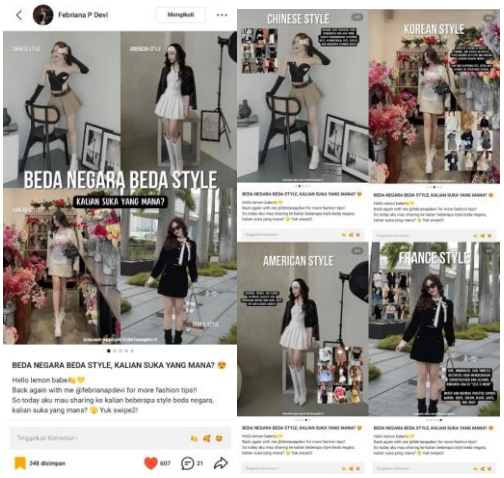
Makna denotasi: Unggahan menampilkan Febriana dalam empat pose foto yang berbeda, dengan fokus pada bagaimana membuat kaki terlihat lebih jenjang pose pertama menyilangkan satu kaki ke depan, pose kedua menampilkan tubuh menghadap menyamping dan menekuk satu kaki, dan pose ketiga berjalan *candid*. *Caption* mengklaim bahwa pose-pose tersebut dapat membuat kaki terlihat lebih jenjang. Caption unggahan tersebut tertulis "pose foto bikin kaki auto jenjang!" "*Hello* lemon babe. *Back again with me* @fbreeana *for more fashion tips!! So today* aku mau *sharing* ke kalian pose ideas yang bisa bikin kaki kalian terlihat jenjang! Yuk *swipe!*"

Makna konotasi: Unggahan Menekankan bahwa kaki yang jenjang adalah fitur fisik yang diinginkan dan menarik. Ini menyiratkan bahwa ada standar kecantikan tertentu yang terkait dengan proporsi tubuh. Kata "auto Jenjang" Mengandung konotasi bahwa

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

ada trik atau "jalan pintas" untuk mencapai penampilan yang ideal, tanpa harus melakukan perubahan fisik yang signifikan. Instruksi Pose yang Detail Memberikan konotasi bahwa penampilan yang sempurna di media sosial adalah hasil dari perencanaan dan teknik, bukan sesuatu yang alami atau spontan. Pembukan *caption* "*Hello* lemon babe" mengandung konotasi keakraban dan personalisasi, menciptakan hubungan yang lebih dekat antara *Influencer* dengan audiensnya. Ajakan "yuk *swipe!*" menandakan interaktif dan ajakan untuk berpartisipasi dalam konten, meningkatkan *engagement* dan rasa komunitas di antara pengikut.

Mitos: Unggahan ini memperkuat mitos bahwa ada standar kecantikan tubuh tertentu yang harus dipenuhi, yaitu memiliki kaki yang jenjang. Mitos ini dapat menciptakan tekanan bagi perempuan untuk merasa tidak percaya diri dengan penampilan fisik alami mereka. Unggahan ini mempromosikan gagasan bahwa penampilan dapat diubah secara instan melalui trik dan teknik fotografi. Mitos ini dapat mengaburkan realitas dan menciptakan ekspektasi yang tidak realistis tentang penampilan fisik. Unggahan ini memperkuat mitos bahwa media sosial adalah platform di mana penampilan adalah segalanya, dan bahwa dengan menguasai teknik fotografi yang tepat, seseorang dapat meningkatkan citra diri dan mendapatkan pengakuan sosial. Unggahan ini seolah-olah memberikan solusi untuk meningkatkan kepercayaan diri dengan "memanipulasi" foto. Padahal, kepercayaan diri sejati seharusnya berasal dari penerimaan diri dan penghargaan terhadap keunikan individu.



Gambar 6.
(Putri *et al*., 2021)**Konten 14 Desember 2024**

Makna denotasi: unggahan ini menampilkan seorang wanita yang memeragakan empat gaya berpakaian yang diasosiasikan dengan negara-negara tertentu. "Chinese Style" menampilkan kombinasi *corset*, rok mini, dan sarung tangan, sedangkan "Korean Style" menampilkan gaun bermotif bunga. "American Style" menampilkan gaun putih dengan jaket kulit, dan "France Style" menampilkan *dress* hitam klasik. Teks "beda negara beda style, kalian suka yang mana?" mengajak interaksi dari audiens.

Makna konotasi: unggahan ini mulai menyampaikan makna yang lebih kompleks. Pemilihan gaya berpakaian mengimplikasikan pemahaman tentang tren *fashion* global dan kemampuan untuk mengadaptasinya. Gaya "Chinese" mungkin mengkonotasikan modernitas dan keberanian, "Korean" mengkonotasikan kelembutan dan feminitas, "American"

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

mengkonotasikan *rebellious* dan kasual, serta "French" mengkonotasikan keanggunan dan kecanggihan. Pertanyaan interaktif mengundang audiens untuk menilai dan memilih gaya yang paling menarik bagi mereka, menciptakan dialog dan validasi sosial.

Mitos: Konten gambar 6 berkontribusi pada mitos tentang *fashion* sebagai cara untuk mengekspresikan identitas dan mencapai ideal kecantikan modern. @fbreeana, sebagai *fashion Influencer*, memposisikan dirinya sebagai *trendsetter dan gatekeeper fashion.* Dengan menampilkan berbagai gaya, Febriana menawarkan audiens bagaimana cara untuk mengadopsi identitas yang diinginkan dan merasa relevan dengan tren global. Selain itu, unggahan ini juga memperkuat mitos bahwa *fashion* dapat diakses dan dikonsumsi melalui media sosial, di mana *Influencer* berperan sebagai jembatan antara merek dan konsumen. Dalam konteks standar kecantikan modern, unggahan ini mungkin secara implisit mempromosikan gagasan bahwa dengan mengikuti tren *fashion*, seseorang dapat mencapai citra diri yang ideal dan diterima secara sosial. Namun, perlu dicatat bahwa analisis ini juga dapat membuka diskusi tentang bagaimana *Influencer* dapat menantang atau memperluas definisi kecantikan modern melalui representasi *fashion* yang beragam dan inklusif.

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis semiotika Roland Barthes terhadap konten-konten yang diunggah oleh @fbreeana di platform *Lemon8*, terdapat beberapa pola representasi citra diri yang signifikan dengan standar kecantikan modern di Indonesia.

a. Representasi Citra Diri @fbreeana sebagai Fashion *Influencer* di Platform *Lemon8*

@fbreeana merepresentasikan citra dirinya melalui konstruksi identitas yang multidimensi di platform *Lemon8*. Analisis denotasi, konotasi, dan mitos dalam kontennya menunjukkan bahwa representasi ini dibangun melalui penggunaan bahasa yang membimbing seperti "aku mau sharing ke kalian" dan "tips", @fbreeana memposisikan dirinya bukan hanya sebagai model fashion, tetapi sebagai mentor yang membagikan pengetahuan dan keterampilan. Hal ini menciptakan relasi yang lebih personal dengan audiensnya, sekaligus menegaskan otoritasnya dalam bidang fashion. Jika dianalisis melalui teori representasi, seperti yang dijelaskan oleh Putri *et al*. (2021) strategi ini termasuk dalam representasi yang memproduksi makna melalui bahasa dan simbol yang dapat dipahami oleh audiens.

Konten @fbreeana sering menekankan kemampuan fashion untuk mentransformasi penampilan seseorang, seperti terlihat pada konten "pose foto bikin kaki auto jenjang" dan "dipuji elegan & mahal karena pakai atasan ini". Narasi ini mengandung janji transformasi citra diri melalui fashion dan teknik fotografi, yang merupakan bentuk

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

representasi yang menawarkan solusi konkret bagi audiens untuk mencapai standar kecantikan tertentu. @fbreeana juga menciptakan pencitraan sebagai Trendsetter global melalui konten seperti "beda negara beda style", @fbreeana merepresentasikan dirinya sebagai individu yang memiliki pengetahuan tentang tren fashion global dan mampu mengadaptasinya dalam konteks lokal. Hal ini memperkuat citranya sebagai fashion *Influencer* yang memiliki wawasan luas dan relevan dengan audiens yang berorientasi global.

Representasi citra @fbreeana juga menciptakan konstruksi komunikasi dalam penggunaan sapaan "Hello lemon babe" dan ajakan interaktif seperti "kalian setuju gak?" atau "yuk *swipe!*" menciptakan rasa komunitas dan keterlibatan aktif di antara pengikutnya. Strategi ini sesuai dengan temuan (Muhammad Rayhan Firdaus & Rahmawati Zulfiningrum (2022) yang menjelaskan bahwa representasi citra diri *Influencer* melibatkan interaksi dengan audiens untuk membangun kredibilitas dan akseptabilitas.

b. Interaksi Representasi @fbreeana dengan Standar Kecantikan Modern di Indonesia

Analisis konten @fbreeana menunjukkan adanya interaksi yang kompleks dengan standar kecantikan modern yang berlaku di Indonesia. Representasi citra diri yang ditampilkan tidak hanya mencerminkan standar kecantikan yang dominan, tetapi juga menegosiasikan dan mereinterpretasi elemen-elemen tertentu untuk menciptakan makna baru bagi audiensnya. Salah satu bentuk negosiasi yang dilakukan @fbreeana terkait dengan standar tubuh ideal. Meskipun kontennya seperti "pose foto bikin kaki auto jenjang" tampaknya memperkuat standar kecantikan konvensional yang mengutamakan kaki jenjang sebagai fitur yang diinginkan, ia secara implisit menawarkan solusi alternatif melalui teknik fotografi, bukan modifikasi tubuh secara fisik. Dengan demikian, negosiasi ini tidak hanya mencerminkan penerimaan terhadap standar kecantikan yang ada, tetapi juga memperkenalkan cara bagi audiens untuk "mencapainya" tanpa intervensi fisik yang signifikan.

Selain negosiasi dengan standar tubuh ideal, @fbreeana juga melakukan reinterpretasi terhadap konsep "elegance" dan kecantikan. Kontennya yang berjudul "dipuji elegan & mahal karena pakai atasan ini" menunjukkan bagaimana konsep "elegance" yang biasanya diasosiasikan dengan sesuatu yang eksklusif dan mahal dapat diakses melalui pemilihan pakaian yang tepat. Reinterpretasi ini sejalan Elsera *et al* (2022) yang menyoroti bagaimana konsep kecantikan modern dapat ditransformasi melalui praktik konsumsi dan representasi *fashion*. Dengan kata lain, melalui strategi ini, @fbreeana tidak hanya mereproduksi standar kecantikan tetapi juga memberikan alternatif yang lebih inklusif bagi audiensnya.

Lebih jauh, interaksi @fbreeana dengan standar kecantikan modern juga terlihat dalam penekanannya terhadap identitas nasional dalam konteks global. Kontennya seperti "tanda kamu cewek

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

Indo dari cara foto" secara eksplisit mengakui dan memperkuat identitas nasional dalam praktik representasi diri di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa standar kecantikan global tidak sepenuhnya mendominasi, tetapi justru berinteraksi dengan nilai-nilai dan praktik lokal, menciptakan bentuk hibriditas dalam representasi citra diri. Dengan demikian, melalui pendekatan ini, @fbreeana menghadirkan narasi yang menggabungkan elemen-elemen kecantikan global dengan identitas lokal, sehingga menciptakan bentuk representasi yang lebih beragam dan kontekstual.

c. Representasi @fbreeana sebagai Alternatif atau Resistensi terhadap Standar Kecantikan Dominan

Meskipun @fbreeana tidak sepenuhnya menolak standar kecantikan dominan, analisis menunjukkan bahwa ia menawarkan beberapa bentuk resistensi dan alternatif dalam representasinya. Resistensi ini tidak bersifat frontal, tetapi lebih berupa upaya mendemokratisasi konsep kecantikan, memberikan ruang bagi individu untuk memiliki kontrol lebih besar atas citra dirinya, serta mengeksplorasi keberagaman dalam gaya *fashion*. Salah satu bentuk resistensi yang ditawarkan adalah melalui demokratisasi konsep "elegance" dan "kecantikan." Dengan membagikan tips tentang bagaimana terlihat "elegan" atau bagaimana membuat kaki terlihat "jenjang" melalui pose tertentu, @fbreeana secara implisit menantang gagasan bahwa kecantikan hanya dapat dicapai oleh mereka yang memiliki sumber daya tertentu atau karakteristik fisik bawaan. Melalui pendekatan ini, ia membuka peluang bagi audiensnya untuk mengakses standar kecantikan yang sebelumnya dianggap eksklusif dengan cara yang lebih inklusif dan dapat dijangkau.

Selain itu, resistensi terhadap standar kecantikan dominan juga tercermin dalam penekanan @fbreeana pada agency dan kreativitas individu. Kontennya secara konsisten menyoroti bagaimana seseorang dapat membentuk citra dirinya sendiri, bukan sekadar menjadi subjek pasif dari standar kecantikan yang telah ditetapkan. Dengan memberikan ruang bagi audiensnya untuk bereksperimen dan menyesuaikan representasi diri sesuai preferensi pribadi, ia menciptakan alternatif terhadap narasi kecantikan yang sering kali menempatkan perempuan sebagai objek, bukan agen. Lebih jauh, eksplorasi keberagaman gaya juga menjadi strategi penting dalam representasi alternatif yang dibangun @fbreeana. Melalui kontennya seperti "beda negara beda style," ia menunjukkan bahwa tidak ada satu standar kecantikan atau *fashion* yang mutlak, melainkan berbagai pilihan yang dapat disesuaikan dengan identitas dan preferensi individu. Pendekatan ini memberikan kebebasan bagi pengikutnya untuk mengeksplorasi berbagai gaya tanpa harus terpaku pada satu standar kecantikan yang dominan.

Namun, meskipun terdapat elemen resistensi dalam representasinya, batasan tetap ada. Beberapa kontennya masih memperkuat mitos kecantikan tertentu, seperti pentingnya validasi sosial dalam

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

konten "dipuji elegan" atau standar tubuh ideal dalam "kaki jenjang." Hal ini menunjukkan bahwa meskipun @fbreeana menawarkan reinterpretasi dan modifikasi terhadap standar kecantikan dominan, representasinya tetap beroperasi dalam kerangka yang sudah ada, dengan beberapa penyesuaian yang lebih fleksibel dan adaptif terhadap kebutuhan audiensnya.

d. Implikasi terhadap Pemahaman Representasi Diri di Era Digital

Analisis representasi citra diri @fbreeana memiliki implikasi penting dalam memahami bagaimana identitas dikonstruksi di era digital. Dalam lingkungan media sosial yang terus berkembang, representasi diri tidak hanya bergantung pada individu itu sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh platform yang digunakan serta dinamika interaksi dengan audiens. Salah satu faktor utama yang memengaruhi representasi ini adalah peran platform dalam membentuk citra diri. Karakteristik *Lemon8* sebagai platform yang menekankan konten visual berkualitas tinggi dengan nilai edukasi mendorong @fbreeana untuk merepresentasikan dirinya dengan cara tertentu. Ini menunjukkan bahwa platform media sosial tidak hanya menjadi medium representasi, tetapi juga secara aktif mempengaruhi bagaimana pengguna membangun dan mengonstruksi citra diri mereka.

Selain itu, transformasi peran *Influencer* dari sekadar model yang ditiru menjadi mentor yang membimbing juga menjadi tren yang semakin menonjol. Representasi @fbreeana menandai pergeseran ini, di mana ia tidak hanya menampilkan gaya *fashion* tetapi juga memberikan panduan dan edukasi kepada pengikutnya. Pergeseran ini mencerminkan evolusi hubungan antara *Influencer* dan audiens di era digital, di mana nilai edukasi dan pemberdayaan menjadi semakin penting dalam membangun keterlibatan dan kredibilitas. Lebih lanjut, interaksi antara standar kecantikan global dan lokal dalam konten @fbreeana mencerminkan sifat hibrid dari representasi kecantikan di era digital. Representasi ini menunjukkan bagaimana batas-batas budaya menjadi semakin cair, memungkinkan identitas digital berkembang dalam konteks yang lebih transnasional. Kontennya tidak hanya merefleksikan tren global tetapi juga menyesuaikan nilai-nilai lokal, menciptakan bentuk identitas yang fleksibel dan dinamis.

Dengan demikian, analisis representasi citra diri @fbreeana sebagai *fashion Influencer* di *Lemon8* mengungkapkan proses yang kompleks dalam konstruksi identitas digital. Citra diri yang ia tampilkan tidak hanya merupakan refleksi dari standar kecantikan modern, tetapi juga merupakan hasil dari negosiasi antara penerimaan dan resistensi terhadap norma yang dominan. Lebih dari itu, representasi ini menegaskan peran aktif individu dalam membentuk identitas digital mereka sendiri, sekaligus menunjukkan bagaimana platform dan audiens turut serta dalam proses ini.

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQUE
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

5. KESIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa @fbreeana membangun citra diri sebagai mentor dan *trendsetter* dengan interaksi aktif bersama audiensnya, serta menekankan *fashion* sebagai alat transformasi citra diri. Meskipun beberapa kontennya masih mengikuti standar kecantikan konvensional seperti tubuh langsing dan kaki jenjang, @fbreeana juga menawarkan alternatif melalui trik fotografi dan pemilihan *outfit* yang lebih inklusif.

Selain itu, @fbreeana menampilkan bagaimana elegansi dan estetika dapat dicapai tanpa harus menggunakan pakaian atau aksesori mahal, sehingga memberikan fleksibilitas bagi audiensnya untuk mencapai citra diri yang diinginkan. Resistensi terhadap standar kecantikan dominan terlihat dalam penekanannya pada kreativitas dan keberagaman gaya, meskipun masih terdapat elemen validasi sosial dalam kontennya.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa representasi diri di era digital tidak hanya dipengaruhi oleh individu, tetapi juga oleh *platform* media sosial yang digunakan serta dinamika interaksi dengan audiens. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan mengenai bagaimana *fashion Influencer* seperti @fbreeana menavigasi standar kecantikan modern melalui representasi citra diri mereka, sekaligus menawarkan pendekatan yang lebih inklusif dan interaktif dalam membangun identitas digital di media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Andarini, S., Wahidar, T. I., & Yozani, R. E. (2021). Fenomena Fashion Blogger Dalam Membentuk Citra Diri Dan Kredibilitas Untuk Menciptakan Penampilan Ideal. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, *7*(2), 295. https://doi.org/10.30813/bricolage.v7i2.2346

Athaya, F. H., & Irwansyah, I. (2021). Memahami *Influencer* Marketing: Kajian Literatur Dalam Variabel Penting Bagi *Influencer*. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, *3*(2), 334–349. https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.254

Elsera, M., Intan Saputri, E. F., Wahyuni, S., & Nurhaliza, S. (2022). Kecantikan Perempuan Ernis Cina di Kota Tanjung Pinang. *Sosial Budaya*, *19*(1). https://doi.org/10.24014/sb.v19i1.16194

Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing *Influencer* Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, *11*(2), 134. https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261

Fitrasari, A. (2024). *Kontruksi Kecantikan Warna Kulit Perempuan Indonesia (Studi Kasus di Kota Surabaya)*. *13*(13), 61–70.

Maureen, C., & Stellarosa, Y. (2021). Instagram sebagai Pembentuk Citra Diri Generasi Milenial Jakarta. *Warta ISKI*, *4*(1), 27–34.

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290
Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i1.73

Morris, C. (2023). *Apa Itu Lemon8, Aplikasi Baru yang Populer dari Pencipta TikTok?* https://www.nasdaq.com/articles/what-is-*Lemon8*-the-hot-new-app-from-the-creator-of-tiktok

Mudak, S., & S. Manafe, F. (2023). Pemulihan Citra Diri Remaja Madya: Integrasi Psikologi dan Teologi. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, *5*(1), 60–72. https://doi.org/10.37364/jireh.v5i1.143

Muhammad Rayhan Firdaus, & Rahmawati Zulfiningrum. (2022). Representasi Citra Diri Keanu Sebagai *Influencer* Melalui Instagram @keanuagl. *Jurnal Heritage*, *10*(2), 105–114. https://doi.org/10.35891/heritage.v10i2.3234

Pratiwi, O., & Luthfianiza, L. (2020). Dari Kuning Langsat Menjadi Putih: Representasi Identitas Kulit Perempuan Ideal Indonesia Dalam Iklan Citra. *Jurnal Audiens*, *1*(2). https://doi.org/10.18196/ja.12016

Putri, S. A., Novitasari, A., & Khoirunnisa, H. A. (2021). Representasi Tubuh Ideal Perempuan dalam Iklan Thermolyte Plus. *Jurnal Audiens*, *2*(2), 154–165. https://doi.org/10.18196/jas.v2i2.11627

Rizaty, M. A. (2024). *Data Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia pada 2024*. https://dataindonesia.id/internet/detail/data-jumlah-pengguna-media-sosial-di-indonesia-pada-2024

Rosandi, F., & Afrika Maharani. (2023). Hubungan Antara Citra Diri (Self-Image) Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Yang Berbelanja Di Shopee. *Jurnal Psimawa*, *6*(2), 81–86. https://doi.org/10.36761/jp.v6i2.3524

Sari, W. A. N., & Harianto, S. (2023). Analisis Media Representasi Citra Diri (Studi Kasus Lesti dan Billar dalam Membangun Citra Diri Sebagai Keluarga Harmonis). *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, *9*(2), 259. https://doi.org/10.22146/jps.v9i2.80526

Sultanatta, C., & Maryam, S. (2019). Analisis Semiotika Logo Brodo Footweardi Media Sosial Twitter (Studi Analisis Semiotika Roland Barthes). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *1*(1), 153–174. https://doi.org/10.33822/jep.v1i01.448

Syahrania, K. M., Sukmawardani, R. R., & Subaldan, P. (2021). Representasi Perempuan Jepang sebagai Standar dalam Iklan Shinzui Body Lotion Edisi Tahun 2015. *Jurnal Audiens*, *3*(1), 1–10. https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.11695

Tobing, A. (2023). *Lemon8, Aplikasi Buatan ByteDance, Bayar Mahal Unggahan Influencer*. https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/6482e119c840e/*Lemon8*-aplikasi-buatan-bytedance-bayar-mahal-unggahan-*Influencer*#google_vignette

https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id
Vol. 7 No. 2, 14 April 2025
e-ISSN LIPI: 2622-7290

Submit Date: 11 Maret 2025 Accepted Date: 22 Maret 2025 Published Date : 14 April 2025

Wibowo, G. (2019). Representasi Perempuan dalam Film Siti. *Nyimak (Journal of Communication)*, *3*(1), 47. https://doi.org/10.31000/nyimak.v3i1.1219