

ABSTRACT

Priyanka Alhumaera Andrie Burhany. 2024. *Beauty Representation in Mad For Makeup's Spotless Concealer Product Videos on Instagram*, Ungraduated Thesis, English Department, Faculty of Adab and Humanities, State Islamic University of Sunan Gunung Djati Bandung, Supervisors: Hasbi Assiddiqi, M.A., & Erlan Aditya Ardiansyah, M.Hum.

This study examines the phenomenon of hyperreality in social media, focusing on how *Mad For Makeup* represents beauty in its Spotless Concealer product videos on Instagram. The research aims to analyze the beauty representation in their videos and understand the importance of it. Data were collected from several Instagram video contents on the @Madformakeup_co account featuring the Spotless Concealer products. The theoretical framework primarily employed in this research is Roland Barthes' semiotics, supported by Jean Baudrillard's hyperreality theory, with a slight incorporation of multimodal theory. The findings of this study reveal that *Mad For Makeup's* videos challenge beauty standards and promote inclusivity through diverse representations using the Spotless Concealer. The beauty representation is important to be shown because *Mad For Makeup* represents beauty as genderless, self-expressive, self-controlled, self-confident, equality in diversity, and makeup self-therapy. The representation of beauty by *Mad For Makeup* aims to enhance physical appearance while evoking feelings of happiness and self-confidence. Beauty is not about achieving unrealistic standards but about celebrating diversity and embracing all kinds of beauty.

Keywords: *Beauty Representation, Semiotics, Instagram Video.*

ABSTRAK

Priyanka Alhumaera Andrie Burhany. 2023. Beauty Representation in Mad For Makeup's Spotless Concealer Product Videos on Instagram, Skripsi, Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung, Pembimbing: Hasbi Assiddiqi, M.A., & Erlan Aditya Ardiansyah, M.Hum.

Penelitian ini mengkaji fenomena hyperreality di media sosial, dengan fokus pada bagaimana *Mad For Makeup* merepresentasikan kecantikan dalam video produk Spotless Concealer di Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi kecantikan dalam video-video mereka dan memahami pentingnya representasi tersebut. Data dikumpulkan dari beberapa konten video Instagram di akun @Madformakeup_co yang menampilkan produk Spotless Concealer. Kerangka teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah semiotika Roland Barthes, didukung oleh teori hyperreality Jean Baudrillard, dengan sedikit penambahan teori multimodal. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa video *Mad For Makeup* menantang standar kecantikan dan mempromosikan inklusivitas melalui representasi yang beragam menggunakan Spotless Concealer. Representasi kecantikan ini penting untuk ditunjukkan karena *Mad For Makeup* menggambarkan kecantikan sebagai bentuk yang *genderless*, ekspresi diri, kontrol diri, percaya diri, kesetaraan dalam keragaman, dan makeup sebagai terapi diri. Representasi kecantikan oleh *Mad For Makeup* bertujuan untuk meningkatkan penampilan fisik sambil membangkitkan perasaan bahagia dan percaya diri. Kecantikan bukan tentang mencapai standar yang tidak realistis, tetapi tentang merayakan keragaman dan menerima segala jenis kecantikan.

Kata Kunci: *Representasi Kecantikan, Semiotika, Video Instagram.*