

Mempromosikan Body Positivity Atau Mengkomodifikasi Obesitas?: Studi Kasus Model Plus-Size Tess Holliday = Promoting Body Positivity Or Commodifying Obesity?: A Case Study Of Plus-Size Model Tess Holliday

Moirah Katja Kabullah Nugraha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920553798&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini adalah analisis tentang bagaimana akun Instagram body positive influencer mengangkat isu-isu tentang citra tubuh dalam ideologi patriarki. Aktivisme di sosial media telah membahas tentang isu komodifikasi gerakan body positivity, dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana hal itu mempengaruhi masyarakat melalui studi kasus akun Instagram @tessholliday. Dengan melakukan analisis tekstual dari postingan Instagram Tess, saya berpendapat bahwa @tessholliday terus-menerus mempromosikan self-acceptance dan cinta pada diri sendiri sambil menantang norma kecantikan yang sudah ada sebelumnya. Namun, Tess sering menampilkan dirinya secara seksual sebagai cara untuk memperkuat pesan yang ia ingin sampaikan kepada audiens tentang apa itu body positivity. Hal ini mencerminkan ide-ide postfeminist, yaitu gagasan bahwa perempuan telah dibuat untuk berpikir bahwa agensi mereka berupa objektifikasi diri, hal ini dapat ditemukan dalam studi kasus ini. Selain itu, artikel ini juga mengungkap bagaimana perusahaan memanfaatkan gerakan body positivity dan memanfaatkan gerakan tersebut sebagai strategi pemasaran. Kesimpulannya, meskipun Tess Holliday telah berkontribusi pada gerakan body positivity melalui keterlibatannya sebagai influencer, halaman Instagram-nya ditemukan pesan-pesan dan makna-makna yang dapat membahayakan gerakan tersebut.

.....This article is a critical analysis of how a body positive influencer's Instagram page problematizes issues concerning body image within patriarchal ideology. Social media activism has raised the issue of the commodification of the body positivity movement, and the goal of this research is to explore how it has affected the community through a case study of @tessholliday's Instagram account. By conducting a textual analysis of her Instagram posts, I argue that @tessholliday constantly promotes self-acceptance and self-love whilst challenging the pre-existing beauty norms. However, Tess often presents herself in a sexualized manner as a way to reinforce her message to the audience of what body positivity is. This reflects the post-feminist ideas, which is the notion that women have been made to think that their agency revolves around self-objectification, which could be found in the case study. Furthermore, this article also uncovers how companies and brands have utilized the body positive movement and made use of the movement as a marketing strategy. In conclusion, although Tess Holliday has contributed to the body positivity movement through her involvemen