

ANALISIS STRATEGI VISUAL DAN NARATIF TASYA FARASYA DALAM MENGEDUKASI SKINCARE PADA REMAJA DI MEDIA SOSIAL

Zahri Masruroh ^{*1}

Zaenal Sukawi ²

^{1,2} Universitas Sains Al-Qur'an

*e-mail: zahrimasruroh04@gmail.com ¹, zsukawi@unsiq.ac.id ²,

Abstrak

Zahri Masruroh (2022050012). ANALISIS STRATEGI VISUAL DAN NARATIF TASYA FARASYA DALAM MENGEDUKASI SKINCARE PADA REMAJA DI MEDIA SOSIAL. Skripsi. Wonosobo: Program Studi Komunikasi dan Sosial Politik, Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ) Jawa Tengah, 2025. Penelitian skripsi ini tentang analisis visual dan naratif terhadap konten *review skincare* yang dilakukan Tasya Farasya, penelitian ini dilakukan seiring dengan berkembangnya industri *skincare* dan banyak sekali promosi *skincare* yang tidak sesuai dengan hasil setelah pemakaian, tujuan penelitian ini untuk mengetahui bahwa strategi visual dan naratif memiliki peran penting didalam dakwah, penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan data yang dikumpulkan melalui konten *Skincare Routine AM to PM* Tasya Farasya di instagram. Hasil penelitian menunjukka bahwa konten Tasya selain mengedukasi melalui video juga terdapat tindakan nyata pemakaian produk yang *direview*, Dengan gaya komunikasi Tasya yang sangat relatable dengan keadaan kulit para remaja masa kini membuat penonton jadi terpengaruhi sesuai apa yang dikatakan oleh Tasya Farasya. Dengan *review skincare* yang jujur Tasya secara tidak langsung sedang berdakwah dengan dakwah bil hal dan mengajak penonton untuk menjaga dan merawat diri (hifz al-nafs).

Kata kunci : analisis visual dan naratif, skincare, Tasya Farasya, review, hifz al-nafs.

Abstract

Zahri Masruroh (2022050012). ANALISIS STRATEGI VISUAL DAN NARATIF TASYA FARASYA DALAM MENGEDUKASI SKINCARE PADA REMAJA DI MEDIA SOSIAL. Skripsi. Wonosobo: Program Studi Komunikasi dan Sosial Politik, Universitas Sains Al-Qur'an (UNSIQ) Jawa Tengah, 2025. This thesis research is about visual and narrative analysis of *skincare review* content conducted by Tasya Farasya, this research was conducted along with the development of the *skincare* industry and many *skincare* promotions that do not match the results after use, the purpose of this study is to find out that visual and narrative strategies have an important role in da'wah, this study uses a descriptive qualitative method with data collected through Tasya Farasya's *Skincare Routine AM to PM* content on Instagram. The results of the study show that Tasya's content besides educating through videos also contains real actions of using the products *reviewed*, with Tasya's communication style that is very relatable to the skin condition of today's teenagers, making the audience influenced according to what Tasya Farasya said. With honest *skincare reviews*, Tasya is indirectly da'wah with da'wah bil hal and inviting the audience to maintain and care for themselves (hifz al-nafs).

Keyword : visual and narrative analysis, skincare, Tasya Farasya, Hifz al-nafs.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri skincare di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat, terutama di kalangan remaja yang sedang mengalami perubahan hormon, paparan polusi, serta tekanan sosial untuk tampil menarik. Remaja usia 10–24 tahun kerap mengalami masalah kulit seperti jerawat, alergi, kulit kusam, dan komedo akibat lingkungan dan kebiasaan hidup yang kurang sehat. Kurangnya pengetahuan mengenai pemilihan skincare yang sesuai kebutuhan kulit menjadikan perawatan kulit sebagai persoalan penting yang berdampak jangka panjang, termasuk risiko penuaan dini (Tim Medis Siloam Hospitals, 2025; Kampung KB Tambaksari). Masa remaja sangat mudah dipengaruhi oleh media sosial yang menyajikan konten kecantikan secara masif melalui Instagram, YouTube, dan TikTok. Di Indonesia terdapat sekitar 175 juta pengguna media sosial, dengan mayoritas perempuan usia 18–35 tahun sebagai peminat skincare.

Namun, derasnya arus informasi tersebut tidak selalu diimbangi dengan pemahaman mengenai keamanan produk, komposisi bahan, serta aspek kehalalan, sehingga berpotensi menimbulkan salah pemahaman dalam pemilihan produk perawatan kulit (Salsabila & Fitria, 2023).

Dalam perspektif Islam, penggunaan produk perawatan diri harus memenuhi prinsip halal dan thayyib, yaitu aman dan memberikan kemaslahatan. Prinsip ini ditegaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168 yang menyerukan manusia untuk menggunakan sesuatu yang halal dan baik. Ulama maqashid syariah menempatkan prinsip tersebut sebagai bagian dari tujuan syariat, khususnya hifz al-nafs (menjaga diri), yang mewajibkan umat Islam menjaga tubuh dari bahaya fisik maupun moral, termasuk dalam penggunaan produk skincare (Qur'an Kemenag; Mustaqim Roslan, 2024). Di tengah banjir konten promosi, peran influencer menjadi sangat signifikan. Salah satu beauty influencer berpengaruh di Indonesia adalah Tasya Farasya yang dikenal melalui konten edukatif berupa review skincare, tutorial, dan testimoni penggunaan produk. Jumlah pengikut yang besar menjadikan konten Tasya memiliki dampak signifikan terhadap persepsi, pengetahuan, dan perilaku remaja dalam memilih produk skincare yang aman serta sesuai dengan nilai halal dan thayyib (Mirza & Abdurrahman, 2024).

Strategi visual dan naratif menjadi kekuatan utama Tasya Farasya dalam menyampaikan edukasi skincare. Secara visual, ia menampilkan bukti penggunaan melalui before-after transformation, visual produk, serta penekanan pada label halal. Secara naratif, pesan disampaikan melalui storytelling personal, humor ringan, dan penjelasan kandungan produk, sehingga edukasi terasa dekat dan tidak menggurui. Pendekatan ini membangun kepercayaan audiens serta memudahkan remaja memahami perawatan kulit yang tepat (Putriana Rachmawati, 2023). Strategi tersebut juga dapat dipahami sebagai bentuk dakwah bil-hal yang selaras dengan ajaran Islam. Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 125 menegaskan bahwa dakwah harus dilakukan dengan hikmah dan cara yang baik. Dalam konteks media sosial, prinsip ini diwujudkan melalui visual yang edukatif dan narasi yang santun, jujur, serta bertanggung jawab. Edukasi skincare yang disampaikan Tasya Farasya tidak hanya mengandung nilai komunikasi, tetapi juga nilai dakwah yang mendorong kesadaran menjaga diri sebagai bentuk hifz al-nafs (Qur'an Kemenag; Fahmi, 2022).

Meskipun banyak penelitian membahas pengaruh influencer terhadap keputusan pembelian skincare, kajian yang secara khusus menelaah strategi visual dan naratif konten Tasya Farasya masih terbatas. Terutama penelitian yang mengaitkan aspek visual-naratif dengan edukasi kesehatan kulit remaja serta nilai dakwah yang menyertainya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi visual dan naratif Tasya Farasya dalam mengedukasi skincare pada remaja di media sosial (Salsabila & Fitria, 2023; Mirza & Abdurrahman, 2024).

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam menyusun penelitian ini, penulis melakukan pengkajian dan penelusuran terhadap sejumlah literatur yang memiliki kemiripan dengan topik penelitian. Kajian pustaka ini bertujuan untuk memberikan gambaran dinamika penelitian terdahulu, menghindari plagiasi, serta menegaskan bahwa judul dan fokus penelitian yang diangkat memiliki kebaruan dan belum diteliti secara spesifik sebelumnya. Penelitian Adi Nugroho, Ike Desi Florina, dan Sarwi Edy (2023) berjudul "Menggali Visual dan Naratif @tokomereka Dalam Membangun Brand Identitas di Instagram" menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengeksplorasi strategi

visual dan naratif akun Instagram @tokomerekah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi tema estetika vintage mampu membangun identitas merek yang kuat serta mempertahankan loyalitas konsumen. Penelitian ini menjadi acuan penulis dalam aspek strategi visual dan naratif, namun berbeda karena penelitian penulis menggunakan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, meskipun sama-sama menggunakan paradigma naratif Walter Fisher. Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2023).

Penelitian Nurhikmah (2021) berjudul “Strategi Komunikasi Persuasif Halal Lifestyle Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kosmetik RK Glow di Kota Palu” merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang menekankan strategi komunikasi halal lifestyle dalam meningkatkan minat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai halal, keamanan, legalitas produk, serta pemanfaatan media sosial berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Penelitian ini menjadi rujukan penulis dalam membahas nilai kehalalan dan kejujuran produk, namun tidak menganalisis aspek visual dan naratif secara mendalam. Nurhikmah. (2021). Penelitian Dwi Asikinita (2020) berjudul “Analisis Semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi Visual Dakwah Persuasif pada Kartun Instagram @xkwavers)” menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan fokus pada analisis ikon, indeks, dan simbol dalam konten dakwah visual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual dan caption dakwah persuasif digunakan untuk menyampaikan pesan moral keislaman. Penelitian ini menjadi acuan utama penulis dalam penggunaan teori semiotika Peirce, dengan perbedaan objek kajian yaitu kartun dakwah, bukan konten ulasan produk. Asikinita, D. (2020).

Penelitian Umika Purwitasari (2022) berjudul “Pengaruh Label ‘Tasya Farasya Approved’ Terhadap Minat Beli yang Dimoderasi Brand Awareness” menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melihat pengaruh endorsement terhadap brand awareness produk skincare. Hasil penelitian menunjukkan bahwa label endorsement berpengaruh positif terhadap peningkatan brand awareness. Penelitian ini relevan sebagai acuan dalam mengkaji peran Tasya Farasya, namun berbeda dari penelitian penulis dalam metode dan pendekatan analisis. Purwitasari, U. (2022). Penelitian Vivi Varlina (2025) berjudul “Analisis Naratif Visual, Retorika Visual dan Semantik Pada Sampul ‘Gemoy-Gemoy Gaspol’” membahas interaksi elemen visual dalam menyampaikan pesan politik secara implisit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ilustrasi, tipografi, dan warna mampu membangun narasi visual yang persuasif. Penelitian ini menjadi referensi konseptual dalam memahami analisis visual dan naratif, meskipun konteks kajiannya berbeda dengan penelitian penulis. Varlina, V. (2025).

Penelitian Abdullah Azhar Alfarisi, Rana Akbari Fitriawan, dan Fiqie Lavani Melano (2022) berjudul “Analisis Narasi Walter Fisher Dalam Podcast Youtube Deddy Corbuzier Bersama Mongol Stres” menggunakan paradigma naratif Walter Fisher untuk menganalisis pesan moral dalam narasi podcast. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koherensi dan rasionalitas naratif mampu membentuk opini publik. Penelitian ini menjadi acuan utama penulis dalam penerapan paradigma naratif Walter Fisher. Alfarisi, A. A., Fitriawan, R. A., & Melano, F. L. (2022). Penelitian Irma Nursubchiana Indah Iskandar dan Irwa Rochimah Zarkasi (2023) berjudul “Analisis Naratif Video Viral: Elemen Digital Storytelling dalam Video Ulasan Destinasi Kuliner TikTok” menggunakan analisis isi kualitatif untuk mengkaji elemen digital storytelling berdasarkan paradigma naratif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa storytelling digital berperan penting dalam membangun narasi yang menarik dan persuasif. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis

dalam penggunaan analisis naratif Walter Fisher, namun berbeda pada objek dan platform media. Iskandar, I. N. I., & Zarkasi, I. R. (2023).

METODE

Metode penelitian berasal dari dua kata, yaitu metode dan penelitian. Secara etimologis, metode berasal dari bahasa Yunani *methodos* yang berarti cara atau jalan, sedangkan *logos* berarti ilmu. Metode dimaknai sebagai cara yang teratur dan sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks penelitian, metode berkaitan dengan cara memahami, mendekati, serta mengamati objek yang menjadi sasaran kajian agar diperoleh pemahaman yang ilmiah dan terstruktur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa foto, video, data tertulis, maupun data lisan dari objek yang dapat diamati. Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin memahami secara mendalam strategi visual dan naratif yang digunakan Tasya Farasya dalam menyampaikan pesan edukasi skincare melalui konten media sosial kepada remaja. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami makna yang muncul dari fenomena sosial, sehingga penelitian ini berfokus pada pesan, makna, dan konteks yang terkandung dalam konten media sosial Tasya Farasya.

Tasya Farasya dalam penelitian ini diposisikan sebagai subjek penelitian. Ia merupakan beauty influencer dan content creator Indonesia yang aktif di platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, serta dikenal melalui konten edukasi dan ulasan produk skincare dan makeup. Dalam konteks penelitian ini, Tasya Farasya dipahami sebagai komunikator yang menyampaikan pesan edukatif terkait perawatan kulit kepada audiens remaja melalui media sosial. Strategi visual dalam penelitian ini dimaknai sebagai rangkaian rancangan visual yang meliputi elemen warna, pencahayaan, tipografi, wardrobe, teknik pengambilan gambar, editing visual, dan animasi yang digunakan dalam konten untuk menarik perhatian audiens dan membentuk persepsi terhadap pesan yang disampaikan. Sementara itu, strategi naratif dipahami sebagai cara penyampaian pesan yang disusun melalui alur cerita, urutan informasi, penggunaan voice narrator, argumentasi, serta testimoni before-after dalam penggunaan produk guna mempengaruhi pemahaman, sikap, dan perilaku audiens.

Edukasi dalam konteks penelitian ini merujuk pada penyampaian pesan terkait perawatan kulit, seperti cara penggunaan skincare yang tepat, pemahaman pencampuran bahan aktif, serta pencegahan risiko alergi. Skincare dipahami sebagai produk dan rutinitas yang bertujuan untuk memelihara, memperbaiki, dan menjaga kesehatan kulit, termasuk penanganan masalah kulit seperti jerawat. Remaja dalam penelitian ini mengacu pada kelompok usia 10–24 tahun yang belum menikah di Indonesia, dengan pertimbangan intensitas penggunaan media sosial sebagai sarana edukasi dan literasi kesehatan kulit. Media sosial dipahami sebagai platform digital yang memfasilitasi pertukaran informasi dan konten antar pengguna. Dalam penelitian ini, media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok berfungsi sebagai medium utama Tasya Farasya dalam membagikan konten edukasi skincare. Analisis dalam penelitian ini dimaknai sebagai proses sistematis untuk mengidentifikasi dan menginterpretasikan elemen visual dan naratif dalam konten tersebut dengan menggunakan pendekatan semiotika untuk mengkaji strategi visual serta paradigma naratif untuk menganalisis strategi naratif.

Objek penelitian ini adalah strategi visual dan naratif dalam konten edukasi skincare yang diproduksi dan dibagikan oleh Tasya Farasya melalui media sosial Instagram, TikTok, dan

YouTube, sedangkan subjek penelitian adalah konten video Tasya Farasya yang membahas skincare beserta ulasan produk berupa testimoni before-after. Sumber data penelitian terdiri atas data primer yang diperoleh dari konten review dan unggahan Tasya Farasya di media sosial, serta data sekunder yang diperoleh dari artikel ilmiah, jurnal, buku, dan sumber daring yang relevan dengan kajian komunikasi visual, narasi digital, influencer, dan edukasi kecantikan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi daring dengan mengamati konten Tasya Farasya yang berkaitan dengan edukasi dan review skincare, serta dokumentasi berupa tangkapan layar, transkrip video, dan catatan visual dari konten yang dianalisis. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif (qualitative content analysis) yang mengacu pada tahapan Miles dan Huberman, meliputi reduksi data untuk memilih data yang relevan, penyajian data dalam bentuk narasi yang sistematis, serta penarikan kesimpulan melalui penafsiran makna strategi visual dan naratif yang ditemukan dalam konten Tasya Farasya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Strategi Visual Pada Konten Tasya Farasya Dalam Mengedukasi *Skincare* dalam pandangan Semiotika Charles Sanders Peirce

Dalam penelitian ini, penulis akan memfokuskan penelitian pada konten Tasya Farasya yang akan dianalisis menggunakan teori semiotika Charles Sanders Peirce.

1. Hasil Analisis visual menggunakan Semiotika Charles Sanders Peirce.

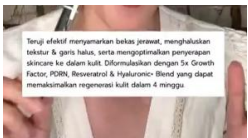
Peirce membagi tanda menjadi tiga tanda yaitu, representamen, Object dan Interpretant, dan membedakan tanda berdasarkan bentuknya (ikon-indeks-simbol), ketiga unsur tersebut saling berkolaborasi sehingga dapat menemukan makna edukasi dan keteladanan dari dakwah bil hal dan hifz al nafs. Penulis akan menganalisis pada konten *Skincare* Routine AM to Pm Tasya di Instagram.

konten *Skincare* Routine AM to Pm Tasya di Instagram.

a). Representamen (Tanda visual yang ditampilkan)

Gambar	Keterangan
	Wajah Tasya sebelum memakai <i>skincare</i> , terdapat serum wardah, ekspresi muka yang excited

	Wajah Tasya setelah menggunakan serum kemudian menggunakan moisturizer Wardah
	Kulit muka terlihat lebih bersinar dan sehat
 	Dilanjutkan dengan penggunaan sunscreen dengan teknologi nano gel yang cepat menyerap.
	Kondisi kulit setelah memakai <i>skincare</i> routine

 before	Menunjukkan before dan after penggunaan <i>skincare</i>
  bio beauty lab GLYCOLIC BRIGHTENING CLEANSER	Cleanser atau pembersih muka yang dipakai sebelum <i>berskincare</i>, cleanser ini dari brand Bio Beauty.
	Eye and lip remover pads
  Something BioSpicule Renewal Serum Tenji efektif menyamarkan bekas jerawat, menghaluskan tekstur & garis halus, serta mengoptimalkan penyerapan skincare ke dalam kulit. Diformulasikan dengan 5x Growth Factor, PDRI, Resveratrol & Hyaluronic Blend yang dapat memaksimalkan regenerasi kulit dalam 4 minggu.	Serum Shomethinc, Tasya juga menampilkan sedikit catatan bahwa produk ini telah teruji klinis.

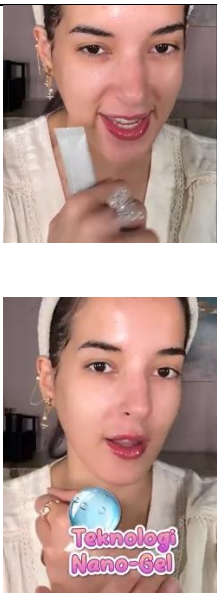
	Dilanjtkan dengan Serum Copper Peptide dari shomethinc.
	Dilanjutkan dengan sleeping mask dari Laneige.
	Di hari berikutnya Tasya menggunakan Retinol dari Bumi dan Sleeping mask dari Laneige.

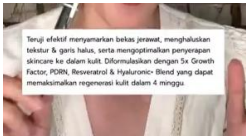
Tabel Representamen (Tanda visual yang ditampilkan)

b) Object (Makna dari tanda)

Makna dari tanda yang ditampilkan dengan penjelasan yang lebih rinci.

Gambar	Keterangan
	Serum Wardah memiliki manfaat untuk mencerahkan kulit, teksturnya cair dan mudah menyerap.

	Moisturizer Wardah Vitamin C+ Adenosine Radiant, memiliki bulir-bulir vitamin c, yang memiliki manfaat untuk melembabkan kulit
	Disini muka terlihat lebih bersinar dan sehat setelah menggunakan serum dan moisturizer dari Wardah
	Dilanjutkan dengan penggunaan sunscreen untuk melindungi dari sinar matahari langsung yang menyebabkan penuaan dini, kulit terbakar (sunburn) dengan teknologi nano gel yang cepat menyerap.
	Kondisi kulit setelah memakai <i>skincare</i> routine, terlihat lebih sehat dan bersinar.

 before	Sebelum menggunakan <i>skincare</i> kulitnya terlihat matte (tidak memantulkan cahaya) dan setelah menggunakan <i>skincare</i> kulit terlihat lebih glowing dan sehat.
  bio beauty lab GLYCOLIC BRIGHTENING CLEANSER	Cleanser atau pembersih muka yang dipakai sebelum berskincare, cleanser ini dari brand Bio Beauty Lab yang mengandung Glycolic Brightening Cleanser dipakai pagi dan malam hari, yang memiliki manfaat untuk membersihkan muka.
	Tapi kunci dari membersihkan makeup sendiri Tasya menggunakann Eye and lip remover pads, untuk membersihkan makeup dipakai di malam hari saja.
  Somethinc BioSpiciale Renewal Serum Tengli efektif mengurangi bekas jerawat, menghaluskan tekstur & garis halus, serta mengoptimalkan penyerapan skincare ke dalam kulit. Diformulasikan dengan 5x Growth Factor, PDGF, Resveratrol & Hyaluronic Blend yang dapat memaksimalkan regenerasi kulit dalam 4 minggu.	Serum Shomethinc untuk menghilangkan bruntusan dan chicken skin, Tasya juga menampilkan sedikit catatan bahwa produk ini telah teruji klinis.

	Dilanjutkan dengan Serum Copper Peptide dari shomethinc juga diseluruh muka, untuk menghilangkan chicken skin dikombinasikan dengan serum shomethinc.
	Dilanjutkan dengan sleeping mask yang dipakai setiap hari walaupun serumnya berbeda, sleeping masknya tetap dari Laneige.
	Di hari berikutnya Tasya menggunakan Retinol dari Bumi dan Sleeping mask dari Laneige.

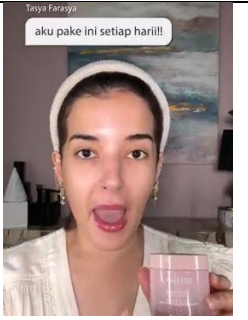
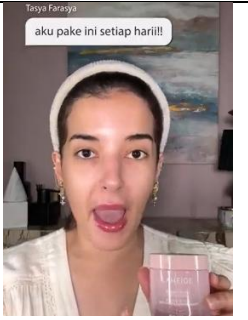
c) Interpertant (Makna yang dapat dipahami oleh audiens)

Gambar	Keterangan
	"Disclaimer Not Sponsored", yang memiliki arti bahwa video ini tidak didukung secara finansial dan tidak dibayar oleh pihak manapun, kata-kata ini membuat penonton lebih percaya dengan konten dari Tasya
	"kalo ngereview skincare aku pake selama satu bulan", kalimat ini membuat penonton

	percaya dengan penggunaan pribadi Tasya selama satu bulan.
	Week 1, week 2, week 3, week 4, maksud dari kata-kata ini adalah Tasya selalu update <i>skincare</i> setiap minggu sesuai kebutuhan kulitnya.
	“Resep kulit saya bulan ini”, kalimat ini menunjukkan Tasya akan membagikan <i>skincare</i> yang digunakan bulan ini.
	“Mulai dari Day Time Routine”, kalimat ini menunjukkan bahwa Tasya akan memulai dari <i>skincare</i> hariannya.
	Dengan menggunakan serumwardah ini bisa membuat kulit lebih cerah, teksturnya berair dan tidak membuat reaksi sensitive.
	Moisturizer Wardah, dengan menggunakan ini bisa membuat kulit lebih terhidrasi, bisa digunakan pagi dan malam hari.

	"Works to really well on my skin", memiliki makna cocok untuk kulit saya.
	"Saat ini normal karena TERHIDRASI DENGAN BAIK", Maksud kalimat ini kulit Tasya saat ini normal karena tipe kulitnya dry to skin.
	Menggunakan sunscreen yang berteknologi nano gel yang mudah menyerap ke kulit.
	Tasya sudah banyak sekali mereview sunscreen bukan hanya satu produk saja.
	"My skin condition in the morning", maksud dari kalimat ini ialah kondisi kulit Tasya setelah memakai <i>skincare</i> rutin setiap pagi.

	“Night time routine”, setelah membagikan resep <i>skincare</i> dipagi hari Tasya lanjut membagikan resep <i>skincare</i> dimalam hari.
	Tasya memperlihatkan produk pembersih mukanya dari brand Bio Beauty Lab.
	Eye and lip remover”, kegunaanya untuk membersihkan seluruh makeup terutama di daerah sensitive seperti mata dan bibir, tetapi Tasya menggunakan untuk membersihkan seluruh mukanya. Pemakaiannya combo Bersama cleanser dari bio beauty lab.
	Dilanjutkan Tasya menggunakan serum dari shomethinc yang berguna untuk menghilangkan bruntusan dan chicken skin.

	Serum shomethinc dipadukan dengan Copper peptide di seluruh muka.
	Sleeping mask laneige, digunakan setiap hari setelah berskincare.
	Sleeping mask laneige, digunakan setiap hari setelah berskincare.
	Dihari berikutnya Tasya menggunakan serum retinol dari brand Bumi.

2. Dakwah Bil Hal dalam konten Tasya Farasya

Di dalam konten Tasya Farasya terdapat nilai dakwah bil hal melalui Tindakan nyata dari konten Tasya berupa ajakan untuk merawat sesuatu yang diciptakan Allah agar selalu terjaga dengan baik, dan pemilihan suatu produk yang halal dan baik dari segi komposisi bahannya, berikut ini penerapan dakwah bil hal didalam konten Tasya Farasya:

- a. Edukasi tentang bahan halal dan berbahaya, didalam kontennya Tasya selalu menjelaskan dengan detail bahan aktif apa saja yang ada di dalam produk tersebut, apakah produk tersebut aman digunakan secara berakala atau memiliki reaksi sensitive, oleh karena itu

- Tasya selalu mencoba produk yang akan direview dikulitnya terlebih dahulu selama satu bulan bahkan lebih.
- b. Disclaimer not sponsored, Tasya menampilkan tulisan ini dikontennya agar semua orang mengetahui bahwa kontennya tidak dibayar oleh pihak manapun. Disclaimer not sponsored membuktikan bahwa review konten yang dilakukan oleh Tasya jujur dan alur ceritanya logis sesuai dengan keadaan.
 - c. Memperhatikan kesehatan kulit dalam waktu jangka panjang, selain kesehatan badan kulit wajah kita juga perlu diperhatikan. Dengan cara menghapus makeup jika ingin sholat agar segala sesuatu yang menghalangi air wudhu bisa dihapus dengan menggunakan cleanser atau face wash sampai bersih. Jika muka sudah bersih dari makeup maka wudhu akan menjadi sah dan bisa melakukan sholat dengan baik. Apabila tidak menghapus makeup akan menyebabkan kulit berjerawat dan bruntusan yang berate sama saja dengan tidak menjaga ciptaan allah dengan baik.
 - d. Menjaga kebersihan, seperti didalam hadits yang berbunyi “Annadhofatu Minal Iman” yang memiliki arti “Kebersihan Sebagian dari Iman”, Islam sangat memperhatikan kebersihan mulai dari tubuh, bersuci, rambut hingga kuku. Kebersihan tubuh bisa dimulai dengan menggunakan skincare, skincare tidak hanya dimuka saja tetapi ada juga bodycare, haircare yang akan merawat badan kita dengan baik jika rajin membersihkan dan menjaganya.
 - e. Hifz Al Nafs, menjaga diri sesuai yang ada didalam syariat islam untuk mencegah suatu hal yang tidak baik masuk ke dalam diri seseorang.
 - f. Profesionalisme, Ketika membuat konten selalu professional, jujur, rapi, menjaga kebersihan, tidak menggurui, selalu mengajak audiens untuk melakukan hal-hal yang baik seperti merawat apa yang telah diciptakan oleh Allah.

B. Analisis Strategi Naratif Pada Konten Tasya Farasya Dalam Mengedukasi Skincare dalam pandangan Paradigma Naratif Walter Fisher

Dalam penelitian ini, penulis akan memfokuskan penelitian pada konten Tasya Farasya yang akan dianalisis menggunakan teori Paradigma Naratif Walter Fisher.

Hasil Analisis Menggunakan Teori Paradigma Naratif Wakter Fisher, penulis akan menganalisis pada konten Skincare Routine AM to Pm Tasya Farasya di Instagram. Diawal konten Tasya menggunakan hook atau pembuka, konten dibuka dengan kalimat “ni orang review skincare mulu jadi sebenarnya skincare mana yang dipake” kalimat ini membuat beberapa orang penasaran sama skincare apa yang dipake Tasya dan relateable dengan kebiasaan perempuan, sehingga membuat orang menonton kontennya untuk mengetahui skincare apa yang dipake.

“Disclaimer Not Sponsored, jadi system aku itu kalo ngereview skincare aku pake dulu selama satu bulan, buat kalian yang belum tau, biasanya yang bingung itu orang-orang yang ngga nontonin story aku di instagram, karena kalo di story aku biasanya jelas, hamper setiap minggu aku ngereview skincare apa yang aku pake”, kalimat ini meyakinkan audiens bahwa konten ini murni di buat untuk mengedukasi dan tidak diendorse oleh pemilik produk skincare, jika produk ini diendorse maka Tasya akan meriview dengan bagus skincare tersebut dan mendapat bayaran apabila konten tersebut sudah diunggah di akun media sosial Tasya, akan tetapi Tasya tidak menerima endorse apabila produk skincare tersebut memiliki kandungan yang tidak baik bagi Kesehatan kuit seperti merkuri, karena Tasya akan terlebih dahulu memakai di kulitnya sendiri sebelum merekomendasikan ke orang-orang.

“Day time routine”, Tasya memulai edukasi dengan pemakaian skincarenya dipagi hari setiap pagi, dengan kalimat ini membuat orang-orang excited untuk menonton kontennya dan mengetahui resep kulit sehat dari seorang Tasya Farasya, kesannya terlihat mempengaruhi audiens dengan memberikan testimoni penggunaan skincare dipagi hari.

“Aku lagi seneng banget pake serum dari wardah radiant” Tasya menjelaskan bahan aktif seperti feluric acid dan vitamin c yang tidak memiliki reaksi sensitive terhadap kulitnya, membuat kulit cerah teksturenya super watery dan cepat menyerap jadi tidak mengganggu penggunaan makeup. Tasya memiliki serum wardah ini dua satu dikantor dan satu dirumah, dan digunakan pada pagi hari dilanjutkan dengan penggunaan moisturizer dari wardah yang bisa dipakai pagi dan malam hari. Kemudian Tasya menyelipkan kata-kata “setuju ngga sih kalo vitamin c tu bagus kalo misalnya kita campur dengan sunscreen, bener ngga dokter-dokter yang nonton? Karena ini work really wel on my skin”. Dikalimat ini tidak hanya memberikan edukasi saja tetapi juga memberikan pertanyaan kepada audiens agar berinteraksi terhadap kontennya.

“Sebenarnya aku banyak ngereview sunscreen dan sering gonta-ganti juga, Cuma sekarang yang lagi aku pake itu ini, jadi kita cukup pakai sedikit aja karena ini udah ada teknologi nano gelnya”, Tasya bercerita pengalamannya bahwa dia tidak hanya menggunakan satu sunscreen saja, hal ini juga termasuk story telling, kemudian dia memberikan edukasi seberapa banyak memakai sunscreen dan cara pengaplikasiannya. “My skin condition in the morning”, Tasya menjelaskan kondisi kulitnya sebelum memakai skincare kondisinya tidak memancarkan cahaya atau matte sedangkan setelah memakai skincare kondisi kulitnya terlihat lebih cerah dan bercahaya atau glow. Dengan menunjukkan video before-after sebagai bahan penguat edukasinya.

“Lanjut, ke night time routine, by the way aku tadi lupa kasih tau cleanser yang tadi dipakai, ini dipake pagi dan malam hari juga dari bio beauty lab dengan glycolic brightening cleanser”, cleanser yang direview Tasya sangat bagus untuk membersihkan muka dari makeup akan tetapi Tasya memiliki kunci dari suatu produk yaitu, smooth and pure refresh your day lip and eye remover pads, walaupun namanya eye and lip remover tapi aku makenya semuka langsung bersih semua makeupnya. Kenapa untuk lip and eye, karena lip and eye itu area paling sensitive dan makeupnya paling waterproof jadi susah dibersihkan, makanya Tasya combo cleanser dan remover pads.

Dilanjutkan shomethinc Bio Spicula Renewal Serum yang berfungsi meghilamngkan bruntusan dan chicken skin dimuka, sebenarnya fungsi utamnay untuk menghilangkan bopeng dimuka. Setelah memakai serum tersebut selama beberapa kali bruntusan dan chicken skin langsung menghilang, dan memakai serum dari shomethinc skinlift 1% copper peptide resvreratol serum, Tasya menjelaskan dua produk serum ini bisa dipakai secara bersamaan saling dilayer satu sama lain. Setelah memakai serum Tasya menggunakan Sleeping mask dari laneige setiap malam, yang meruapakan Laneige Bouncy and firm sleeping mask selain dimuka juga bisa dipakai ditangan dan badan. Untuk hari berikutnya atau malam selanjutnya Tasya menggunakan produk dari brand Bhumi hpr retinol serum dan dilayer dengan Laneige Bouncy and firm sleeping mask.

“Itulah dia skincare-skincare yang lagi aku pake sekarang, semoga kalian ngga bingung keep up dengan apa yang aku pakai di bulan ini. Karena aku merasa kulit aku lagi bagus banget.

Ada yang mau nanya, jangan bingung-bingung bumil busui friendly? Atau engga komen di bawah, sekian review dari saya bye-bye everyone”, selain mengedukasi cara penggunaan dan komposisi bahan aktif didalam skincare Tasya juga memberikan kesempatan untuk berinteraksi kepada audiens di kolom komentar.

C. Analisis Hubungan Strategi visual dan Strategi Naratif dalam Peran Dakwah

Dalam penelitian ini, penulis akan memfokuskan penelitian pada hubungan antara strategi visual dan naratif dalam peran dakwah. Penulis akan menganalisis konten Skincare Routine AM to PM Tasya Farasya. Konten edukasi skincare tidak hanya menyampaikan tentang produk skincare saja tetapi juga menerapkan dakwah kontemporer berupa dakwah bil-hal dengan berkembangnya zaman dan teknologi yang semakin canggih, agar bisa diterima dengan mudah oleh penontonnya. Hubungan antara kedua strategi visual dan naratif saling melengkapi khususnya didalam konteks dakwah bil-hal.

1. Strategi visual dalam konten Tasya Farasya

Reels Instagram Tasya Farasya yang diunggah pada 24 juni membahas tentang skincare routine am to pm. Dalam konten tersebut Tasya menampilkan:

- a. Tampilan wajah tanpa filter
- b. Pencahayaan yang cukup
- c. Memperlihatkan produk
- d. Demonstrasi produk dikulit
- e. Ekspresi natural
- f. Before-after penggunaan produk

Strategi visual memiliki fungsi sebagai kejujuran secara visual, penonton secara langsung bisa mengetahui kondisi kulit Tasya Farasya, bentuk produk, cara penggunaannya, tekstur produk, dan hasil pengguaan secara realistis. Secara dakwah strategi visual ini sedang menerapkan dakwah bil-hal, yaitu menyampaikan pesan dengan tindakan nyata dan jujur. Bukan hanya dengan narasi saja tetapi ada bukti nyatanya. Visual yang sesuai dengan isi konten juga mengintrepesentasikan nilai islam yaitu jujur dan seimbang tidak berlebihan dalam merawat diri, serta menghindari suatu produk yang tidak baik untuk Kesehatan diri.

2. Strategi Naratif Tasya Farasya dalam peran dakwah

Reels Instagram Tasya Farasya yang diunggah pada 24 juni membahas tentang skincare routine am to pm, Tasya menyampaikan edukasi seperti “Disclaimer Not Sponsored, jadi system aku itu kalo review skincare aku pake dulu selama satu bulan, buat kalian yang belum tau, biasanya yang bingung itu orang-orang yang ngga nontonin story aku di isntagram, karena klo di story aku biasanya jelas, hampir setiap minggu aku ngereview skincare apa yang aku pake”, analisis naratif yang dipake bersifat:

- a. Personal (berdasarkan pengalaman pribadi)
- b. Mengandung suatu pengalaman
- c. Edukasi (memberikan suatu pembelajaran)

Dalam pandangan paradigma naratif walter fisher, cerita tasya memiliki narrative coherence karena alur yang logis dan sesuai dengan pengalaman remaja mengikuti trend skincare yang sedang naik daun. Cerita Tasya juga mengandung pesan dakwah berupa ajakan untuk tidak bersikap gegabah terhadap pemilihan suatu produk skincare dan memiliki rasa tanggung jawab terhadap tubuh sebagai pemberian dari Allah. Dakwah tidak selalu berisi tentang ayat-ayat Al-Qur'an, ceramah, dan pembicaraan yang berkaitan dengan agama. Tetapi ajakan untuk berbuat baik dan menjaga diri juga termasuk berdakwah dengan Tindakan nyata, mengajarka gaya hidup sehat tanpa merubah apa yang telah Allah ciptakan untuk makhluknya.

3. Hubungan Strategi visual dan naratif dalam peran dakwah

Strategi visual dan nartif memiliki hubungan saling keterkaitan antara keduanya dan saling melengkapi, secara visual dapat menjadi daya Tarik bagi yang menonton. Sedangkan secara naratif dapat membangun cerita yang logis sesuai dengan visualnya, jika yang ditampilkan hanya visual tanpa narasi maka konten tersebut tidak memiliki nilai, narasi dapat membangun pesan dakwah melalui alur cerita yang sesuai dengan isi konten, penjelasan produk, dan pengalaman pribadi seorang Tasya.

Hubungan antara kedua strategi dapat dilihat di dalam dakwah bil hal, yaitu dakwah dengan tindakan nyata yang menampilkan visual dengan cara demonstrasi pemakaian produk secara langsung seperti menjaga diri (hifz al nafs), menjaga kebersihan dan kesehatan. Sedangkan secara narasi menjelaskan apa yang sudah ditampilkan oleh visual di dalam konten sehingga penonton mengerti dan paham apa maksud dari konten tersebut. Ketika visual dan narasi sesuai maka pesan dakwah akan lebih terasa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dari Analisis Strategi Visual dan Naratfi Tasya Farasya dalam mengedukasi *skincare* pada remaja dimedia sosial, analilis dari konten Tasya Farasya di konten *Skincare Routine AM to Pm* di Instagram yang diunggah pada 24 juni 2024, dengan analisis visual menggunakan semiotika Charles Sanders Peirce dan analisis Naratif menggunakan Paradigma Naratif Walter Fisher dapat disimpulkan bahwa:

1. Setiap konten *review skincare* yang dilakukan Tasya Farasya secara visual dapat menarik banyak antusias penonton, bukan hanya sekedar muka saja yang ditampilkan tetapi setiap produk yang digunakan ditampilkan dengan diberi teks lengkapnya tentang infromasi produk tersebut ditambah gaya bicara Tasya yang dapat mempengaruhi penonton dan terkesan humble. Serta editan video yang sangat menarik. Dengan menampilkan Before-after menambah penonton mengerti apa perbedaan visual dari penggunaan *skincare*.
2. Dengan gaya komunikasi Tasya yang sangat relatable dengan keadaan kulit para remaja masa kini membuat penonton jadi terpengaruhi sesuai apa yang dikatakn Oleh Water Fisher bahwa setiap orang akan lebih percaya kepada cerita yang bagus dibanding argument yang baik, dan Tasya telah menerapkan teori paradigma naratif walter fisher. Dengan *review skincare* yang

jujur Tasya secara tidak langsung sedang berdakwah dengan dakwah bil hal dan mengajak penonton untuk menjaga dan merawat diri (hifz al-nafs).

3. Hubungan antara kedua strategi saling melengkapi satu sama lain sehingga visual yang ditampilkan bisa lebih dipahami penonton dengan narasi yang sesuai dan detail, selaras dengan peran dakwah melalui Tindakan secara langsung dan nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, A. A. (2024). Analisis narasi Walter Fisher dalam podcast YouTube Deddy Corbuzier bersama Monggol Stres. Bandung: Universitas Telkom.
- Asikineta, D. (2021). Analisis semiotika Charles Sanders Peirce (Komunikasi visual dakwah persuasif pada kartun Instagram @xkwavers). Purwokerto: Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri.
- Fahmi. (2022). Ceramah agama sebagai media komunikasi Islam untuk menjaga keutuhan pemikiran Islam rahmatan lil 'alamin pada generasi muda. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah dalam Mata Tinta*, 9(2), 163.
- Iskandar, I. N. I., & Zarkasi, I. R. (2024). Analisis naratif video viral: Elemen digital storytelling dalam video ulasan destinasi kuliner TikTok. *Jurnal Al-Azhar Indonesia*, 4(1), 74.
- Kampung KB Tambaksari. (t.t.). Ketahanan keluarga berbasis kelompok kegiatan (POKTAN). Diakses dari <https://kampungkbbkkbn.go.id/kampung/4792/intervensi/464856/ketahanan-keluarga-berbasis-kelompok-kegiatan-POKTAN>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (t.t.). Al-Qur'an dan Terjemahannya. Diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/perayat/surah/2?from=168&to=286> (<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=168&to=286>)
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (t.t.). Al-Qur'an dan Terjemahannya. Diakses dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/perayat/surah/16?from=125&to=128> (<https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/16?from=125&to=128>)
- Mirza, A. F. S., & Abdurrahman, A. (2024). Analysis of the influence of beauty influencer Tasya Farasya's attitude on consumer purchase intention through consumer attitude towards influencer as a mediator. *International Journal of Economics, Business, and Innovation Research*, 3.
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2023). Menggali strategi visual dan naratif @tokomereka dalam membangun brand identitas di Instagram. **Journal of Education Research*, 5(3), 3158–3169. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1489> (<https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1489>)
- Nurhikmah. (2025). Strategi komunikasi persuasif halal lifestyle dalam meningkatkan minat beli produk kosmetik RK Glow di Kota Palu. Palu: Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Purwitasari, U. (2023). Pengaruh label "Tasya Farasya Approved" pada katalog produk Luxcrime Blur and Cover Two Way Cake di Shopee terhadap minat beli yang dimoderasi brand awareness. Semarang: Universitas Islam Sultan Agung.
- Rachmawati, P. (2023). Edukasi terkait keamanan kosmetik pada masyarakat. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 101–113.

- Roslan, M. (2024). Sejarah kemunculan teori hifz al-nafs dalam maqasid syari'ah: Analisis sorotan teoritikal. *Jurnal Pengajian Islam*, 17(1), 107–110.
- Salsabila, F., & Fitria, S. (2023). Analisis perkembangan bisnis skincare dengan menggunakan live streaming TikTok sebagai media promosi (Studi pada brand skincare lokal Alldays). *Diponegoro Journal of Management*, 12(10). Diakses dari <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Siloam Hospitals. (2025). 7 bahaya polusi udara untuk wajah dan cara mengatasinya. Diaksesdari<https://www.siloamhospitals.com/informasisiloam/artikel/bahaya-polusi-udara-untuk-wajah>
- Somantri, G. R. (2005). Memahami metode kualitatif. *Jurnal Makara Sosialiora Humaniora*, 9, 57.
- Supardan, D. (2015). Penelitian kualitatif: Konsep dasar dan penggunaan. Depok: Universitas Indonesia.