



Make Up Dan Identitas: Konstruksi Identitas Diri Pengguna Make Up Korea (Studi Fenomenologi Remaja Akhir di Cikarang Barat)

Zahra Sabila¹, Zainal Abidin², Ana Fitriana Poerana³

^{1,2,3}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 1 Maret 2023
Revised: 19 Maret 2023
Accepted: 29 Maret 2023

This research is entitled "Make Up and Identity: Construction of Self-Identity of Korean Make-up Users (Phenomenological Study of Late Adolescents in West Cikarang)". The formulation of the problem is how the self-identity of Korean make-up users is constructed and what is the meaning of the use of make-up for late adolescents in West Cikarang. This study uses a qualitative approach to the type of phenomenological research. Collecting data in this study is non-participant observation, semi-structured interviews, documentation and literature studies. Based on the research results, it can be seen that the construction of self-identity of Korean make-up users is built from the appearance of the make-up they use, where the appearance of Korean make-up contains the meaning that the users are trying to convey to others. In addition, the social environment, reference groups and idol figures or role models also influence the process of constructing adolescents' self-identities. The meaning of using make-up for late adolescents in West Cikarang is to make them confident, to look beautiful and fresh, to cover up facial features they don't like, a means of self-expression, as a hobby or entertainment, and to enhance appearance.

Keywords: Korean Make Up, Self-Identity, Late Adolescence

(*) Corresponding Author: 1810631190193@student.unsika.ac.id

How to Cite: Sabila, Z., Abidin, Z., & Poerana, A. (2023). Make Up Dan Identitas: Konstruksi Identitas Diri Pengguna Make Up Korea. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 431-437. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7968730>

PENDAHULUAN

Riasan atau *make up* adalah suatu bentuk komunikasi non-verbal yang menggunakan kosmetik sebagai objek. Orang yang menggunakan riasan ingin mengkomunikasikan atau mengekspresikan preferensi mereka melalui riasan kepada orang lain. Komunikasi nonverbal dengan tata rias adalah komunikasi nonverbal berupa aartifaktual. Simbol artifaktual di sini membantu mengungkapkan pesan ataupun menampilkan citra diri melalui kosmetik

Make up pada umumnya merupakan sebuah seni untuk memperindah wajah dengan bantuan alat kosmetik yang bertujuan untuk menunjang penampilan dan rasa percaya diri seseorang. Rias wajah atau *make up* telah menjadi sebuah sarana hidup yang sedemikian rupa bagi wanita dan menjadi teman kemanapun mereka pergi.

Fenomena remaja menggunakan *make up* sedang marak terjadi, remaja merupakan pergantian dari masa anak-anak menuju dewasa. Remaja cenderung memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan ingin mencoba hal baru. Oleh sebab itu, banyak remaja yang ingin terlihat berbeda dari masa sebelumnya, salah satunya

membuat dirinya lebih menarik. Upaya yang dapat dilakukan remaja untuk terlihat lebih menarik adalah dengan menggunakan riasan.

Dalam perkembangannya, *make up* mengalami beberapa perubahan baik dari segi teknik maupun dalam tampilan riasan. Pada mulanya *make up* tebal ala western sempat menjadi favorit wanita Indonesia namun seiring bejalannya waktu dan dengan adanya fenomena *Korean wave*, tren *make up* di Indonesia mengalami perubahan.

Tren *make up* Korea saat ini tengah diminati oleh kaum wanita khususnya remaja, terutama mereka yang gemar akan Korea Selatan. Meskipun hasil akhirnya tetap natural dan *soft*, *make up* Korea memiliki berbagai macam tampilan. Tampilan *make up* Korea yang biasa digunakan oleh remaja adalah “*No Make Up, Makeup Look*”. *Make up* ini ramai digunakan karena hasilnya yang *flawless* dan terkesan sangat natural seperti tanpa menggunakan riasan apapun namun kekurangan di wajah seperti jerawat, bekas luka ringan dan noda hitam dapat tertutupi. Tujuan dari tampilan riasan ini tentu saja menggunakan *make up* setipis mungkin agar terlihat fresh dan natural.

Sebenarnya tidak hanya “*No Make Up, Make Up Look*” saja, tampilan riasan khas Korea Selatan secara umum biasa disebut dengan “*Korean make up*” atau “*Ulzzang make up*”. *Ulzzang* ialah istilah terkenal asal Korea Selatan untuk menyebut orang dengan paras sempurna atau dengan kata lain tampan atau cantik.

Fenomena *Korean make up* datang bersamaan dengan adanya *hallyu wave* atau *Korean wave*. *Korean Wave* adalah sebutan untuk merepresentasikan ekspansi fenomena *Korean pop culture* berupa *k-drama*, *k-pop* dan film ke penjuru dunia. Kebudayaan populer Korea hadir secara luas dengan dukungan kemajuan teknologi saat ini sehingga dapat diproduksi, didistribusi, dan direproduksi untuk konsumsi masyarakat (Abidin, 2019).

Umumnya remaja yang menggunakan *make up* Korea sudah mengetahui macam-macam variasi *make up* dan dalam kesehariannya juga memakai *make up*. Dalam perjalanannya, remaja yang menggunakan *make up* Korea mulai terbentuk identitas dirinya. Identitas diri ialah cara yang ditempuh seseorang untuk membedakan dirinya dari individu lain atau untuk menggambarkan dirinya yang memiliki ciri khas. Identitas diri juga dapat dijelaskan sebagai kesadaran bahwa individu mengidentifikasi dirinya dan memberi makna pada dirinya sebagai manusia yang unik. Identitas di sini mengacu pada siapa dirinya. Artinya, dia berusaha semaksimal mungkin untuk menunjukkan dirinya sebaik mungkin sesuai dengan keinginannya, dan tentunya ia juga berharap orang lain akan melihatnya seperti yang ia inginkan.

Tokoh pencetus istilah pembentukan identitas diri adalah Erikson (1989), menurutnya identitas diri adalah kesadaran individu untuk menempatkan diri dan memberikan arti pada dirinya dengan tepat di dalam konteks kehidupan yang akan datang menjadi sebuah kesatuan gambaran diri yang utuh dan berkesinambungan untuk menemukan jati dirinya. Teori Erikson dikenal juga sebagai “*ego psychology*” yang menekankan pada konsep bahwa “diri (*self*)” diatur oleh ego bawah sadar (*unconscious ego*) serta pengaruh yang besar dari kekuatan sosial dan budaya di sekitar individu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti sebuah penelitian yang berjudul “*Make Up dan Identitas: Konstruksi Identitas Diri Pengguna Make Up Korea (Studi Remaja Akhir di Cikarang Barat)*”.

Adapun pertanyaan penelitiannya adalah bagaimana konstruksi identitas diri pengguna make up Korea? dan bagaimana makna *make up* bagi remaja akhir di Cikarang Barat?

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Moleong (2007) menjelaskan penelitian kualitatif adalah penelitian dengan tujuan untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata serta bahasa, pada konteks khusus yang dialami serta dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Menurut Littlejohn (dalam Hasbiansyah, 2008) fenomenologi merupakan studi mengenai pengetahuan yang berdasarkan pada kesadaran manusia. Dalam fenomenologi, seseorang dapat mempelajari cara memahami suatu peristiwa, gejala, atau objek dengan mengalaminya secara sadar. Penggunaan metode fenomenologi berguna untuk memberikan pemahaman berdasarkan pengalaman para informan dalam menggunakan tampilan make up korea.

Teknik penentuan dalam pemilihan informan adalah dengan cara *purposive sampling*. Dalam penelitian ini informan adalah remaja akhir berusia 18-21 tahun yang berdomisili di Cikarang Barat, Bekasi. Selanjutnya informan mengetahui tren *make up* korea, menerapkan tampilan make up korea, menerapkan teknik make up korea serta menggunakan kosmetik atau produk *skincare* korea.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik, yaitu observasi non partisipan, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur. Peneliti menggunakan observasi non partisipan karena peneliti hanya mengamati saja dan tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan dengan objek yang menjadi kajian peneliti. Setelah melakukan observasi peneliti melakukan wawancara dengan para informan. Adapun jenis wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur, agar peneliti dapat menggali lebih dalam lagi jawaban yang diberikan oleh narasumber. Dokumentasi guna memperkuat informasi penelitian. Studi literatur diperoleh dari sumber-sumber yang relevan dengan penelitian, seperti buku, web resmi, dan internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konstruksi Identitas Diri Remaja Akhir Pengguna *Make Up* Korea

Konstruksi identitas diri menurut menurut Chris Barker (2004: 172) adalah bangunan identitas diri, memperlihatkan siapa diri kita sebenarnya dan kesamaan kita dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan kita dari orang lain. Konstruksi identitas diri merujuk pada identitas seseorang yang terbentuk melalui persepsi orang lain, dimana identitas tersebut menunjukkan perbedaan orang tersebut dari yang lainnya.

Proses pembentukan identitas seseorang di lingkungan sosial adalah suatu bentuk konstruksi identitas (Rahayu, 2021). Konstruksi identitas penting dilakukan agar orang lain dapat memberikan penilaian terhadap identitas yang dimiliki oleh seseorang. Orang lain akan mengetahui bahwa seseorang tersebut memiliki perbedaan atau keunikan dibandingkan dengan orang lain.

Lingkungan sosial dan lingkungan pertemanan sangat mempengaruhi identitas diri seseorang, hal itu terjadi karena adanya suatu interaksi dengan orang lain yang kemudian saling memahami pola pikir masing-masing. Tidak hanya lingkungan sosial, adanya tokoh idola juga turut berpengaruh pada pembentukan identitas diri remaja. Hal ini didukung oleh Erikson sebagaimana yang dikutip dari Upton (2012), menurutnya dalam pembentukan identitas diri terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas diri, yaitu:

a. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial dimana remaja tumbuh dan berkembang seperti keluarga, tetangga, dan teman sebaya. Ketertarikan informan terhadap *Kpop* merupakan awal mula informan tertarik dengan *K-beauty*. Sebelum fenomena *K-beauty* menjamur di Indonesia, fenomena *Kpop* jauh lebih dulu menyebar bersamaan dengan *Hallyu Wave*. Dalam penelitian ini para informan serempak mengatakan bahwa awal mereka tertarik dengan *kpop* karena adanya pengaruh dari teman di sekitarnya. Lingkungan sosial memiliki peran dalam pembentukan identitas diri remaja. Peran teman dalam perkembangan remaja tidak hanya berpengaruh pada sikap dan perilaku saja, namun juga pada minat dan penampilan.

b. Kelompok Acuan

Kelompok acuan atau *reference group* adalah kelompok yang terbentuk pada remaja, seperti sekelompok orang yang memiliki minat yang sama, di mana para remaja mempelajari nilai-nilai dan peran yang dapat mereka gunakan sebagai pedoman bagi diri mereka sendiri. Dalam penelitian ini para informan tergabung dalam kelompok yang memiliki minat yang sama terhadap *Korean Pop* atau *Kpop*. Mereka tergabung dalam berbagai *fandom*. Dalam penelitian yang berjudul "*Fans Cultures and Fans Communities*", Kristina Bussed and Jonathan sebagaimana yang dikutip dari Noviyanti (2021), mengatakan bahwa *fan* merupakan bagian dari *fandom* (kelompok penggemar) yang memiliki identitas spesifik yang dipengaruhi dan dibentuk melalui konsumsi media bersama.

Bermula dari kegemaran para informan terhadap *Korean Pop* tersebut kemudian mereka mendapat banyak inspirasi dalam gaya *make up*-nya. Keterlibatan para informan dalam kelompok penggemar ini juga memperkuat identitasnya sebagai seorang pecinta *make up* Korea dan juga sebagai seorang *kpopers*. Dalam kelompok acuan para informan banyak mendapat referensi dalam melakukan suatu hal, salah satunya dalam menggunakan tampilan *make up* Korea

c. Tokoh Idola

Awal ketertarikan para informan dengan *K-beauty* karena adanya sosok yang mempengaruhi yang dijadikan sebagai *role model* oleh mereka. Dalam teori identitas diri yang digagas oleh Erikson, sebagaimana yang dikutip dari buku "*Childhood and Society*" pada tahun 1950, ia mengatakan bahwa pada

masa remaja seseorang memerlukan seorang model sebagai pedoman yang secara langsung tak langsung menuntun, mendampingi, membimbingnya untuk menemukan jati diri. biasanya tokoh idola merupakan sosok yang berasal dari papan atas seperti selebriti, musisi atau *actor*.

Dalam penelitian ini, para informan sepakat bahwa *role model*-nya merupakan *kpop idol*. Namun sebenarnya siapapun bisa menjadi *role model* bagi seseorang. Dalam mengaplikasikan tampilan *make up* Korea para remaja dalam penelitian ini memiliki *role model*-nya masing-masing yang berasal dari kalangan *youtuber* dan *tiktoker*.

Jika melihat konstruksi identitas diri remaja akhir pengguna *make up* Korea, konstruksi tersebut terbangun dari tampilan riasan yang digunakan, dimana tampilan *make up* Korea mengandung makna yang coba disampaikan penggunaannya kepada orang lain. Mereka menampilkan dirinya sebaik mungkin agar orang lain menganggap dirinya sebagaimana yang mereka inginkan. Makna yang terkandung dalam tampilan riasan yang digunakan oleh remaja menunjukkan hasrat para remaja terhadap kecintaannya pada Korea dan kegemarannya pada *kpop* yang coba mereka tampilkan melalui gaya riasannya. Karena selain menikmati lagu-lagunya, remaja dalam penelitian ini juga meniru tampilan riasan yang dikenakan oleh sang idola. Selain itu ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan identitas dirinya sebagaimana yang dikatakan oleh Erikson, yaitu lingkungan sosial, kelompok acuan dan tokoh idola atau *role model* juga turut memberikan kontribusi dalam proses pembentukan identitas diri para remaja pengguna *make up* Korea.

Penampilan adalah salah satu atribut yang dapat mengkomunikasikan identitas seseorang. Masing-masing informan memiliki penampilan yang disesuaikan dengan identitas apa yang ingin mereka tampilkan. Dengan menunjukkan identitas yang mereka miliki di depan orang lain atau di lingkungan sosial mereka, orang lain akan dengan mudah menilai dan mengetahui identitas orang tersebut, apakah ada persamaan dan perbedaan pada diri mereka

Pemaknaan *Make Up*

Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa saja yang kita tuturkan. Menurut Kridalaksana (2008: 148) makna adalah maksud pembicaraan, pengaruh satuan bahasa dalam pemahaman persepsi atau perilaku manusia atau kelompok manusia, hubungan, dalam arti kesepadanan antara bahasa dan alam luar bahasa, atau antara ujaran dan semua hal yang ditujukannya, cara menggunakan lambang-lambang bahasa.

Makna penggunaan *make up* bagi remaja akhir di Cikarang Barat tentunya tidak selalu sama antara satu sama lain. Dalam fenomenologi, pemaknaan seseorang akan berbeda-beda, maksudnya pengalaman seseorang akan suatu hal akan berbeda bagi setiap individu. Pengalaman berbeda itulah yang menciptakan makna yang berbeda pula. Disini remaja akhir mengalami pemaknaan melalui pengalamannya langsung dalam menggunakan *make up*.

Terdapat berbagai makna yang mendasari informan dalam menggunakan *make up* yang kemudian dikemukakan dengan berbagai alasan. Jika ditarik secara garis besar, yang mendasari makna penggunaan *make up* bagi remaja akhir di

Cikarang Barat adalah kepercayaan diri. Berdasarkan hasil penelitian, makna penggunaan *make up* bagi remaja akhir di Cikarang Barat adalah sebagai berikut:



Makna Penggunaan *Make Up* Bagi Remaja Akhir di Cikarang Barat
(Sumber: dokumen peneliti)

Dari kategorisasi makna penggunaan *make up* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa para informan tidak selalu memiliki pendapat yang sama dalam memaknai *make up*. Pemaknaan bervariasi yang diberikan oleh informan berdasarkan pada peristiwa yang mereka alami dan kemudian menjadi bagian dari pengalaman masing-masing informan.

Jika ditarik kesimpulan, pemaknaan *make up* bagi remaja akhir di Cikarang Barat yaitu untuk menunjang penampilan, membuat mereka percaya diri, tampil cantik dan *fresh*, menutupi fitur wajah yang kurang disukai, untuk mengekspresikan diri, dan sebagai hiburan atau hobi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa konstruksi identitas diri remaja akhir pengguna *make up* Korea dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu lingkungan sosial, kelompok acuan, dan tokoh idola. Lingkungan sosial, seperti keluarga, teman sebaya, dan fandom Kpop, memainkan peran penting dalam membentuk identitas diri remaja. Kelompok acuan atau *reference group*, yang terdiri dari kelompok dengan minat yang sama, juga mempengaruhi identitas diri remaja, termasuk dalam hal tampilan *make up* Korea. Selain itu, tokoh idola, baik dari kalangan selebriti, musisi, aktor, youtuber, maupun tiktoker, juga menjadi *role model* yang mempengaruhi konstruksi identitas diri remaja dalam hal penggunaan *make up* Korea. Konstruksi identitas diri remaja akhir pengguna *make up* Korea terbentuk melalui tampilan rias wajah yang terinspirasi dari gaya *make up* Korea, yang menjadi bagian dari identitas mereka sebagai penggemar Kpop dan sebagai individu yang mengikuti tren kecantikan Korea.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, Z. (2019). Hubungan Antara Tayangan K-Drama di Televisi dengan

- Perilaku pada Anak Remaja dalam Mengintimidasi Korean Fashion. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13. <http://ejournal.iainpurwokerto.ac.id/index.php/komunika>
- Barker, Chris. (2004). *Cultural Studies : Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Berliana, N. *Pemakaian Kosmetik Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Putri*. (2018). Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh.
- Elianti, L. D. (2017). *Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Erikson, E. H. (1963). *Childhood and Society*. New York : Norton.
- Kridalaksana, H. (2008). *Kamus Linguistik* (edisi keempat). Gramedia Pustaka Utama.
- Nurhaini, E. R. (2017). Konstruksi Identitas Diri Blogger Pada Blog Tentang Kepustakawanan.
- Noviyanti, D. I., Poerana, A. F., & Oxcygentri, O. (2022). Kontruksi Makna Fangirling (Studi Fenomenologi Pada Fan Account Twitter Penggemar IU Di Kalangan followers@_IUINDONESIA). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(3), 813-821
- Putri, S. K. (2015). *Pemaknaan Kosmetik Di Kalangan Mahasiswi*. Universitas Komputer Indonesia.
- Rahayu, T. E., & Hero, E. (2021). Konstruksi Identitas Sosial “Muslimah Motivations Riau” Dalam Gerakan Hijrah Melalui Instagram. *Medium: Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(2), 185-200.
- Riyantie, M. (2019). Konsep Diri Pecinta *Make Up* Korea (Studi Fenomenologi Konsep Diri Mahasiswa Pecinta *Make Up* Korea). *Jurnal Inovasi*, 13(2), 124-140.
- Santrock, J.W. (2003). *Adolescent- Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Upton, Penney. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.