

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dewasa ini berlangsung sangat cepat dan memunculkan berbagai inovasi baru. Kehadiran internet telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Internet juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk berinteraksi sosial dengan cara yang unik dan berbeda dari sebelumnya. Media sosial adalah salah satu inovasi dari kemajuan teknologi berbasis internet yang memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berkomunikasi, berinteraksi, berbagi informasi, serta membangun jejaring secara daring. Melalui media ini, pengguna dapat menyebarluaskan berbagai bentuk konten seperti gambar, audio, maupun video yang mereka hasilkan (Kotler et al., 2016).

Salah satu media sosial yang saat ini populer di Indonesia yaitu Tiktok. Media sosial Tiktok menjadi platform media sosial paling populer di kalangan siswi SMA untuk tujuan informasi. Platform media sosial juga masuk dalam peringkat 10 besar BrandZ untuk merek media dan hiburan. Dimiliki oleh perusahaan teknologi Cina ByteDance, TikTok telah menjadi salah satu merek media sosial yang populer. TikTok menjadi populer dikarenakan memiliki fitur yang menarik seperti fitur musik, filter, dan efek kreatif lainnya. Salah satu hal yang membuat media sosial ini unik yaitu algoritma Tiktok berbeda platform media sosial lainnya seperti Instagram atau Youtube, Tiktok berjalan pada grafik konten bukan grafik sosial. Selain itu memiliki perbedaan pada tagar-tagar populer yang cenderung lebih menyukai tantangan, meme, atau format berulang lainnya. Tidak seperti media sosial lainnya, peristiwa terkini bukan faktor dominan. TikTok bukan platform untuk membahas apa yang sedang terjadi di dunia. Di sinilah orang-orang menggunakan dan melihat TikTok untuk bersenang-senang dan menjadi kreatif, tanpa tekanan dari siklus berita 24/7.

Beberapa tahun terakhir, penggunaan *makeup* tidak lagi terbatas pada kalangan dewasa atau profesional di dunia kecantikan. Menurut Fauziyah et al.,

(2021), *makeup* biasa digunakan oleh kaum remaja terutama siswi Sekolah SMA mempelajari penggunaan kosmetik melalui berbagai cara. Salah satu cara yang umum dilakukan adalah dengan mengamati teman sebaya yang sudah terbiasa menggunakan *makeup*. Selain itu, contoh dari orang tua yang menggunakan *makeup* juga turut memengaruhi minat remaja untuk belajar. Di samping itu, tutorial yang tersedia di internet menjadi sumber pembelajaran lain yang banyak dimanfaatkan oleh remaja dalam memahami cara menggunakan *makeup*.

Makeup merupakan seni merias wajah atau mengubah tampilan alami dengan menggunakan berbagai alat dan produk kosmetik, dengan tujuan mempercantik serta menyamarkan kekurangan agar wajah tampak lebih proporsional. *Makeup* telah menjadi bagian dari gaya hidup yang membedakan setiap individu, di mana cara dan jenis penggunaannya dapat mencerminkan selera, kepribadian, serta memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunanya (Elianti et al., 2018). *Makeup* tidak hanya digunakan untuk acara-acara tertentu, tetapi mulai menjadi rutinitas harian, baik saat pergi ke sekolah, berkumpul dengan teman, hingga membuat konten di media sosial. Gaya *makeup* yang digunakan pun beragam, mulai dari tampilan natural yang minimalis hingga gaya yang lebih tegas dan eksperimental.

Hal ini juga mulai terlihat di kalangan siswi Sekolah Menengah Atas (SMA), yang saat ini didominasi oleh Gen Z. Preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi Gen Z kini lebih menekankan pada kecantikan alami. Siswi Gen Z dinilai lebih suka tampil dengan penampilan yang minim dan seolah-olah tak menggunakan *makeup* sama sekali, serta menggunakan produk kecantikan untuk menyempurnakan kulit dan menyoroti fitur-fitur alami, bukan untuk mengubah penampilan secara drastis.

Siswi menilai bahwa media sosial Tiktok telah efektif dalam memberikan informasi berdasarkan kebutuhannya. Media sosial seperti Tiktok kini menjadi platform dominan yang memengaruhi gaya hidup remaja di Indonesia. Tren kecantikan, termasuk gaya *makeup*, cepat menyebar dan diikuti generasi muda, menjadikan konten kecantikan sebagai referensi utama dalam membentuk selera dan penampilan sehari-hari. Di usia remaja SMA yang merupakan fase pencarian

identitas diri, penampilan fisik sering kali menjadi perhatian utama, sehingga penggunaan *makeup* dianggap sebagai bagian dari proses tersebut. Namun demikian, fenomena ini juga menimbulkan berbagai tanggapan, terutama dari pihak sekolah yang memiliki aturan tertentu terkait penampilan siswi. Menurut Marpaung et al., (2024), terdapat dua faktor utama yang mendorong siswi menggunakan *makeup* ke sekolah, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari motivasi pribadi tanpa adanya pengaruh luar, seperti keinginan untuk menutupi kekurangan pada wajah dan meningkatkan kepercayaan diri. Sementara itu, faktor eksternal meliputi pengaruh dari lingkungan sekitar seperti media sosial, keluarga, dan teman sebaya.

Beberapa sekolah tidak melarang para siswi untuk *makeup* di lingkungan sekolah, namun tetap harus dikendalikan penggunaannya agar siswi menggunakan gaya *makeup* yang natural dan tidak berlebihan. Hal di atas juga dapat diamati di lingkungan sekolah SMA Sulthon Aulia Boarding School yang mayoritas siswinya merupakan kalangan Gen Z yang gemar menggunakan *makeup* pada kesehariannya di sekolah. Di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi, Tiktok banyak digunakan sebagai sumber hiburan dan informasi. Dalam pengamatan awal, sebagian siswi menunjukkan ketertarikan terhadap penggunaan *makeup*, baik dalam aktivitas keseharian maupun saat kegiatan tertentu. Ketertarikan ini mencerminkan adanya pengaruh dari konten kecantikan yang mereka konsumsi melalui TikTok.

Konten tutorial *makeup* viral menjadi perhatian khusus bagi siswi yang mulai mengeksplorasi gaya *makeup* sebagai bagian dari ekspresi diri mereka. Informasi seputar kecantikan dan *makeup* dapat ditelusuri dengan mudah oleh para siswi di media sosial Tiktok. Hanya dengan menonton dari Tiktok, siswi juga merasakan kepraktisan dan kemudahan dalam mengakses konten *makeup*. Tiktok merupakan media sosial yang menjadi favorit kalangan Gen Z dan termasuk siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School untuk mencari preferensi gaya *makeup*, dimulai dari *makeup look* yang *bold* hingga natural.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner dari 30 sampel, hasil menunjukkan bahwa dapat diketahui 83,3% siswi menganggap media sosial penting untuk mencari informasi mengenai *makeup*, 86,7% siswi menggunakan media sosial dalam mencari informasi mengenai *makeup*, dan 73,3% siswi menggunakan media sosial Tiktok, frekuensi siswi mengakses Tiktok yaitu sebanyak 94,3% siswi mengakses Tiktok lebih dari 1 jam sehari dan 86,7% siswi menggunakan *makeup* dalam kesehariannya.

Beberapa siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School menggunakan kosmetika riasan dasar dan dekoratif, namun yang diperbolehkan oleh pihak sekolah yaitu *cushion/skintint*, *setting powder*, maskara, *cream blush*, dan *lip cream*. Kosmetika ini digunakan oleh siswi untuk mengurangi tampilan kulit wajah yang tampak kusam, menjaga kesegaran wajah setelah aktivitas sekolah, serta menyamarkan ketidaksempurnaan di area tertentu seperti jerawat. Penggunaan kosmetika memiliki beberapa manfaat bagi siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School yaitu diantaranya agar siswi dapat lebih percaya diri karena mereka terlihat lebih indah atau cantik.

Sekolah menetapkan berbagai peraturan yang bertujuan untuk mengatur seluruh warga sekolah demi menciptakan lingkungan yang tertib dan disiplin. Peraturan tersebut, yang dikenal sebagai tata tertib, merupakan ketentuan tertulis yang bersifat mengikat dan disusun berdasarkan keputusan pihak sekolah. Tujuan utama dari tata tertib ini adalah untuk membentuk sikap disiplin dalam diri setiap siswa, sehingga perilaku mereka dapat terarah dan menjadi kendali dalam menjalani aktivitas sehari-hari (Marpaung & Supsilioni, 2024).

Salah satu tata tertib di SMA Sulthon Aulia Boarding School adalah larangan untuk menggunakan *makeup* berlebihan ke sekolah oleh para siswinya. Oleh karena itu, terdapat batasan bagi siswi untuk membawa produk *makeup* yang tidak boleh dibawa di lingkungan sekolah. Menurut hasil survei awal melalui wawancara kepada siswi dan tenaga kerja pendidik di bagian BK, terdapat beberapa siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi yang menggunakan produk *makeup* di luar aturan sekolah seperti bulu mata palsu, *contour*, *eyeliner* dan lain sebagainya. Hal ini mencerminkan keinginan para siswi untuk

mengekspresikan diri dan menunjukkan kreativitas tanpa memperhatikan batasan yang ditetapkan oleh institusi pendidikan.

Kurangnya kontrol penggunaan media sosial Tiktok dari pihak sekolah maupun orangtua pun berpengaruh sehingga siswi dapat dengan leluasa mencari informasi mengenai gaya *makeup* di media sosial Tiktok. Siswi masih labil dalam mengendalikan konten-konten seputar informasi *makeup* yang ada di media sosial sehingga siswi mengikuti tren *makeup* tanpa mempertimbangkan kesesuaian budaya atau usia.

Pembentukan konsep diri pada individu dipengaruhi oleh berbagai faktor utama, terutama yang berkaitan dengan interaksi sosial dan dampak dari media sosial. Teori interaksionisme simbolik menjadi kerangka penting dalam menjelaskan bagaimana individu membentuk makna serta pemahaman tentang diri mereka melalui hubungan sosial. Kehadiran media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah pola interaksi sosial menjadi lebih fleksibel dan melampaui batas ruang dan waktu. Beragam konten yang berkaitan dengan tren kecantikan mampu mendorong terjadinya perbandingan sosial, yang kemudian memengaruhi cara seseorang memandang dirinya, khususnya dalam aspek penampilan dan gaya hidup (Putri & Safina, 2024)

Siswi SMA yang didominasi oleh Gen Z cenderung menggunakan *makeup* lebih sering dibandingkan generasi-generasi sebelumnya, menunjukkan pergeseran tren dalam kebiasaan kecantikan. Dalam penelitian Melyanita et al., (2023), makna penggunaan *makeup* bagi citra diri seseorang bukan hanya sebatas riasan wajah, tetapi bentuk upaya peningkatan kualitas diri, baik dalam segi penampilan ataupun ungkapan perasaan dalam berkehidupan sosial. Siswi Gen Z dikenal sebagai generasi yang sangat terhubung dengan dunia digital, serta tumbuh seiring perkembangan teknologi dan media sosial yang pesat. Generasi ini memiliki tingkat literasi digital yang tinggi serta akses informasi yang luas, termasuk mengenai tren kecantikan dan gaya hidup. Di lingkungan SMA, penggunaan *makeup* mulai menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. *Makeup* tidak hanya digunakan untuk keperluan acara khusus, tetapi juga telah menjadi rutinitas harian dalam berbagai aktivitas.

Pengaruh media sosial mendorong ketertarikan dalam penggunaan dan pembelajaran *makeup*. Melalui platform seperti Youtube dan Tiktok, video tutorial mengenai teknik penggunaan *makeup* menjadi sumber daya yang menarik perhatian. Perkembangan teknologi saat ini memungkinkan akses informasi dan berita menjadi sangat mudah, termasuk referensi seputar dunia *makeup* yang berfungsi sebagai sarana pembelajaran, terutama bagi pemula. Media sosial juga menyediakan berbagai informasi terkait produk *makeup*, seperti harga, manfaat, daya tahan, dan kualitas yang ditawarkan.

Hasil penelitian yang relevan seperti penelitian oleh Wasilah et al., (2025) membuktikan bahwa preferensi gaya *makeup* pada mahasiswi dipengaruhi oleh media sosial Youtube. Mahasiswi menjadikan media sosial Youtube sebagai acuan mahasiswi mengikuti tren gaya *makeup* terbaru. Penggunaan media sosial Youtube untuk sebagai bahan referensi *makeup* cukup tinggi, itu merupakan alasan utama yang menjadikan youtube sebagai bahan referensi karena kemampuannya menyediakan konten yang detail, variatif serta kemudahan dalam memahami tutorial video, membuat Youtube menjadi referensi utama bagi mahasiswa.

Lalu pada penelitian Marpaung & Supsilani (2024), berdasarkan penelitian dapat terlihat bahwa siswi SMA Negeri 13 Medan menjadikan *makeup* sebagai kebutuhan yang tak bisa dilepas dari kehidupan sehari-hari mereka. Hal ini menyebabkan siswi SMA Negeri 13 Medan menggunakan bahkan membawa produk *makeup* ke sekolah. Serta menurut penelitian Setiawati & Krisnawati (2023), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan yang positif antara pemanfaatan media sosial TikTok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kecantikan pada mahasiswi tata kecantikan Universitas Negeri Semarang.

Terdapat penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap preferensi gaya *makeup* namun belum ada penelitian yang secara spesifik meneliti pengaruh intensitas media sosial Tiktok terhadap preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi dalam lingkungan *boarding school* yang memiliki nilai religius. Penelitian ini penting untuk memahami dampak nyata Tiktok terhadap preferensi *makeup* di kalangan siswi, khususnya di sekolah berbasis asrama. Hasilnya diharapkan

menjadi bahan evaluasi bagi sekolah dan orang tua dalam mengarahkan penggunaan media sosial secara bijak dan tetap menghargai nilai-nilai lokal.

Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa konten mengenai kecantikan dan *makeup* di media sosial berpengaruh terhadap preferensi gaya *makeup* seseorang. Hal ini membuat penulis tertarik membuat penelitian terkait **“Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok terhadap Preferensi Gaya *Makeup* di Kalangan Siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi”** dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas media sosial Tiktok terhadap preferensi gaya *makeup* kalangan siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, merumuskan, dan merinci isu atau permasalahan yang akan menjadi fokus penelitian. Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini adalah :

1. Perkembangan media sosial Tiktok sangat mudah mempengaruhi gaya hidup siswi
2. Belum ada panduan yang tepat tentang preferensi gaya *makeup* pada siswi SMA
3. Preferensi gaya *makeup* siswi masih perlu memperhatikan pembinaan normatif dan tata aturan sekolah

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini bertujuan agar penelitian lebih fokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud dan memudahkan dalam pembahasan. Adapun pembatasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini memfokuskan pada intensitas siswi dalam mengakses media sosial Tiktok, sehingga berpengaruh pada preferensi *makeup* siswi
2. Objek penelitian ini hanya pada kalangan siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan media

sosial Tiktok terhadap preferensi gaya makeup di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap preferensi gaya *makeup* di kalangan siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk tujuan-tujuan berikut, sesuai dengan latar belakang penelitian, rumusan masalah, dan tujuan penelitian:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan sumbangan ilmiah dalam kajian komunikasi digital perilaku remaja dan preferensi gaya makeup remaja
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Siswa
Sebagai edukasi mengenai kesadaran penampilan di lingkungan sekolah
 - b. Bagi Sekolah
Sebagai edukasi pembinaan normatif penggunaan media sosial dan perilaku siswi SMA Sulthon Aulia Boarding School Bekasi
 - c. Bagi Orang Tua
Sebagai pendampingan siswi dalam mengendalikan konten mengenai gaya *makeup*
 - d. Bagi Industri Kosmetik dan Industri Kreator