

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang Masalah

Makeup telah menjadi salah satu aspek penting dalam budaya dan kehidupan sosial manusia. Tidak hanya sebagai sarana memperindah penampilan, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi diri dan identitas serta mencerminkan status sosial dan budaya suatu masyarakat sejak zaman dahulu. Menurut Sali Hughes (2016) dalam bukunya "*Pretty Iconic*", tata rias berperan sebagai alat budaya yang mencerminkan simbol kekuatan dan kepercayaan diri seseorang, sehingga tidak hanya bersifat estetik, tetapi memiliki makna mendalam yang berhubungan dengan aspek sosial dan psikologis manusia. Perkembangan fungsi makeup yang semakin luas kemudian mendorong munculnya industri kecantikan sebagai salah satu sektor yang terus berkembang mengikuti perubahan gaya hidup, kebutuhan, dan standar kecantikan masyarakat modern.

Industri kecantikan merupakan sektor ekonomi yang berfokus pada pengembangan, produksi, dan distribusi produk serta layanan yang bertujuan meningkatkan penampilan fisik, meliputi kosmetika, perawatan kulit, rambut, hingga layanan spa. Secara ilmiah, industri kecantikan mencakup berbagai disiplin ilmu, seperti kimia kosmetik, dermatologi, serta ilmu perilaku konsumen. Dengan demikian, industri ini beriringan dengan standar dan tren kecantikan yang berkembang serta dipengaruhi oleh dinamika budaya dan media modern. Tren yang mendefinisikan industri kecantikan kontemporer antara lain tren keberlanjutan dan tren kecantikan yang dipersonalisasi. Fenomena tren ini menunjukkan bahwa persepsi dan kebutuhan akan kecantikan terus beradaptasi dengan perubahan sosial dan teknologi.

Tren kecantikan terus berkembang mengikuti perubahan di dalam budaya, teknologi, dan nilai sosial. Dalam beberapa tahun terakhir, kerap muncul tren yang berfokus pada kecantikan alami dan keunikan individual. Riasan natural semakin populer, menegaskan wajah cerah dan bersih serta menonjolkan kelebihan atau daya tarik alami yang telah dimiliki. Jenis tren

rias ini juga merupakan tampilan yang bisa didapatkan dengan sedikit kosmetik dan paling sering digunakan untuk kegiatan sehari-hari. Pada dasarnya, fungsi utama kosmetika adalah menyamarkan kekurangan dan menonjolkan kelebihan yang ada. Berdasarkan hasil wawancara informan dan penelusuran konten yang dilakukan dalam penelitian ini, esensi makeup ini juga menjadi dasar lahirnya tren makeup Douyin yang mulai banyak dikenal di Indonesia sekitar tahun 2021.

Tren yang berubah menjadi salah satu alasan dalam terjadinya proses akulturasi. Akulturasi adalah percampuran budaya lokal dan asing. Hal ini tidak menghilangkan budaya lama, namun berpotensi memengaruhi nilai-nilai yang terkandung dalam budaya asli tersebut. Oleh karena itu, tren yang berkembang dengan cepat dan memiliki jangkauan luas dapat menggeser fokus kecantikan dari riasan tebal dan formal ke arah yang lebih menekankan daya tarik natural. Contoh nyata dari pergeseran tersebut adalah tren Douyin, yang juga merupakan salah satu alasan munculnya fenomena fast beauty di Indonesia. Fast beauty adalah pendekatan industri kecantikan yang memprioritaskan kecepatan produksi, distribusi dan inovasi produk secara massal (mass production) untuk mengikuti tren yang kerap berubah, menggunakan bahan terjangkau, didorong pemasaran oleh pemengaruh. Hal ini menyebabkan berkurangnya kualitas produk dan bertambahnya limbah lingkungan. Ini juga menjadi penyebab bergesernya preferensi, serta mendorong perubahan pola konsumsi yang telah ada maupun yang sedang berkembang saat ini, menjadi budaya yang lebih konsumtif dan hanya didorong oleh gengsi tren ataupun pengaruh media sosial dan iklan (*FOMO*). *Fear of Missing Out (FOMO)* artinya ketakutan atau rasa cemas akan ketinggalan momen, tren, pengalaman, dan gaya hidup yang sedang dinikmati orang lain. Kondisi ini biasanya dipicu oleh media sosial, yang membuat seseorang merasa harus terus memaksakan diri mengikuti sesuatu agar terus terhubung dan tidak tertinggal. Tren makeup Douyin merupakan salah satu dari banyaknya tren yang memicu perasaan *FOMO* tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan peneliti, tampilan makeup Douyin mulai banyak muncul di Indonesia sekitar

tahun 2020-2021, mengalami peningkatan penyebaran dan popularitas pada tahun 2022, dan mulai digantikan dengan banyak tren lain sekitar tahun 2024. Tren ini mendapatkan perhatian di Indonesia melalui media sosial, khususnya TikTok dan Instagram. Beberapa pemengaruh yang berperan dalam mempopulerkan tren makeup Douyin di Indonesia antara lain Jharna Bhagwani dan Cindy Angelina yang kerap mengadopsi tren riasan ala Asia Timur, termasuk gaya Douyin. Di samping itu, gaya makeup Douyin semakin dikenal karena pengguna TikTok yang ikut mempopulerkan gaya ini dengan mengunggah video transformasi dengan sentuhan mereka masing-masing.

Tren makeup Douyin mulai mengalami persaingan dengan tren lain sekitar tahun 2024, karena digantikan oleh riasan gaya lain yang lebih natural. Saat itu, fokus kecantikan mulai beralih kepada makeup yang lebih minimalis. Contoh tren yang populer saat itu adalah tren riasan “*clean girl*” dan konsep *skiminalism*. Pada dasarnya, kedua konsep ini menekankan prinsip yang sama, yaitu tampilan yang lebih sederhana, menonjolkan kulit yang sehat serta lebih berfokus pada perawatan kulit. Meskipun begitu, tren riasan Douyin tetap memiliki penggemarnya.

Untuk Douyin sendiri, pada awalnya merupakan aplikasi yang dirilis secara eksklusif di Tiongkok oleh ByteDance pada September 2016. Sejak diluncurkan, *platform* ini berkembang pesat dan menjadi salah satu media yang banyak digunakan untuk berbagi berbagai jenis konten, termasuk konten kecantikan dan makeup. Douyin juga lebih akrab dikenal dengan sebutan TikTok dalam lingkup internasional. *Platform* tersebut menjadi salah satu media yang digunakan untuk membagikan berbagai konten, termasuk konten mengenai kecantikan dan makeup, sehingga tren makeup Douyin mulai dikenal oleh pengguna media sosial di luar Tiongkok. *Platform* lain seperti *Weibo* juga berperan dalam memperluas budaya, kesenian, serta jenis riasan yang berasal dari Tiongkok. Tren riasan Douyin terinspirasi dari berbagai elemen, salah satunya adalah makeup tradisional Tiongkok.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan peneliti, makeup Douyin mengadopsi beberapa elemen dari gaya rias yang populer di Tiongkok, yang

dikenal dengan sebutan *Chunyu*. *Chunyu* dapat diartikan sebagai hasrat murni, yaitu tampilan yang terlihat murni dan suci, namun tetap mempertahankan kesan kedewasaan yang subtil. Ciri estetika ini adalah kulit cerah yang bersih, aura gadis muda, serta wajah yang bersinar seperti boneka. Riasan Douyin cenderung berkilau, dengan fokus pada kulit yang tampak basah (*glowing*), pewarna wajah yang menonjol, dan rias mata yang lebih tegas.

Riasan Douyin mudah menyebar di Indonesia karena standar kecantikan serupa yang beredar, konten dan tutorial edukatif yang mudah dipahami dalam mempelajari gaya rias ini. Hal ini memberikan kesempatan kepada masyarakat yang tertarik pada tren ini untuk melatih kemampuan, teknik merias, dan meningkatkan antusiasme. Perkembangan standar kecantikan menjadi salah satu alasan tren ini mudah populer di pasar Indonesia.

Pengaruh budaya Tiongkok dan Korea yang sangat populer juga menjadi salah satu alasan tren riasan ini mudah diterima di Indonesia. Douyin sendiri berasal dari Tiongkok, namun masyarakat Indonesia sudah terbiasa dengan tampilan riasan dari Korea. Oleh karena itu, riasan Douyin mudah dikenal karena kulit wajah berkilau dan bibir berwarna gradasi sudah digemari sebelumnya.

Riasan Douyin sudah dimodifikasi sedemikian rupa sebelum disebar dan dipopulerkan di media sosial Douyin dan diikuti oleh banyak kreator dan Masyarakat. Riasan Douyin juga telah didramatisasi dan disesuaikan juga dengan kebutuhan eksposur kamera sehingga terlihat lebih memukau dan optimal secara visual. Perkembangan tren ini di Indonesia menunjukkan adaptasi dan penerimaan yang cepat serta luas di kalangan pecinta kecantikan dan pengguna media sosial. Kunci perkembangan yang ada dalam tampilan riasan ini antara lain adalah populer di media sosial, adaptasi yang dilakukan oleh masyarakat, dan penggunaan produk kosmetika yang dapat dijangkau dengan mudah. Tren ini terus berkembang dikarenakan adaptasi kreatif dan

inovatif, membuat gaya ini menjadi salah satu jenis riasan yang populer dan mengalami peningkatan popularitas dalam masyarakat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan, maka masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut :

Penelitian tentang perkembangan gaya riasan Douyin di Indonesia masih sangat terbatas. Sebagian besar studi yang ada saat ini lebih banyak berfokus pada tren riasan global seperti barat, sehingga terdapat kesenjangan pengetahuan mengenai bagaimana tren ini mulai berkembang di Indonesia, Maka dari itu, diperlukan penelitian untuk dapat mengetahui sejauh mana media sosial berkontribusi dalam penyebaran dan popularisasi tren ini.

1.3 Pembatasan Masalah

Kurangnya penelitian yang mendalam mengenai bagaimana tren makeup Douyin masuk dan berkembang menciptakan kesenjangan pengetahuan dalam memahami perkembangan tren ini secara spesifik di kalangan pengguna Indonesia. Penulis akan membatasi masalah dengan perkembangan makeup Douyin dan analisis faktor popularitasnya sejak mulai dikenal sekitar tahun 2020 sampai periode pengumpulan data tahun 2026.

1.4 Perumusan Masalah

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan tren makeup Douyin di Indonesia?
2. Apa saja faktor yang memengaruhi popularitas tren makeup Douyin di Indonesia?
3. Bagaimana peran media sosial dalam mendukung perkembangan dan popularitas tren tersebut?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara operasional adalah :

1. Menganalisis perkembangan tren makeup Douyin di Indonesia

2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi popularitas tren makeup Douyin
3. Menganalisis peran media sosial dalam penyebaran tren makeup Douyin di Indonesia

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian Perkembangan makeup Douyin di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, manfaat penelitian ini adalah menyediakan landasan untuk penelitian lebih lanjut tentang interaksi antara tren global dan lokal serta dampaknya pada perilaku konsumen dan budaya kecantikan. Penelitian ini juga menyediakan dasar untuk pengembangan teori tentang bagaimana tren global masuk, berkembang dan diadaptasi, serta menambah pemahaman tentang peran media sosial dalam penyebaran tren, dan bagaimana *platform* media sosial ini memengaruhi budaya kecantikan di Negara lain.
2. Secara praktis, manfaat penelitian ini adalah menyediakan wawasan bagi pemasar untuk mendapatkan cara terbaik dalam memperkenalkan dan mempopulerkan tren riasan ini, termasuk penyesuaian strategi pemasaran untuk mencapai audiens target. Penelitian ini juga memotivasi inovasi dalam produk dan teknik makeup dengan mengintegrasikan elemen lokal dalam tren global, yang dapat memperkaya penawaran produk di pasar kecantikan, serta mendukung industri kecantikan lokal dan memfasilitasi pertumbuhan pasar yang lebih inklusif.

Intelligentia - Dignitas