

DARI ERA JAZZ HINGGA POP DIGITAL: TINJAUAN HISTORIS SELEBRITI MUSIK SEBAGAI AGEN PERUBAHAN TREN MAKE UP GLOBAL

Fathiya Lensi Prastiwi¹, Nabila Azzahra², Agustin Wahyu Wardani³,
Nabila Naufa Putri⁴, Angelly Rahmadania Putri Kedua⁵, Maria Krisnawati⁶
fthiyalensi@students.unnes.ac.id¹, wnabiella@students.unnes.ac.id²,
agustinwahyu128@students.unnes.ac.id³, reptildinosaur771@students.unnes.ac.id⁴,
iudae31@students.unnes.ac.id⁵
Universitas Negeri Semarang

ABSTRAK

Studi ini mempelajari bagaimana selebriti musik berperan sebagai tokoh budaya penting dalam dinamika transformasi budaya. Khususnya, studi ini mempelajari bagaimana tren kosmetik dalam musik populer berubah dari era glam rock hingga era digital. Kosmetik dipandang sebagai alat estetika dan medium performatif yang menantang norma kecantikan yang dominan dan konstruksi gender biner. Bagaimana kosmetik berfungsi sebagai media ekspresi identitas dan objek komodifikasi dalam musik populer dipelajari dalam penelitian ini, yang melibatkan metodologi historis komparatif dan analisis deskriptif kualitatif. Aspek teaterikalitas, ambiguitas, dan eksplorasi visual yang menonjolkan estetika androgini menandai era glam rock. Dalam periode yang sama, gerakan new wave dan post-punk memasukkan elemen gotik, kritik sosial, dan estetika camp dalam interpretasi kosmetik, menunjukkan penolakan terhadap norma budaya konvensional. Dengan munculnya era komputer dan internet, praktik gender yang fleksibel semakin menonjol di media sosial, yang memudahkan penggambaran identitas non-biner dan transgender. Pergeseran dari MTV ke TikTok meningkatkan standar estetika global, yang berdampak pada industri kreatif di seluruh dunia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kosmetik memiliki sifat ambigu: mereka membantu ekspresi identitas gender yang tidak konvensional dan meningkatkan visibilitas politik estetika, tetapi mereka juga rentan terhadap komodifikasi oleh industri kecantikan, yang memanfaatkan tren budaya yang berkembang. Akibatnya, untuk meningkatkan pemahaman kita tentang dimensi politik estetika dalam musik populer global, penelitian interdisipliner yang menggabungkan analisis digital, studi budaya, dan pengalaman orang non-biner dan transgender sangat penting.

Kata kunci: Kpop, Komodifikasi, Musik Populer, Kosmetik, Fluiditas Gender, Glam Rock, New Wave, Dan Kpop.

ABSTRACT

This study identifies music celebrities as pivotal figures in cultural transformation and examines the progression of cosmetic trends in popular music from the glam rock period to the digital era. The research indicates that cosmetics functions as a tool for contesting binary gender stereotypes and prevailing beauty standards. This is accomplished by employing qualitative descriptive methodologies and a comparative historical approach. New wave and post-punk amalgamated social critique with camp and gothic aesthetics, whereas glam rock accentuated theatricality and ambiguity. In contemporary society, gender fluid practices have been popularized via social media platforms. The elevation of global standards in popular music aesthetics has permeated the creative sectors, while the transition from MTV to TikTok has expedited the velocity of trends. This study reveals that cosmetics serves as an ambivalent performative tool, it facilitates the presentation of non-conforming gender identities while simultaneously being susceptible to commodification by the beauty industry. Enhancing comprehension of the political dimensions of aesthetics in global popular culture necessitates multidisciplinary research, digital analysis, and an examination of the experiences onon binary and transgender individuals.

Keywords: Kpop, Commodification, Popular Music, Cosmetics, Gender Fluidity, Glam Rock, New Wave, And Kpop.

PENDAHULUAN

Makeup dalam musik populer berfungsi sebagai bahasa visual yang memiliki makna budaya, sosial, dan politik. Sejak awal abad ke-20, musisi telah menggunakan kosmetik untuk mengembangkan citra diri mereka, menantang standar gender konvensional, dan menandakan penolakan terhadap standar kecantikan yang berlaku. Makeup adalah alat performatif yang memungkinkan representasi identitas yang beragam dan berubah-ubah, mulai dari persona teater di era jazz hingga era pop digital yang memanfaatkan media sosial sebagai platform ekspresi. Melalui penampilan fisik dan ekspresi wajah mereka, artis musik memainkan peran penting dalam mempertahankan tren ini. Akibatnya, kosmetik yang digunakan dalam industri musik populer tidak hanya memengaruhi penampilan seseorang, tetapi juga berfungsi sebagai platform untuk politik identitas.

Kosmetik, yang berfungsi sebagai simbol perlawanan dan barang komersial, mencerminkan peran musisi dalam revolusi budaya. Makeup dapat menantang norma gender tradisional seperti karakter Ziggy Stardust yang dibuat oleh David Bowie, gaya mewah Boy George, dan kosmetik Harry Styles yang melampaui batas gender. Kosmetik tidak hanya meningkatkan ekspresi artistik, tetapi juga mendorong diskusi tentang politik identitas di masyarakat. Musisi memiliki kemampuan untuk mengekspresikan penolakan terhadap norma yang berlaku dan menawarkan penggambaran gender alternatif melalui estetika visual. Ini menunjukkan bahwa kosmetik dalam musik populer berfungsi sebagai media ekspresi dan sebagai komoditas.

Di berbagai era, kemajuan media telah mempercepat penyebaran tren kosmetik dalam musik populer. MTV muncul sebagai media utama untuk menyebarkan gaya visual band ke seluruh dunia pada tahun 1980-an. Kemunculan dunia digital telah mendorong platform seperti TikTok untuk mendorong adopsi tren melalui tantangan viral yang memiliki audiens yang tersebar di seluruh dunia. Dalam transisi ini, terlihat bahwa media tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran, tetapi juga dapat memengaruhi pandangan masyarakat tentang kosmetik dan estetika. Standar kecantikan yang dulunya bersifat lokal sekarang semakin meluas melampaui batas negara dan masuk ke ekonomi kreatif global.

Globalisasi musik populer, khususnya K-pop, menunjukkan betapa pentingnya kosmetik untuk bisnis. Standar baru telah ditetapkan oleh industri kreatif di seluruh dunia berkat estetika visual yang ditunjukkan oleh idola K-pop. Fenomena ini menunjukkan bahwa tren kosmetik musik populer memengaruhi gaya pribadi dan pola konsumsi di seluruh dunia. Menurut perspektif ini, kosmetik berfungsi sebagai domain simbolis yang selalu diperdebatkan dan berubah sesuai dengan perubahan budaya. Akibatnya, kosmetik berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan identitas, estetika, dan kreativitas ekonomi ke dalam satu entitas yang kohesif.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan karakteristik penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Wekke, Fatria, dan Maryadi (2019), bagian penting dari penelitian ini adalah analisis interpretatif data teks. Dengan menggunakan strategi ini, akademisi dapat menjelaskan peristiwa budaya dan perannya terhadap tren kosmetik global. Metodologi ini sejalan dengan penekanan studi pada narasi visual dan simbolisme yang diwakili oleh karakter musik. Villamin et al. (2024) menyatakan bahwa metodologi sistematis dapat diterapkan dalam desain deskriptif kualitatif, untuk memudahkan peneliti mengumpulkan data naratif dan visual. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan kajian literatur dengan

menelusuri dokumen, artikel, serta jurnal-jurnal yang relevan.

Beberapa tulisan baru-baru ini menekankan metode perbandingan historis. Singh (2024) menyatakan bahwa analisis perbandingan historis masih relevan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penting tentang transformasi sosial dan budaya. Ia menekankan betapa pentingnya melakukan analisis perbandingan historis secara sistematis dan narasi historis yang menyeluruh. Studi ini menggunakan kerangka waktu untuk menganalisis perubahan tren make-up yang dipengaruhi oleh selebriti musik, menempatkan fenomena ini dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metodologi deskriptif kualitatif dan komparatif historis cocok untuk menganalisis evolusi tren make-up global yang dipengaruhi oleh selebriti musik, mulai dari era jazz tahun 1920-an hingga era pop digital tahun 2000-an.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menguraikan bagaimana tren penampilan dalam musik populer mencerminkan dinamika sosial, budaya, dan ekonomi di berbagai era. Kerangka tema, yang dibagi menjadi tiga sub-bab utama, digunakan untuk melakukan penilaian:

- a. Makeup sebagai Media Perlawanan: dijelaskan bahwa gaya androgini dan non konformis digunakan sebagai sarana ekspresi identitas dan perlawanan terhadap standar yang mendominasi.
- b. Dari televisi ke ponsel: melihat perbedaan dalam penerimaan media estetika antara MTV dan TikTok.
- c. Kecantikan Melintas Batas: melihat bagaimana estetika musik populer berkembang di seluruh dunia dan bagaimana hal itu berdampak pada penggunaan kosmetik dan bisnis kreatif.

Make Up sebagai Media Perlawanan: Tinjauan Gaya Androgini dan Antikemapanan Lintas Era (1960-1970an)

Glam rock mewakili titik balik penting dalam perkembangan keterkaitan antara musik populer, rias wajah, dan konsep gender. Musisi seperti David Bowie, Marc Bolan dari T. Rex, Roxy Music, serta New York Dolls memanfaatkan kosmetik teatrikal berbentuk eyeliner yang dramatis, lipstik berwarna terang, glitter, dan cat wajah untuk membentuk persona yang secara terbuka menentang klasifikasi maskulin atau feminin yang tetap. Bowie, terutama melalui karakter Ziggy Stardust yang diperkenalkan pada tahun 1972, menjadi simbol estetika androgini yang menantang norma gender tradisional. Richard (2023) menyatakan bahwa Ziggy Stardust bukan hanya sosok panggung biasa, melainkan taktik budaya yang memadukan unsur maskulin dan feminin dalam susunan yang lentur dan tidak bisa disederhanakan ke satu sisi gender saja. Rias wajah khas Ziggy, termasuk lightning bolt merah-biru, eyeshadow metalik, serta bibir berkilau, berperan sebagai elemen pokok dalam cerita tentang alien androgini yang menolak ketetapan gender. Penelitian terkini juga menekankan bagaimana Bowie lewat glam rock menghasilkan transformasi visual yang menjadikan musik sebagai ruang penjelajahan identitas, dengan fashion dan rias wajah sebagai sarana utama untuk menantang pembatasan gender.

Era Glam Rock (1970-1974): Androgini Teatrikal dan Destabilisasi Gender Biner

Glam rock menandai momen revolusioner dalam sejarah hubungan antara musik populer, make up, dan gender. Artis seperti David Bowie, Marc Bolan (T. Rex), Roxy Music, dan New York Dolls menggunakan make up teatrikal berupa eyeliner dramatis, lipstik cerah, glitter, dan face paint untuk menciptakan persona yang secara eksplisit menolak kategori maskulin maupun feminin yang stabil. Bowie, khususnya dengan persona Ziggy Stardust yang diluncurkan pada 1972, mewujudkan apa yang Schrader

(2022) sebut sebagai androgini romantis, yaitu strategi estetis yang menggabungkan elemen maskulin dan feminin dalam konfigurasi yang tidak dapat direduksi menjadi salah satu kutub gender. Make up ikonik Ziggy berupa lightning bolt merah-biru, eyeshadow metalik, dan bibir glossy bukan sekadar aksesori visual, melainkan bagian integral dari narasi tentang alien androgini yang menolak fiksitas gender. Analisis Bradley dan Page (2017) menekankan bahwa Bowie menciptakan trans-aesthetic, estetika yang merayakan transformasi berkelanjutan dan fluiditas identitas.



Gambar 1. David Bowie Makeup Z



Gambar 2. David Bowie Photo Po

Mekanisme Perlawanan Glam Rock:

1. Teatralitas sebagai Kritik Autentisitas

Glam rock menolak ideologi autentisitas yang mendominasi rock era 1960-an dengan merayakan artifisialitas, kostum, dan performance. Make up berfungsi sebagai tanda visual dari penolakan ini, menegaskan bahwa identitas gender adalah konstruksi performatif, bukan esensi natural (Auslander, 2006).

2. Spektakularisasi Tubuh Laki-laki

Dengan mengenakan make up dan kostum glamor, musisi glam rock menjadikan tubuh laki-laki sebagai objek tatapan (gaze), membalikkan dinamika gender tradisional di mana perempuan biasanya menjadi objek visual. Hal ini menantang maskulinitas hegemonik yang menolak dekorasi tubuh dan visibilitas estetis.

3. Ambiguitas Seksual sebagai Strategi Komersial dan Politik

Banyak artis glam rock secara strategis mengeksplorasi ambiguitas seksual untuk menarik perhatian media dan audiens, sekaligus menciptakan ruang kultural bagi identitas queer. Biseksualitas Bowie yang terpublikasi dan persona androgininya berfungsi sebagai provokasi terhadap heteronormativitas mainstream.

Secara keseluruhan, glam rock membuka ruang diskursif untuk perdebatan publik tentang androgini, biseksualitas, dan fluiditas gender pada era di mana topik-topik tersebut masih tabu. Namun, sebagaimana diingatkan Auslander (2006), spektakularisasi androgini glam rock dapat menghasilkan efek ganda: di satu sisi menantang norma gender, tetapi di sisi lain mengkomodifikasi perbedaan dan menjadikannya objek konsumsi.

Era New Wave dan Post Punk (1960-1980): Camp, Ironi, dan Politik Goth

New wave dan post punk mengadopsi perspektif yang lebih sarkastis, minimalis, dan sarat dengan unsur politik dalam hal riasan dan konsep gender, berbeda dengan glam rock yang menonjolkan fitur-fitur mewah dan berlebihan. Musisi seperti Boy George dari Culture Club, Annie Lennox dari Eurythmics, Siouxsie Sioux dari Siouxsie and the Banshees, dan Prince menggunakan kosmetik untuk mengeksplorasi ambiguitas gender, memberikan estetika yang berbeda dari glam rock. Annie Lennox memiliki gaya rambut oranye pendek, pakaian pria yang rapi, dan riasan minimalis yang menggambarkan

feminitas maskulin. Strategi ini menantang feminitas tradisional tanpa mengadopsi maskulinitas konvensional sepenuhnya, menunjukkan bahwa menolak norma gender tidak memerlukan riasan yang berlebihan. Sebaliknya, mengabaikan kosmetik feminin tradisional dapat menjadi bentuk perlawanan yang kuat.



Gambar 3. Boy George dengan gaya new romantic dan punk makeup



Gambar 4. Siouxsie Sioux eyeliner ikonik dalam estetika goth



Gambar 5. Annie Lennox dengan gaya rambut oranye pendek dan riasan minimalis

Karakteristik Make Up New Wave dan Post Punk:

1. Camp dan Referensialitas

Estetika camp, sebuah perspektif budaya yang menekankan kebaikan, ironi, dan kebenaran, diadopsi oleh gerakan gelombang baru. Dreckmann (2020) mengatakan bahwa seniman seperti Boy George menggunakan riasan untuk membuat kepribadian yang berlebihan dan merujuk pada warisan budaya. Gaya riasan ini terinspirasi dari kabuki dan drag.

2. Goth dan Feminitas Subversif

Muncul dari gerakan post punk, subkultur goth menciptakan identitas alternatif melalui penggunaan eyeliner hitam tebal, lipstik gelap, dan kulit pucat, yang menghadirkan estetika yang menantang standar kecantikan konvensional. Fischer (2019) menjelaskan bahwa estetika goth berfungsi sebagai lambang visual perbedaan, menolak idealisme kesehatan, vitalitas, dan feminitas konvensional melalui penampilan fisik sebagai perlawanan. Gaya dan identitas goth dibangun melalui aktivitas visual terus-menerus, seperti riasan, yang berfungsi sebagai ekspresi komunitas yang membedakan diri dari masyarakat mainstream, menurut Hodgkinson (2016). Brill (2021) menekankan bahwa estetika goth masih relevan di era modern, di mana media sosial memperkuat gambaran gender dan kecantikan yang subversif, menjadikan riasan sebagai strategi politik dan menantang standar kecantikan konvensional.

3. Gender Bending sebagai Kritik Politik

Berbeda dengan glam rock, yang sering dikritik karena tidak terlibat dalam politik, banyak seniman new wave dan post-punk secara eksplisit mengaitkan eksplorasi gender mereka dengan penolakan terhadap patriarki, kapitalisme, dan konservatisme politik selama pemerintahan Thatcher dan Reagan.

Secara keseluruhan, makeup dapat berfungsi sebagai alat perlawanan yang humoris dan politis, seperti yang ditunjukkan oleh gerakan new wave dan post-punk. Makeup memungkinkan mode ekspresi alternatif sambil menantang konvensi yang berlaku melalui estetika camp, goth, dan gender-nonconforming.

Era Digital dan Gender Fluid: Demokratisasi dan Normalisasi Fluiditas

Makeup sebagai bentuk perlawanan terhadap konstruksi gender telah secara signifikan berubah sejak munculnya era digital. Instagram, YouTube, dan TikTok adalah situs media sosial yang telah membuat makeup menjadi lebih mudah diakses, membantu membangun komunitas global yang mengeksplorasi gaya gender yang fleksibel, dan meningkatkan visibilitas praktik yang sebelumnya terbatas pada subkultur bawah tanah.

Karakteristik Make Up Gender Fluid Kontemporer:

1. No Rules Aesthetic

Riasan gender fluid kontemporer menampilkan sifat yang beragam dan melampaui batasan konvensional. Ini berbeda dengan era-era sebelumnya yang ditandai oleh standar estetika yang seragam, seperti kilauan glam rock atau warna-warna suram goth. Virakul (2023) menyatakan bahwa kosmetik sekarang dianggap sebagai jenis seni yang tidak terpengaruh oleh stereotip gender.

2. Visibilitas dan Normalisasi

Dengan munculnya media sosial, eksperimen gender melalui kosmetik menjadi lebih jelas dan, dalam beberapa kasus, dianggap normal. Musisi yang menggunakan kosmetik dan influencer kecantikan pria sekarang dianggap sebagai bagian penting dari spektrum ekspresi gender yang lebih luas daripada anomali ekstrim.

3. Interseksi dengan Identitas Non Binary dan Trans

Seiring berjalannya waktu, teknik rias wajah semakin dikaitkan dengan identitas non biner, genderqueer, dan transgender dalam dunia kontemporer. Sekarang diakui bahwa rias wajah tidak hanya digunakan untuk mengubah gender dalam kerangka biner, tetapi juga digunakan sebagai alat untuk mengekspresikan identitas yang terlepas dari atau berada di antara kategori maskulin dan feminin.

Studi kasus Harry Styles memperlihatkan bagaimana make up digunakan bukan untuk menciptakan persona androgini, melainkan memperluas definisi maskulinitas. Penampilannya di kampanye Gucci Beauty dan cover Vogue (2020) memicu perdebatan global, menegaskan bahwa make up laki-laki tetap menjadi arena pertarungan budaya. Selain itu, musisi lain seperti Sam Smith, Lil Nas X, Billie Eilish, dan Jaden Smith turut memperkuat tren gender fluid melalui penggunaan make up sebagai ekspresi identitas.

Dari televisi ke ponsel: melihat perbedaan dalam penerimaan media estetika antara MTV dan TikTok

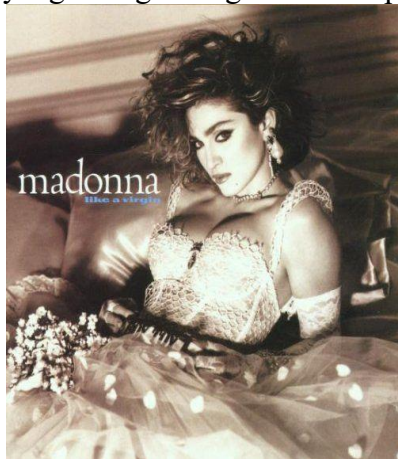
Dengan perkembangan media visual, tren mode telah berubah, terutama dalam hal makeup, yang sangat dipengaruhi oleh musisi. Music Television (MTV) secara signifikan memengaruhi tren pada 1980-an dan 1990-an melalui program televisi yang terorganisir, memungkinkan ikon seperti Madonna dan Cyndi Lauper menggunakan tampilan kosmetik mereka selama satu musim atau bahkan bertahun-tahun. Sebaliknya, kemunculan situs web digital seperti TikTok pada tahun 2010-an telah mempercepat adopsi tren dengan kecepatan yang belum pernah terlihat sebelumnya. Tantangan viral telah memungkinkan tren mikro muncul dan hilang dalam hitungan hari. Perubahan ini tidak hanya menunjukkan kemajuan teknologi tetapi juga dinamika sosial, interaksi manusia dan algoritma mengubah tren makeup menjadi lebih instan dan sementara.

Era MTV: Tren yang Bertahan Lama melalui Televisi

Video musik muncul sebagai sarana utama untuk mengekspresikan estetika budaya, dan peluncuran MTV pada 1 Agustus 1981 menandai transformasi besar dalam industri musik visual. Pada masa itu, gaya make-up dipengaruhi oleh musisi terkenal dan tersebar luas melalui jaringan televisi yang terbatas, yang menghasilkan tren yang lebih lama. Sebuah gaya dapat bertahan selama berbulan-bulan atau bahkan bertahun-tahun dari awal kemunculannya hingga puncak popularitasnya. Dalam video "Like a Virgin" (1984),

makeup berani Madonna, yang ditandai dengan lipstik merah gaya mencolok dan eyeliner tebal, mempengaruhi jutaan penggemarnya dan memicu gerakan "makeup power" pada 1980-an. Dalam "Girls Just Want to Have Fun", yang dirilis pada tahun 1983, Cyndi Lauper membuat penampilan yang tidak konvensional, yang memicu tren makeup berlapis dan cerah yang digunakan oleh remaja di Amerika dan Eropa. Teori difusi inovasi (Rogers, 1962) menjelaskan fenomena ini dengan mengatakan bahwa hal-hal seperti inovasi, penerima, saluran komunikasi, waktu, sistem sosial, dan inovasi memengaruhi penyebaran ide baru.

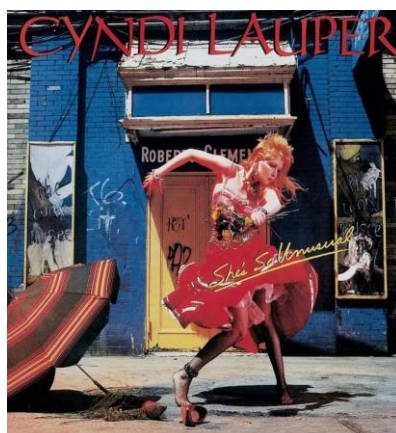
Selama era MTV, terdapat batasan pada saluran komunikasi televisi yang menghambat penyebaran. Menurut catatan sejarah, tren mode dan kecantikan tahun 1980-an tetap stabil selama dua hingga lima tahun sebelum berubah. Survei budaya mencatat peningkatan 30% dalam penjualan kosmetik setelah penayangan video MTV (Hebdige, 1988). Dari perspektif kritis, era MTV membatasi keragaman karena dominasi narasi Barat dan komersialisasi industri musik. Dalam *The Meaning of Style* (1979), Dick Hebdige menjelaskan bagaimana MTV mengkomodifikasi subkultur punk, menjadikannya fenomena mainstream yang tidak lagi unik, sambil mendorong siklus tren bertahap yang sering merugikan kelompok minoritas.



Gambar 6.
gaya makeup madonna
dengan lipstik merah



Gambar 7.
gaya makeup madonna
yang memicu gerakan
"makeup power"



Gambar 8.
Cyndi lauper memicu tren makeup Berlapis dan cerah

Era Digital: Tren Cepat dan Viral melalui Platform TikTok

Kemunculan situs media sosial seperti YouTube, Instagram, dan terutama TikTok sejak tahun 2010-an telah mengubah cara tren kecantikan disebar. Berkat tantangan viral dan algoritma yang mendorong interaksi instan, tren sekarang dapat muncul dan hilang dalam hitungan hari, terlepas dari jadwal siaran televisi. Influencer dan musik telah menjadi bagian penting dari pembentukan tren mikro. Jutaan orang mengikuti tren kulit donat berkilau yang diciptakan Billie Eilish melalui postingan singkatnya. Dalam waktu yang sama, grup K-pop seperti BLACKPINK dan BTS memulai tren kosmetik dan kulit kaca yang cepat ditiru oleh penggemar di seluruh dunia.

Berbeda dengan era MTV yang menciptakan tren yang bertahan lama, tren TikTok ditandai dengan kecepatan yang cepat. Menurut survei yang dilakukan oleh Fibre2Fashion (2023), adopsi tren kecantikan telah meningkat sepuluh kali lipat sejak tahun 2010. Ini menunjukkan bahwa durasi keberlanjutan tren telah berkurang secara signifikan. Secara kritis, algoritma TikTok menciptakan ruang gema yang mendukung tren tertentu sambil sekaligus mengancam keterlibatan orang di luar kota. Akibatnya, meskipun TikTok mempercepat penyebaran tren, ia juga menghadapi masalah akses yang tidak merata dan penurunan kredibilitas tren sebagai akibat dari arus konten baru yang cepat.



Gambar 9. Grup K-pop BLACKPINK

| No | Inisial Nama | Usia | Keterangan | Keterlibatan Tren |
|----|--------------|------|----------------------------|-------------------|
| 1. | MP | 22 | Influencer | Sangat Tinggi |
| 2. | PAR | 24 | Pengikut tren makeup korea | Tinggi |
| 3. | EMS | 21 | Dance K-pop | Sangat Tinggi |
| 4. | ND | 22 | Pengikut tren terbaru | Sedang |
| 5. | AC | 21 | Pecinta makeup | Tinggi |

Gambar 10. Data Informan Keterlibatan Tren Sumber: Data diolah, 2024



Gambar 11. Grup K-pop BTS

Analisis Historis dan Pengaruhnya terhadap Siklus Hidup Tren Kosmetik dan Musik

Selama era MTV, produksi video musik dan jadwal siaran televisi sangat bergantung pada penyebaran tren. Hal ini menyebabkan munculnya tren ikonik secara bertahap, seperti gaya kosmetik Madonna yang menjadi simbol feminisme pada tahun 1980-an. Karena keterbatasan persaingan digital, tren ini bertahan lama. Artis seperti Hailey Bieber dapat memicu tren “glazed donut skin” melalui tantangan viral berkat kemunculannya di TikTok. Meskipun banjir konten baru memperlambat tren, algoritma platform tersebut mempercepat penerimaan global dalam hitungan hari. Perbandingan ini menunjukkan pergeseran siklus tren dari "lambat ke cepat". Menurut Rogers, fenomena yang sebelumnya membutuhkan bertahun-tahun untuk menyebar sekarang dapat terjadi dalam beberapa jam.



Gambar 12. Hailey Bieber dalam tren “Glazed donut skin”

Jumlah orang yang mengikuti tren kecantikan telah meningkat sepuluh kali lipat sejak tahun 2010, menurut Fibre2Fashion (2023). Dilema muncul sebagai akibat dari perubahan ini, MTV memprioritaskan komitmen jangka panjang meskipun memiliki keseragaman, sedangkan TikTok menawarkan tren cepat dan berpartisipasi, tetapi berisiko menciptakan ruang gema algoritmik yang memperburuk akses komunitas di luar wilayah metropolitan. MTV membantu menyebarkan tren makeup dan musik, tetapi TikTok menunjukkan adopsi yang lebih tinggi karena interaksi langsung antara idola dan penggemar. Perubahan ini menunjukkan transisi dari pola penyebaran tren hierarkis ke pendekatan distribusi viral yang partisipatif.

Kecantikan Transnasional: Globalisasi Estetika Musik Populer dan Dampak Ekonomi

Kisah-kisah musik dan standar kecantikan tersebar di berbagai negara karena globalisasi musik populer. Standar kecantikan di seluruh dunia dipengaruhi oleh cara musisi ditampilkan secara visual melalui media digital, seperti gambar dan video musik. Kemudian, gaya ini menghasilkan banyak uang melalui konsumsi yang luas oleh penggemar, kolaborasi dengan industri kosmetik, dan inisiatif branding pribadi.

Kecantikan Transnasional dan Dampak Ekonomi

Peran makeup telah berubah dari sekadar ekspresi artistik menjadi standar kecantikan internasional sebagai akibat dari tren global dalam musik populer, yang berdampak pada perilaku konsumen dan perkembangan industri kosmetik. Tiga dimensi utama membentuk fenomena ini: dominasi visual Kpop, transformasi musisi menjadi pengusaha, dan dampak luas pada ekonomi kreatif.

a. Dominasi Visual Kpop

Kpop telah berkembang menjadi kekuatan budaya yang signifikan yang telah memperkenalkan gaya Asia Timur kepada audiens di seluruh dunia. Merek yang unik dan mudah dikenali diciptakan oleh konsep grafis yang konsisten dan terstruktur, seperti kulit kaca, aegyo-sal, gradient lips, dan soft glam.

1. Penggunaan platform online seperti TikTok, YouTube, dan Instagram telah mempercepat penyebaran tren K-Beauty, mengubahnya dari fenomena lokal Korea menjadi standar kecantikan internasional.
2. Dengan prosedur perawatan kulit dan makeup yang diadopsi oleh pelanggan di Amerika, Eropa, dan Asia Tenggara, K-Beauty telah berkembang menjadi fenomena global, menurut laporan dari Vogue dan The Conversation.
3. Meningkatnya permintaan akan kosmetik Korea di pasar global menunjukkan dampak sosial dari fenomena ini, yang menghasilkan munculnya merek terkenal seperti Etude House, Innisfree, dan Laneige.

b. Fenomena Musisi Entrepreneur

Musisi kontemporer tidak hanya menciptakan estetika visual, tetapi juga berdampak pada pembentukan merek kecantikan pribadi. Tidak lama dahulu, identitas visual hanya dianggap sebagai representasi artistik, tetapi sekarang dianggap sebagai aset komersial yang memiliki nilai moneter.

1. Ketika David Bowie bekerja sama dengan MAC, gaya glam rock dan androginitas masuk ke dunia kosmetik, menantang standar gender konvensional.
2. Melalui Fenty Beauty, Rihanna menjadikan keragaman kulit sebagai bagian penting dari kampanye pemasarannya dan menawarkan lebih dari empat puluh pilihan warna foundation, menciptakan standar inklusivitas global.
3. Haus Labs membantu Lady Gaga menggabungkan seni pertunjukan dengan inovasi kosmetik untuk menunjukkan estetika avant garde.
4. Dengan menggabungkan kesadaran akan kesehatan mental ke dalam identitas merek mereka, Selena Gomez dan Rare Beauty mengutamakan estetika alami.

Fenomena ini menunjukkan bahwa seniman tidak hanya berperan sebagai ikon budaya tetapi juga sebagai bankir yang dapat menghasilkan uang melalui pengaruh visual.

c. Perkembangan Sektor Kosmetik di Dunia

Faktor-faktor berikut menunjukkan bagaimana fenomena kecantikan global yang berasal dari musik populer telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan industri kreatif:

1. Pertumbuhan Industri Kosmetik Global

Pasar kosmetik global diperkirakan akan mencapai ratusan miliar dolar selama dekade 2020-an karena gelombang Korea dan bisnis kosmetik yang terkait dengan musisi.

2. Perubahan Pola Konsumsi

Penggemar tidak hanya meniru gaya selebriti, tetapi juga sering membeli kosmetik yang terkait dengan mereka. Ini menghasilkan siklus konsumsi yang berpusat pada fandom.

3. Strategi Branding Lintas Sektor

Musisi berfungsi sebagai perantara yang menghubungkan mode, kosmetik, dan musik satu sama lain. Jenis kerja sama ini memperkuat posisi mereka dalam ekonomi kreatif global.

4. Dampak Sosial Politik

Estetika make-up berfungsi sebagai cara untuk menjadi lebih mudah dikenali secara politik. Melalui kampanye #StopAsianHate mereka, BTS menunjukkan bahwa estetika K-pop lebih dari sekedar kecantikan dan berfungsi sebagai representasi kebersamaan sosial.

KESIMPULAN

musik populer, mulai dari era glam rock hingga era digital, makeup lebih dari sekedar penampilan fisik; itu juga berfungsi sebagai teknologi performatif yang sarat dengan makna sosial, politik, dan budaya. Perilaku fisik, seperti penggunaan kosmetik, menurut Butler (1990), berfungsi sebagai alat performativitas gender yang membangun identitas melalui pengulangan simbolis. Seperti dijelaskan oleh Stratton (2020), David Bowie melalui persona Ziggy Stardust-nya menampilkan estetika androgini romantis yang menantang klasifikasi gender yang kaku, yang didukung oleh penelitian trans-estetika Bradley dan Page (2017), yang menekankan keluwesan identitas. Kosmetik berkembang menjadi alat untuk ironi dan kritik sosial politik dengan munculnya era new

wave dan post-punk. Menurut Dreckmann (2020), Boy George menantang norma gender dengan menggunakan estetika camp yang mewah dan sarat makna. Di sisi lain, Fischer (2019) dan Hodgkinson (2016) menekankan bahwa estetika goth berfungsi sebagai penanda visual keanehan yang menolak pengagungan feminitas, kesehatan, dan vitalitas konvensional.

Brill (2021) menyatakan bahwa estetika goth masih relevan di era digital karena media sosial memperkuat penggambaran subversif tentang gender dan kecantikan, menjadikan kosmetik sebagai alat politik tubuh yang menantang norma dominan. Era digital telah menghasilkan transformasi besar melalui demokratisasi dan mainstreaming aktivitas gender-fluid yang dimungkinkan oleh media sosial. Virakul (2022) menyatakan bahwa kosmetik saat ini dianggap sebagai ekspresi artistik yang bebas dari bias gender. Di sisi lain, Holliday dan Elfving-Hwang (2012) mencatat bahwa globalisasi estetika K-pop telah mengubah standar kecantikan Asia Timur menjadi fenomena transnasional yang berdampak pada konsumsi kosmetik di seluruh dunia. Menurut Gurrieri dan Drenten (2019), istilah "empowerment" dalam budaya kecantikan seringkali kontradiktif karena memungkinkan ekspresi dan memperkuat struktur kapitalis. Sejarah kosmetik musik populer menunjukkan bahwa ini adalah bidang politik dan budaya yang selalu mengalami komodifikasi dan resistensi.

Seperti yang ditekankan oleh Singh (2024), penelitian tambahan diperlukan untuk memahami ambiguitas politik kosmetik melalui kerangka kerja interdisipliner yang mengintegrasikan studi budaya, gender, media, dan ekonomi kreatif. Seperti yang diusulkan oleh Hall dan Liebenberg (2024) dan Villamin dkk. (2024), untuk melacak pola penyebaran tren di era media sosial, metode etnografi digital dan analisis berbasis big data harus diterapkan. Untuk menganalisis penerimaan atau penolakan estetika global dalam konteks lokal, studi lintas budaya sangat penting. Ini terutama berlaku untuk K-pop, yang telah berkembang menjadi standar kecantikan transnasional (Holliday & Elfving-Hwang, 2012). Studi lanjutan juga harus memperhatikan pengalaman orang non-biner dan transgender saat menggunakan kosmetik untuk ekspresi identitas dan bagaimana hal itu berdampak pada visibilitas mereka terhadap norma gender dan industri kosmetik (Virakul, 2022). Dengan menguraikan dinamika estetika, gender, dan konsumerisme dalam konteks global, penelitian ini memperkaya bidang akademik dan memberikan wawasan praktis bagi industri kreatif dan kebijakan budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Auslander, P. (2006). *Performing glam rock: Gender and theatricality in popular music*. University of Michigan Press. ISBN: 9780472069671
- Bradley, L., & Page, C. (2017). *David Bowie and the fluidity of gender*. Bloomsbury Academic. ISBN: 9781501325297
- Brill, D. (2021). *Goth culture: Gender, style and subcultural resistance in the digital age*. Bloomsbury Academic. ISBN: 9781350114896
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge. ISBN: 9780415389556
- Dreckmann, K. (2020). Camp and Pop: David Bowie, Oskar Schlemmer, Madonna and Janelle Monáe. *Text Matters: A Journal of Literature, Theory and Culture*, 10(10), 85–100. <https://doi.org/10.18778/2083-2931.10.05>
- Fibre2Fashion. (2023). *TikTok reshaping beauty trends: Micro-trends and consumer adoption*. Fibre2Fashion Reports. Retrieved from <https://www.fibre2fashion.com>
- Fischer, R. K. (2019). The Gothic aesthetic: From the ancient Germanic tribes to the contemporary goth subculture. *Reference & User Services Quarterly*, 58(3), 7040. <https://doi.org/10.5860/rusq.58.3.7040>

- Gurrieri, L., & Drenten, J. (2019). The feminist politics of choice: Lipstick as a marketplace icon. *Consumption Markets & Culture*, 24(3), 225–240. <https://doi.org/10.1080/10253866.2019.1670649>
- Hall, S., & Liebenberg, L. (2024). Qualitative description as an introductory method to qualitative research for master's-level students and research trainees. *International Journal of Qualitative Methods*, 23(1), 1–5. <https://doi.org/10.1177/16094069241242264>
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style*. London: Routledge. ISBN: 9780415039499
- Hebdige, D. (1988). *Hiding in the light: On images and things*. London: Routledge. ISBN: 9780415009157
- Hodkinson, P. (2016). *Goth: Identity, style and subculture*. Routledge. ISBN: 9781138793737
- Holliday, R., & Elfving-Hwang, J. (2012). Gender, globalization and aesthetic surgery in South Korea. *Body & Society*, 18(2), 58–81. <https://doi.org/10.1177/1357034X12440828>
- Lauer, C. (1983). *Girls just want to have fun* [Music video]. Portrait Records.
- Madonna. (1984). *Like a virgin* [Music video]. Sire Records.
- MTV. (1981, August 1). *MTV launch broadcast*. New York: Warner-Amex Satellite Entertainment.
- Richard, J. (2023). Ziggy Stardust and the cultural politics of androgyny. *Popular Music and Society*, 46(2), 210–225. <https://doi.org/10.1080/03007766.2023.2187654>
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. Free Press. ISBN: 9780029266502
- Schrader, A. (2022). Romantic androgyny in glam rock aesthetics. *Journal of Popular Music Studies*, 34(2), 145–162. <https://doi.org/10.1525/jpms.2022.34.2.145>
- Singh, P. (2024). Comparative historical analysis. In *Doing good qualitative research* (pp. 397–409). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197633137.003.0034>
- Villamin, P., Lopez, V., Thapa, D. K., & Cleary, M. (2024). A worked example of qualitative descriptive design: A step-by-step guide for novice and early career researchers. *Journal of Advanced Nursing*. <https://doi.org/10.1111/jan.16481>
- Virakul, S. (2022). Makeup: A genderless form of artistic expression explored by content creators and their followers. *Journal of Student Research*, 11(3), 412–428. <https://doi.org/10.47611/jsr.v11i3.1707>
- Wekke, I. S., Fatria, I., & Maryadi. (2019). *Metode penelitian sosial*. Yogyakarta: Gawe Buku. ISBN: 9786026470367