

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

Fathiya Lensi Prastiwi<sup>1</sup>, Nabila Azzahra<sup>2</sup>, Bunga Julian Sunaryo<sup>3</sup>,

Nabila Naufa Putri<sup>4</sup>, Angelly Rahmadania Putri Kedua<sup>5</sup>

[fthiyalensi@students.unnes.ac.id](mailto:fthiyalensi@students.unnes.ac.id)<sup>1</sup>, [wnabiella@students.unnes.ac.id](mailto:wnabiella@students.unnes.ac.id)<sup>2</sup>,

[bungajulians333@students.unnes.ac.id](mailto:bungajulians333@students.unnes.ac.id)<sup>3</sup>, [reptildinosaur771@students.unnes.ac.id](mailto:reptildinosaur771@students.unnes.ac.id)<sup>4</sup>,

[iudae31@students.unnes.ac.id](mailto:iudae31@students.unnes.ac.id)<sup>5</sup>

Universitas Negeri Semarang

### ABSTRAK

Studi ini mengidentifikasi selebriti musik sebagai tokoh penting dalam transformasi budaya dan menganalisis perkembangan tren kosmetik dalam musik populer dari era glam rock hingga era digital. Menurut penelitian, kosmetik berfungsi sebagai alat untuk memerangi stereotip gender biner dan standar kecantikan yang dominan. Ini dicapai melalui penggunaan teknik historis komparatif dan pendekatan deskriptif kualitatif. Glam rock mengutamakan teaterikalitas dan ambiguitas, sementara new wave dan post punk menggabungkan kritik sosial dengan estetika camp dan gothic. Praktik gender fluid telah berkembang di masyarakat modern melalui platform media sosial. Sementara pergeseran dari MTV ke TikTok mempercepat laju tren, peningkatan standar estetika musik populer di seluruh dunia telah meresap ke industri kreatif. Studi ini menemukan bahwa kosmetik berfungsi sebagai alat performatif yang ambigu, ia memungkinkan presentasi identitas gender yang tidak konvensional sambil sekaligus rentan terhadap komodifikasi oleh industri kecantikan. Penelitian multidisipliner, analisis digital, dan pemeriksaan pengalaman orang non-biner dan transgender diperlukan untuk meningkatkan pemahaman tentang aspek politik estetika dalam budaya populer global.

**Kata Kunci:** Kpop, Komodifikasi, Musik Pop, Kosmetik, Gender Fluiditas, 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 of non binary and transgender individuals.*

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

## **PENDAHULUAN**

Riasan dalam musik populer lebih dari sekedar aksesoris untuk pertunjukan, ia berfungsi sebagai bahasa visual yang penuh dengan makna budaya, sosial, dan politik. Sejak awal abad ke-20, musisi telah menggunakan kosmetik untuk membangun citra mereka, menantang norma gender, dan membuat simbol perlawanan terhadap standar kecantikan yang dominan. Makeup berfungsi sebagai alat performatif yang memungkinkan manifestasi identitas yang beragam dan adaptif, dari era jazz yang ditandai dengan pesona teatral hingga era pop digital yang memudahkan akses estetika melalui media sosial. Selebriti musik telah memainkan peran penting dalam transformasi. Melalui penampilan fisik dan ekspresi wajah mereka, mereka tidak hanya mendorong tren makeup revolusioner, tetapi juga berkontribusi pada diskusi identitas politik.

Kosmetik dapat berfungsi sebagai simbol perlawanan dan juga sebagai artefak budaya komersial, seperti yang ditunjukkan oleh karakter Ziggy Stardust David Bowie, gaya flamboyan Boy George, dan makeup gender-fluid Harry Styles. Hal ini sejalan dengan teori performativitas gender Butler (1990), yang mengatakan bahwa perilaku perawatan tubuh mengubah gender, dengan kosmetik berperan penting dalam pembentukan identitas. Evolusi media telah membantu tren menyebar dengan lebih cepat. MTV menyebarkan estetika selama bertahun-tahun pada 1980-an, sedangkan TikTok di era digital mempercepat adopsi tren melalui tantangan viral. Standar kecantikan telah melintasi batas negara dan terintegrasi ke dalam ekonomi kreatif global karena globalisasi gaya musik populer, terutama Kpop.

Fenomena ini menunjukkan bahwa makeup berfungsi sebagai arena simbolik yang terus-menerus di mana norma gender, standar kecantikan, dan politik identitas diperdebatkan dan diubah. Dengan memposisikan tokoh-tokoh musik sebagai katalisator transformasi budaya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis evolusi tren kosmetik dalam musik populer dari era jazz hingga pop digital. Studi ini menjelaskan aspek estetika kosmetik sambil menjelaskan dikotomi antara resistensi dan komodifikasi, dan bagaimana hal itu berdampak pada ekonomi kreatif dan politik identitas global.

## **METODE PENELITIAN**

Metodologi deskriptif kualitatif dan analisis studi kasus untuk setiap sepuluh tahun digunakan dalam penelitian ini. Referensi yang menekankan pentingnya analisis kualitatif untuk pemahaman menyeluruh tentang proses sosial dan budaya mendukung pendekatan ini. Data yang terdiri dari cerita, teks, dan dokumentasi yang dievaluasi secara interpretatif diperlukan untuk penelitian kualitatif, menurut Wekke, Fatria, dan Maryadi (2019). Metode ini memungkinkan akademisi untuk menjelaskan makna dan simbolisme peristiwa budaya. Misalnya, bagaimana selebriti musik memengaruhi tren makeup global. Deskripsi kualitatif menawarkan cara yang adaptif dan naturalistik untuk mencatat pengalaman dan representasi budaya tanpa terlalu banyak abstraksi teoretis, menurut Hall dan Liebenberg (2024).

Metodologi ini sejalan dengan penekanan penelitian pada narasi visual dan simbol yang diwakili oleh karakter musik. Sebagaimana dinyatakan oleh Villamin et al. (2024), desain deskriptif kualitatif dapat diterapkan secara sistematis melalui prosedur yang jelas, membantu baik peneliti baru maupun berpengalaman dalam pengumpulan data naratif dan visual. Metode perbandingan historis juga menjadi perhatian publikasi terbaru. Singh (2024) menyatakan bahwa analisis-perbandingan historis masih relevan untuk menjawab pertanyaan penting tentang transisi sosial dan budaya. Dia menekankan bahwa narasi historis yang menyeluruh dan perbandingan kasus diperlukan. Penelitian ini menggunakan dekade sebagai unit analisis untuk mengidentifikasi perubahan tren makeup yang

dipengaruhi oleh selebriti musik, menempatkan fenomena tersebut dalam konteks sosial dan budaya yang lebih luas. Teknik penelitian ini, melalui integrasi berbagai referensi, menemukan bahwa analisis deskriptif kualitatif dan historis komparatif cocok untuk mempelajari evolusi tren makeup global yang dipengaruhi oleh selebriti musik dari era jazz hingga era pop digital.

## **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**

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 aksesoris 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.

Mekanisme Perlawanan Glam Rock:

1. Teatrikalitas 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 estetik.

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: 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.

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 Hodkinson (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), gaya makeup berani Madonna, yang ditandai dengan lipstik merah 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.

### **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 disebarkan. 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.

### **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 Billie Eilish 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.

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.

- Penggunaan platform online seperti TikTok, YouTube, dan Instagram telah mempercepat penyebaran tren K-Beauty, mengubahnya dari fenomena lokal Korea menjadi standar kecantikan internasional.
- 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.
- 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.

- Ketika David Bowie bekerja sama dengan MAC, gaya glam rock dan androginitas masuk ke dunia kosmetik, menantang standar gender konvensional.
- 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.
- Haus Labs membantu Lady Gaga menggabungkan seni pertunjukan dengan inovasi kosmetik untuk menunjukkan estetika avant garde.
- 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

Menurut penelitian literatur yang melihat bagaimana kosmetik digunakan dalam musik populer, mulai dari era glam rock hingga era digital, makeup lebih dari sekadar 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 Hodkinson (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>
- Lauper, 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