

TATA RIAS WAJAH SEBAGAI MEDIA AKTUALISASI DIRI BAGI MAHASISWI

THE MAKE-UP AS SELF ACTUALIZED MEDIA FOR WOMEN STUDENT

Indah Wenerda

Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Ahmad Dahlan
Kampus 4 Jl. Ring Road Selatan, Banguntapan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55191,
Hp. 0819-0410-2465
Email: indahwenerda@gmail.com

diterima tanggal 21 Novemeber 2017 | direvisi tanggal 25 Mei 2018 | disetujui tanggal 31 Mei 2018

ABSTRACT

The use of makeup applied by female students at the time of college is a mandatory ritual that is done every day, but the practice is not stuck on the rules written in the campus environment (lecture). The use of makeup is part of self-actualization for some female students who apply it. The face seems to be a canvas for each student who then they draw based on the perception they get from the exposure of various media around them. Therefore the researchers conducted this study to determine the motivation and disciplinary processes of the body applied by female students through makeup application to their faces. This research uses qualitative research type. The study included the collection of a wide range of empirical data from research subjects (women students). Then the data is analyzed to gain an understanding of the subject of the study encountered (makeup practice for women students). Through this research the researcher can know the motivation of applying makeup for the student as the differentiation of her with other women student. Through the applied makeup, students also feel more confident when compared to not using.

Keywords: discipline, body, makeup, women students.

ABSTRAK

Penggunaan tata rias wajah yang diterapkan oleh mahasiswa pada saat kuliah merupakan ritual wajib yang dilakukan setiap harinya, padahal praktik tersebut tidak tercantun pada aturan tertulis di lingkungan kampus (kuliah). Penggunaan tata rias wajah merupakan bagian dari aktualisasi diri bagi sebagian mahasiswa yang menerapkannya. Wajah seolah menjadi kanvas bagi masing-masing mahasiswa yang kemudian mereka gambar berdasarkan cerapan yang mereka dapatkan dari terpaan berbagai media yang ada di sekitar mereka. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui motivasi dan proses-proses pendisiplinan tubuh yang diterapkan mahasiswa melalui aplikasi tata rias ke wajah mereka. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian yang meliputi pengumpulan beraneka ragam data empiris dari subjek penelitian (mahasiswa). Kemudian data tersebut dianalisis untuk mendapatkan pemahaman tentang subjek kajian yang dihadapi (praktik tata rias wajah bagi mahasiswa). Melalui penelitian ini peneliti dapat mengetahui motivasi dari penerapan penggunaan tata rias wajah bagi mahasiswa sebagai pembeda dirinya dengan mahasiswa yang lain. Melalui tata rias wajah yang diterapkan, mahasiswa juga merasakan kepercayaan diri lebih tinggi ketika dibandingkan tidak menggunakan.

Kata Kunci: pendisiplinan, tubuh, tata rias wajah, mahasiswa.

I. PENDAHULUAN

Kebanyakan perempuan senang dengan yang indah dan cantik. Hal yang paling dekat dengan keindahan dan kecantikan salah satunya adalah tata rias wajah. Bila diamati, tata rias wajah adalah sesuatu yang sulit dipisahkan dari perempuan.

Mengapa tidak, tata rias wajah selalu menjadi bagian terpenting di setiap kegiatan mereka. Setiap kegiatan mereka selalu diawali dengan ritual berdandan di depan cermin. Bahkan ritual tersebut dapat menghabiskan seluruh waktu dari waktu

persiapan mereka sebelum berkegiatan (Wenerda, 2014).

Ritual berdandan menjadi sesuatu yang *taken for granted* bagi perempuan. Media dalam hal ini turut membantu mengapa tata rias wajah menjadi *taken for granted*. Misalnya saja dalam tayangan iklan, perempuan yang terlibat dalam iklan tersebut akan didandani secantik mungkin. Atau dalam adegan satu film, aktris selalu ditampilkan cantik walaupun baru bangun dari tidur. Bahkan dalam keadaan tanpa persiapan apapun seperti bangun tidur perempuan selalu ditampilkan cantik. Tayangan-tayangan tersebut menjadi tontonan bagi perempuan lainnya dan menjadi bahan internalisasi sehingga menjadikan tata rias wajah sebagai satu kewajiban sebelum memulai berkegiatan (Wenerda, 2014).

Merujuk Beauvoir, perempuan mulai mengenal kata cantik dari boneka (seperti barbie) yang diberikan padanya saat berulang tahun. Boneka dijadikan acuan dari riasan wajah dan pakaiannya (Beauvoir, 2003). Agar menjadi sosok yang dikagumi—perempuan mengamati dirinya di depan cermin dan berusaha membuat dirinya agar terlihat cantik seperti boneka. Selain itu, Beauvoir juga mengatakan bahwa berdandan adalah upaya untuk menunjukkan daya tarik fisiknya. Melalui apa-apa saja yang ada di atas meja rias—perempuan mampu menaikkan nilai intrinsik dalam dirinya (Beauvoir, 2003). Dari pernyataan tersebut, tidak sedikit perempuan yang rela menghabiskan seluruh penghasilannya demi nilai intrinsik ini.

Setali tiga uang dengan Beauvoir, Wolf meneruskan bahwa demi daya tarik fisik dan nilai intrinsik tata rias wajah kemudian dijadikan standar ukur bagi perempuan yang bekerja. Tata rias wajah terangkum dalam kualifikasi kecantikan profesional

(*a professional beauty qualification*) yang diterapkan oleh beberapa perusahaan. PBQ diterapkan bagi pekerja perempuannya dalam rangka perolehan kapital. Dengan kata lain, melalui perempuan yang berdandan di sanalah kapital yang kemudian dapat dikumpulkan. Dengan demikian bagi pekerja perempuan tata rias wajah adalah satu kewajiban sebelum bekerja.

Penerapan PBQ yang dikemukakan oleh Wolf telah peneliti buktikan dalam penelitian sebelumnya “Pendisiplinan dan Pengawasan Tubuh melalui Tata Rias Wajah bagi Pekerja Perempuan”. Pada penelitian tersebut tesis yang dihasilkan diantaranya adalah bahwa tata rias wajah dijadikan sebagai mekanisme positif agar pekerja perempuan menjadi lebih produktif. Selain itu, tubuh pekerja perempuan yang berposisi sebagai *customer service* melalui wajahnya menjadi wilayah yang dijadikan relasi kuasa oleh perusahaan dalam rangka akumulasi kapital (Wenerda, 2014).

Berbeda halnya dengan pekerja perempuan seperti menjadi *customer service*, *beauty advicer*, dan sekretaris yang harus menerapkan tata rias wajah saat bekerja, fenomena lain yang menarik yang peneliti temukan adalah mahasiswi menggunakan tata rias wajah saat kuliah. Fenomena ini telah peneliti amati sekitar 2 tahun belakangan. Hal yang sangat mencolok ketika peneliti berhadapan dengan mahasiswi saat ini adalah mereka lebih berani menggunakan tata rias wajah seperti menggunakan bedak lebih tebal, lipstik berwarna cerah, *eyeliner*, dengan sedikit penegasan warna pada alis, bahkan menggunakan perona wajah (*blush on*). Padahal kegiatan yang akan mereka lakukan adalah belajar.

Penggunaan tata rias wajah bagi pekerja perempuan adalah sesuatu yang wajib ketika

mereka berada di lingkungan kerja. Sementara bagi mahasiswi tidak ada aturan tertulis yang mewajibkan penggunaan tata rias wajah ketika mereka berada di lingkungan kampus. Penggunaan tata rias wajah merupakan media aktualisasi diri bagi sebagian mahasiswi yang menerapkannya. Wajah seolah menjadi kanvas bagi masing-masing mahasiswi yang kemudian mereka gambar berdasarkan cerapan yang mereka dapatkan dari terpaan berbagai media yang ada di sekitar mereka. Baik media konvensional seperti televisi, maupun media baru seperti internet. Oleh karena itu peneliti memilih fenomena ini untuk kemudian diamati dan diteliti sebagai salah satu bentuk riset audien dalam kegiatan produksi, konsumsi, bahkan sirkulasi budaya terhadap penampilan, sebab penampilan adalah media yang sangat efektif dalam mengirimkan pesan mengenai kepribadian, status sosial, dan khususnya penerimaan (Fiske, 2014).

II. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, meliputi penggunaan dan pengumpulan beraneka ragam data empiris yang digunakan, yakni pengalaman pribadi, wawancara, observasi, dan interaksi; yang dapat menggambarkan aneka momen dan makna rutin serta problematis di dalam kehidupan individu. Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang melakukan praktik interpretatif, agar peneliti mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang subjek kajian yang dihadapi (Denzim & Lincoln, 2011)

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara tidak terstruktur dan terbuka. Metode ini

sengaja dirancang oleh peneliti sehingga dapat memunculkan pandangan dan opini dari partisipan (Creswell, 2010). Wawancara tidak terstruktur dan terbuka merupakan metode yang paling banyak digunakan peneliti dalam menelusuri pendapat/pandangan partisipan terkait topik yang diangkat dalam penelitian ini.

Peneliti mewawancarai informan yang dapat mendukung rumusan masalah, yaitu mahasiswi yang menerapkan tata rias wajah pada saat kuliah. Mahasiswi yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang berkuliah di kampus 5 UAD. Mahasiswi berjumlah empat sampai enam orang yang dipilih menjadi sumber informasi dalam penelitian ini. Di samping wawancara, peneliti juga akan mengamati bagaimana penerapan penggunaan tata rias wajah yang dilakukan oleh mahasiswi saat berkuliah.

Metode analisis data penelitian ini dengan cara menguraikan segala sesuatu yang ada pada data. Proses penelitian dilakukan secara berkesinambungan, mulai dari tahap pengumpulan data dan seterusnya analisis data yang dilakukan secara bersamaan selama proses penelitian, hingga pada akhirnya dapat menarik suatu kesimpulan. Data yang telah terkumpul, dianalisis dengan menguraikan, mengonsepan, kemudian disusun.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tata Rias Wajah Saat Ini

Tata rias wajah pertama kali diawali dari upaya manusia dalam mengurangi efek silau matahari, dengan cara mengoleskan abu pada area bawah mata. Kemudian ribuan tahun berikutnya, wanita dari kaum bangsawan ingin cantik menyamai para dewi-dewi. Dengan peralatan seadanya mereka

melakukannya agar terlihat berbeda dari perempuan kelas rakyat jelata.

Saat ini, penggunaan tata rias merupakan hal yang wajib bagi perempuan. Namun penggunaannya tidak lagi terbatas hanya perempuan kelas bangsawan saja, melainkan merambah kelas pekerja. Perempuan kelas pekerja turut mengaplikasikan tata rias pada wajahnya pada setiap aktivitasnya. Peranannya masih sama, untuk membedakan diri dengan yang lain (yang tidak menggunakan tata rias wajah). Akan tetapi peralatan yang digunakan merupakan peralatan-peralatan yang sudah teruji secara laboratorium untuk aman dipakai.

Hal yang tidak bisa dipisahkan jika membahas tata rias wajah saat ini yakni kaitannya dengan perkembangan teknologi-media. Kemunculan media baru menyebabkan segala informasi bertebaran. Sebaran informasi saat ini yang konon melebihi kecepatan cahaya membuat kita hidup di dalam banjir informasi. Termasuk ketika hal ini dikaitkan dengan informasi tata rias wajah, siapa saja saat ini yang ingin mencari informasi tata rias wajah dapat mencarinya melalui internet.

Sebelum munculnya internet seorang profesional makeup artist adalah seseorang yang lulus dari akademi kecantikan. Kelulusan ditandai dengan diperolehnya sebuah sertifikat. Kelulusan didapat pun setelah berminggu-minggu bahkan berbulan-bulan menjalani pelatihan. Yang terjadi sekarang, untuk menjadi seorang makeup artist tidak lagi membutuhkan akademi kecantikan dan waktu yang lama. Saat ini seseorang yang ingin belajar tata rias wajah dapat menonton video yang diakses dari Youtube. Selain mengakses Youtube pilihan lainnya adalah Instagram, Facebook, Blog, dan Pinterest, dan masih banyak lagi. Konten yang

dilihat di internet adalah video-video yang dibuat oleh seseorang yang dapat mengaplikasikan tata rias pada wajah. Jenis video demikian saat ini jumlahnya sangat banyak, karena hampir semua orang saat ini mengklaim bahwa dirinya bisa dan profesional dalam hal tata rias wajah.

Hal menarik yang penulis temukan dari pengamatan selama dua tahun belakangan adalah bahwa tata rias wajah bagi sebagian mahasiswi merupakan komponen penting yang harus mereka penuhi sebelum mereka memulai perkuliahan. Bahkan melebihi aktivitas tersebut, penggunaan tata rias wajah harus mereka penuhi walaupun hanya ke warung/minimarket. Melalui penelitian ini penulis ingin menyampaikan bagaimana tata rias wajah sebagai bentuk pendisiplinan tubuh diterapkan oleh mahasiswi. Dan bagaimana pentingnya tata rias wajah bagi mahasiswi ketika setiap harinya harus menyisihkan waktu dalam persiapan sebelum berangkat kuliah.

B. Tata Rias Wajah Sebagai Media Aktualisasi Bagi Mahasiswi

Jika menjelaskan hubungan mahasiswa dan tata rias wajah, maka muncul konsep anak muda yang memiliki kekhasan di dalamnya. Ciri khas anak muda sebagai posisi sosial adalah mereka yang berada di antara fase anak-anak yang masih bergantung pada orang dewasa.

Sebagai anak muda mereka memiliki tanggung jawab yang lebih dibandingkan dengan anak-anak. Namun demikian anak muda masih terikat kontrol orang dewasa dalam hal ini orang tua. Sebab pada fase ini anak muda menuju otonomi sebagai seorang yang dewasa. Ketika menuju fase tersebut tidak sedikit anak muda yang mengalami ketakutan akibat adanya citra utopis yang dibebankan pada diri

mereka. Sehingga tidak sedikit di antara mereka yang masuk ke jurang hitam karena tidak bisa menahan beban citra utopis tersebut. Sehingga muncul anggapan dengan adanya kelompok anak muda seperti ini mereka dianggap sebagai ancaman atas regulasi yang ada dalam kehidupan bermasyarakat.

Kendati orang dewasa melihat anak mudah hanya sebagai satu kondisi transisi, anak-anak muda justru meyakini hal ini sebagai satu tempat istimewa yang mana mereka harus bisa mengedepankan perbedaan mereka dengan orang dewasa. Hal ini merupakan identifikasi yang dilakukan anak muda tentang persepsi kebosanan dalam kehidupan sehari-hari. Di antaranya sebagai alternatif anak muda sering direpresentasikan sebagai konsumen yang menyenangkan dari *fashion*, gaya, dan berbagai aktifitas hiburan. Ini digambarkan bahwa anak muda suka *fashion*, *makeup*, dan di atas itu semua adalah konsumen “remaja” (Barker, 2009). Menurut Hebdige remaja terhimpit di antara anak-anak dengan orang dewasa. Remaja mewakili komodifikasi anak muda, atas penciptaan pasar konsumen anak muda yang terbentuk di balik kelebihan uang.

Merujuk pada pernyataan di atas, mahasiswi yang ditunjuk sebagai objek dari kajian ini dikelompokkan oleh penulis sebagai kelompok anak muda—anak muda yang menyukai *fashion*, gaya, dan *makeup*. Pada praktiknya mahasiswi menerapkan tata rias wajah/*makeup* pada saat kuliah yang menjadi fokus pada penelitian ini merupakan upaya mengedepankan perbedaan mereka dengan kelompok orang dewasa. Perbedaan yang menegaskan bahwa mereka juga melepaskan predikat sebagai anak-anak.

Pemilihan tata rias wajah yang kemudian diterapkan pada saat kuliah merupakan upaya perwujudan diri mereka yang asli/original—perwujudan bahwa mereka bukan anak-anak lagi. Dimana ketika memasuki dunia kuliah sebagai mahasiswi dituntut perubahan yang mengiringi dirinya. Dimulai meninggalkan seragam yang digunakan di bangku sekolah, sementara pada saat kuliah mahasiswi diberi kebebasan memilih pakaian. Serta pilihan berdandan yang mungkin dipilih mahasiswi ketika sebelumnya di bangku SMA ada larangan menggunakan aksesoris atau dandanan yang berlebihan (Rumpoko, 2016). Pernyataan di atas sesuai dengan pernyataan informan saat diwawancaari:

kalo jaman SMP dulu kan ga yang menarik sama sekali, jaman SMP SMA gitu kan ga menarik, pengen kuliah tu yang lebih berubah gitu.

Wawancara pada tanggal 15 Agustus 2017)

Pengisian waktu luang dengan baik merupakan masalah bagi kebanyakan anak muda. Kebanyakan bosan dan enggan melakukan apa saja yang fenomenal. Sehingga beberapa diantaranya lebih memilih pilihan sendiri mengenai kesibukan-kesibukan yang lebih berarti (Jahja, 2011). Salah satunya mempelajari tata rias wajah di waktu senggang, waktu libur kuliah bagi mahasiswi. Libur kuliah merupakan waktu latihan bagi mereka mengenal dan mempelajari riasan wajah apa yang sesuai bagi wajah mereka dan sesuai jika diaplikasikan saat kuliah. Sehingga saat kuliah dimulai mahasiswi dapat mengaplikasikan riasan wajah yang sudah dilatih sebelumnya.

Sumber latihan tata rias wajah pada saat libur kuliah yang digunakan oleh mahasiswi adalah

internet. Mahasiswi memilih video-video tutorial yang diunggah oleh *beauty vlogger* favorit mereka. Mengamati dan mempelajari, serta memilih dan memutuskan untuk membeli produk kosmetik yang kemudian digunakan pada wajah mereka. Penggunaan pada satu produk kosmetik yang digunakan setiap harinya merupakan hasil seleksi yang dilalui oleh mahasiswi. Pemilihan tersebut dipengaruhi oleh paparan media dalam hal ini iklan, *online shop* di sosial media yang menjual kosmetik, hingga informasi dari teman dan anggota keluarga.

Jika mengamati hubungan antara mahasiswi dan tata rias wajah terdapat praktik konsumsi yang dilakukan mahasiswi sebagai anak muda di dalamnya. Willis menyatakan bahwa anak muda memiliki relasi aktif, kreatif, dan produktif secara simbolis dengan komoditas yang membentuk budaya anak muda. Makna, katanya, tidak melekat dalam komoditas melainkan dihasilkan melalui pemakaian komoditas secara aktual. Bagi Willis budaya kontemporer bukan merupakan permukaan tanpa makna atau superfisial melainkan melibatkan penciptaan kreatif makna oleh semua orang sebagai produsen kultural. Kreativitas simbolis anak muda didasarkan pada kehidupan informal sehari-hari mereka dan seluruh dunia yang mereka lihat diisi dengan makna.

Kapitalisme dan ekspansi konsumerisme-lah yang menyediakan pertambahan suplai sumber daya simbolis bagi karya kreatif anak muda. Kapitalisme bisa jadi menjadi tempat pelarian, namun ia juga menyediakan sarana dan media yang digunakan untuk menjalankan itu semua.

Berdasarkan pernyataan di atas terdapat siklus konsumsi yang terjadi antara mahasiswi dan praktik penggunaan tata rias wajah. Mahasiswi sebagai audien yang aktif, kreatif, dan produktif

menanggapi informasi yang bertebaran di sekitarnya. Selanjutnya sebagai konsumen dari komoditas kosmetik yang digunakan dalam penerapan tata rias wajah saat kuliah. Dan ranah inilah yang kemudian menjadi ranah kelompok kapitalis menasar kelompok anak muda dalam rangka ekspansi konsumerisme.

A. Mahasiswi sebagai Objek Pendisiplinan Tubuh

Menurut Foucault (1995:138) kata disiplin tujuannya adalah melatih, mengatur, dan membiasakan agar sesuatunya menjadi lebih berguna/produktif dan tunduk. Penggunaan tata rias wajah bagi mahasiswi pada aktifitas kuliah merupakan ritual wajib yang dilakukan dan dilatih setiap hari. Dengan menggunakan tata rias wajah kepercayaan diri mereka menjadi meningkat.

Bagi mahasiswi tata rias wajah yang mereka terapkan bukanlah kategori pendisiplinan yang bersifat penyiksaan dan pemaksaan, melainkan pendisiplinan yang dilakukan berdasarkan keinginan sendiri. Bahkan praktik merias wajah telah menjadi hobi. Praktik merias wajah yang diterapkan merupakan upaya melatih diri dalam mengaplikasikan seluruh komponen kosmetik ke wajah. Misal, mengaplikasikan foundation ke wajah, mengaplikasikan bedak, mbingkai alis, membubuhi eyeliner di tepi kelopak mata, membubuhi perona pipi di pipi, dan terakhir membubuhi lipstik di bibir. Serangkaian praktik tersebut membutuhkan pembiasaan yang harus dilakukan oleh mahasiswi sehingga mereka dapat mengenali wajahnya dengan bentuk yang akan mereka aplikasikan. Penerapan tata rias wajah

tersebut dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswi saat kuliah.

B. Media sebagai Sumber Pengetahuan Tata Rias Wajah bagi Mahasiswi

Demi pemenuhan kebutuhan femininitasnya kebanyakan mahasiswi mengikuti perkembangan tata rias wajah melalui media baru, yaitu internet. Melalui internet mereka mencari referensi tata rias wajah. Youtube dan Instagram merupakan pilihan yang banyak dipilih mahasiswi dalam mencari sumber/referensi tata rias wajah.

Referensi/sumber tata rias wajah yang diperoleh melalui internet merupakan bentukan standar kecantikan yang dibangun oleh media. Hal ini dijelaskan oleh Denise H. Sutton dalam *Globalizing Ideal Beauty* (2009). Dalam penjelasannya disebutkan bahwa terdapat JWT (J. Walter Thompson) Company, yakni sebuah agensi periklanan yang turut berperan membentuk perkembangan standar masyarakat melalui penggambaran perempuan melalui stereotipe-stereotipe perempuan. Stereotipe tersebut dijadikan sebagai gambaran ideal perempuan kota yang merepresentasikan budaya Amerika. Cara kerja pembuatan standar tersebut adalah melalui selera-selera para pekerja dalam agensi tersebut yang kebanyakan adalah perempuan. Mereka bekerja dan berjuang melawan dominasi dunia yang kebanyakan masih dikuasai oleh laki-laki. Mereka menjadikan selera-selera mereka sendiri sebagai bahan untuk selera perempuan masyarakat urban Amerika keseluruhannya. Seperti kutipan berikut: *Advancing from straight "reason-why" copy, in which the product's purpose is plainly described, JWT's Women's Editorial Department developed*

successful advertising strategies that used psychological appeals. By purchasing the product, women consumers felt they could tap into the attributes of the product, whether it was a special kind of feminine allure, a hint of romance, social status, ideal beauty, or all of the above. The revenue brought in by campaigns developed by the Women's Editorial Department helped establish JWT as the most powerful ad agency in the United States and made possible its international expansion during the 1920s. (Hutton, 2009)

Mekanisme yang dilakukan oleh mahasiswi mencari referensi tata rias wajah melalui internet adalah salah satu cara mahasiswi mengikuti arus perindustrian yang sengaja dibentuk oleh aparat-aparat seperti dalam JWT Company sebagai salah satu agensi periklanan (yang kebanyakan bergerak dalam bidang kecantikan). Secara tidak langsung, upaya ini turut mendukung standar ideal yang telah diciptakan sebagai bentuk pendisiplinan terhadap tubuh bagi mahasiswi. Pendisiplinan tubuh ini mengacu pada bentukan yang diciptakan oleh industri periklanan melalui cara-cara terbaru, baik itu cara berpakaian maupun cara merias wajah yang kemudian diterapkan mahasiswi.

Sebagian besar sumber yang diacu oleh mahasiswi adalah melalui internet. Referensi tata rias wajah yang diikuti adalah video tutorial dari *beauty vlogger*. Misalnya *beauty vlogger* Gita Savitri Devi, Kiara Leswara, Fathi Nrm, Abel Cantika, dan Nanda Arsyinta. *Beauty vlogger* ini biasanya membuat riasan wajah tematis seperti riasan wajah untuk malam hari (*night party*), aktifitas sehari-hari (*daily*), dan sebagainya. Beberapa dari *beauty vlogger* juga menampilkan produk kosmetik yang digunakan. Pada praktiknya, mahasiswi tidak menggunakan produk-produk yang

digunakan oleh *beauty vlogger*. Hal ini dikarenakan adanya penyesuaian kemampuan beli mahasiswi terhadap harga produk kosmetik. Keadaan ini menunjukkan ada ruang negosiasi bagi mahasiswi dalam menyesuaikan harga beli kosmetik.

Waktu-waktu dalam mencari referensi tata rias wajah bagi mahasiswi ada pada waktu luang dan pada saat belajar. Pada waktu-waktu inilah mahasiswi mengakses internet demi mendapatkan referensi tata rias wajah. Ketika muncul tema riasan wajah terbaru mahasiswi terdorong untuk segera mengaplikasikannya sekaligus mempertimbangkan apakah tema riasan wajah tersebut dapat digunakan pada saat kuliah. Pencarian referensi melalui internet merupakan upaya demi predikat “hits”. Sekaligus upaya pembeda dengan teman-teman perempuan lain yang tidak menerapkan riasan wajah pada saat kuliah. Berikut ungkapan salah satu mahasiswi:

Kalo aku sama adek tingkat ya kayak gitu, soalnya ya di depan dia biar keliatan kayak lebih menarik aja gitu, jd dianya juga kayak gimana, kayak segan gitu klo adek tingkat ngeliat.

Wawancara pada tanggal 15 Agustus 2017

Kegiatan berdandan merupakan suatu aktivitas estetik yang dapat mengekspresikan kepribadian seorang perempuan (Budiman, 2000). Penggunaan tata rias wajah merupakan media aktualisasi diri bagi sebagian mahasiswi yang menerapkannya. Wajah ibarat kanvas bagi mahasiswi yang kemudian digambar. Tata rias merupakan bagian dari penampilan yang merupakan media yang sangat efektif dalam mengirimkan pesan mengenai kepribadian, status sosial, dan khususnya penerimaan (Fiske, 2014). Sejalan dengan yang disampaikan Denise H. Sutton dalam *Globalizing*

Ideal Beauty (2009), yakni penggambaran dari cara perempuan-perempuan melihat dan meniru gambaran ideal melalui media untuk mencapai standar ideal yang telah dibentuk oleh tim agensi periklanan JWT Company. Kecantikan ideal yang telah dibentuk menjadikannya sebagai suatu gambaran rujukan bagi perempuan imigran dan lainnya sebagai pendukung dalam penanda kenaikan kelas sosial mereka (Sutton, 2009). Peran orang-orang terdekat juga turut membantu mengenalkan pengetahuan mengenai tata rias wajah. Anggota keluarga membantu mengenalkan pengetahuan tata rias wajah. Salah seorang informan menyampaikan bahwa dia mulai mengenal merias wajah setelah dikenalkan oleh saudaranya.

Gambaran di atas merupakan hal yang dilakukan oleh mahasiswi menjadikan rujukan seluruh yang ada di dalam media sebagai sesuatu yang dapat ditiru, kemudian digunakan dalam praktik sosial sebagai penanda kelas. Mahasiswi sebagai satu kelompok dalam masyarakat yang hidup di kalangan urban dan industri yang melakukan kegiatan konsumsi dan kemudian memproduksi kembali budaya populer dalam praktik penggunaan tata rias wajah (Heryanto, 2015).

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis, penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tubuh melalui wajah digunakan sebagai objek pendisiplinan. Dalam penerapannya mahasiswi melakukan proses negosiasi sehingga praktik merias wajah dapat dilaksanakan, dengan cara menyesuaikan kemampuan keuangan mereka

saat membeli segala produk kosmetik yang dibutuhkan.

Tata rias wajah sebagai fasilitas dalam aktualisasi diri bagi mahasiswi. Seni dekoratif lewat praktik tata rias wajah yang diamati merupakan bentuk reproduksi pengetahuan umum terkait inferioritas tubuh perempuan. Mahasiswi sebagai kelompok anak muda yang menuju otoritasnya menjadi dewasa yang melepaskan predikat sebagai anak-anak.

Anak muda yang erat diskursusnya dengan gaya, *fashion*, dan senang-senang melalui penerapan tata rias wajah adalah salah satu praktik yang dapat dicermati sebagai contohnya dalam penelitian ini. Ketika fase mereka sebagai anak muda yang menjadi sasaran bagi kelompok kapitalis, kemudian memutuskan membeli produk kosmetik, dan selanjutnya menggunakan tata rias wajah saat kuliah demi aktualisasi diri.

Tuntutan sosial memprioritaskan aspek penampilan fisik perempuan dengan upaya penyeragaman terhadap kriteria penampilan fisik ideal. Iklan menjembatani dunia kenyataan dengan dunia ideal. Iklan membawa penyampaian mengenai mitos kecantikan yang sangat berpengaruh bagi para penonton. Akibatnya, pesan komersial diterima sebagai kebenaran telanjang dari sebagai sebuah konstruksi buatan kapitalis yang tidak hanya menjual produk, tetapi juga menjual standar sosial yang paling berlaku. Mahasiswi merupakan kelompok urban dalam arus globalisasi kapitalisme. Mereka selalu mengikuti arus perkembangan tata rias wajah untuk kebutuhan harian mereka.

Saran

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk memperkaya penelitian ini, peneliti

merekomendasikan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian pada topik yang sama dengan mengkaji praktik penggunaan tata rias wajah bagi mahasiswi lebih ke bidang ekonomi dan psikologi. Dengan demikian praktik tata rias wajah sebagai kegiatan konsumsi dan reproduksi yang dilakukan oleh mahasiswi dapat dilihat dari berbagai sudut pandang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT dengan segala berkat, rahmat, dan nikmat-Nya yang dapat saya rasakan hingga saat ini sehingga tulisan ini dapat diselesaikan.

Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, instansi tempat saya bekerja yang telah memberikan dukungan baik berupa moril maupun materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Sekaligus ucapan terimakasih saya kepada para informan yang dengan sukarela mau membagikan pengalaman mereka kepada saya, sehingga penelitian ini dapat menghasilkan satu hasil dan kesimpulan. Dengan harapan hasil dan kesimpulan dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi saya khususnya dan bagi pembaca pada umumnya dalam memandang suatu praktik sehari-hari dengan paradigma kritis.

DAFTAR PUSTAKA

- Barker, C., 2009. *Cultural Studies (Teori dan Praktik)*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
Beauvoir, Simon D. 2003. *Second Sex*. Yogyakarta: Pustaka Prometheus.
Brownmiller, Susan. 1983. *Femininity Prologue*. New York.

- Budiman, Kris. 2000. *Feminis Lak-laki dalam Wacana Gender*. Magelang: IndonesiaTera.
- Carter, Claire. 2013. "What's Feminism Got to Do with It? Examination of Feminism in Women's Everyday Lives". *Feminist Scholarship* 5.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design; Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (Edisi ketiga). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Denzin, Norman K., dan Lincoln, Yvonna S.. 2011. *The Sage Handbook of Qualitative Research 1 (Edisi Ketiga)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Featherstone, Mike., Hepworth, Mike., and Turner, Bryan S. 1991. *The Body: Social Process and Cultural Theory*. London: Sage Publication.
- Fiske, John. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Foucault, Michel. 1991. *Discipline and Punish (The Birth of the Prison)* (terjemahan Alan Sheridan). New York: Vintage Books.
- Hardiyanta, P. Sunu. 1997. *Michel Foucault Disiplin Tubuh Bengkel Individu Modern*. Yogyakarta: LKiS.
- Haryatmoko. 2013. "Kekuasaan Melahirkan Anti-Kekuasaan, Menelanjangi Mekanisme dan Teknik Kekuasaan Foucault".
- Heryanto, Ariel. 2015. *Identitas dan Kenikmatan, Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Jahja, Y., 2011. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Markula, Pirkko., Pringle, Richard. 2006. *Foucault, Sport and Exercise (Power Knowledge and Transforming the Self)*. New York: Routledge.
- Martin, L.H., Gutman, H., dan Hutton, P.H.. 1988. *Technology of the Self: A Seminar with Michel Foucault*. Tavistock. Hal. 16-49. London.
- Melliana S., Annastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS.
- Prabasmoro, Aquarini P.. 2003. *Becoming White (Representasi Ras, Kelas, Femininitas, dan Globalisasi dalam Iklan Sabun)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ritzer, George. 2003. *Teori Posmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Rumpoko, G., 2016. Dear Mahasiswa Baru, 8 Hal Ini Yang Akan Terjadi Ketika Kamu Dandan Menor Ke Kampus. [online] Available at: <https://www.hipwee.com/hiburan/dear-mahasiswa-baru-8-hal-ini-yang-akan-terjadi-ketika-kamu-dandan-menor-ke-kampus/>. [Accessed date: 12 Oktober 2017 pukul 03.06WIB.
-] Sandra, Lee Bartky. 1998. "Foucault, Femininity, and the Modernization of Patriarchal Power", dalam *The Politics of Women's Bodies (Sexuality, Appearance, and Behavior)* editor Rose Weitz. New York: Oxford University Press.
- Santosa, Yudi. 2002. *Power/Knowledge, Wacana Kuasa/Pengetahuan Michel Foucault*. Yogyakarta: Bentang Budaya.
- Strozier, Robert M.. 2002. *Foucault, Subjectivity, and Identity*. Detroit: Wayne State University Press.
- Sutton, Denise H.. 2009. *Globalizing Ideal Beauty (How Female Copywriters of the J. Walter Thompson Advertising Agency Redefined Beauty for the Twentieth Century)*. Newyork: Palgrave Macmillan.
- Yulianto, Vissia Ita. 2007. *Pesona Barat (Analisis Kritis-Historis tentang Kesadaran Warna Kulit di Indonesia)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Wenerda, Indah. 2014. "Pendisiplinan Tubuh melalui Tata Rias Wajah bagi Pekerja Perempuan". Laporan Penelitian S2. Universitas Gadjah Mada.
- Wolf, Naomi. 2004. *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan*. Yogyakarta: Niagara.