SKRIPSI

TRANSFORMASI GAYA *MAKEUP* MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA DALAM MERESPONS *BEAUTY INFLUENCER* DI MEDIA SOSIAL

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

Oleh:

Resti Dwi Hargianti

NIM.E1041221062

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

SKRIPSI

TRANSFORMASI GAYA *MAKEUP* MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA DALAM MERESPONS *BEAUTY INFLUENCER* DI MEDIA SOSIAL

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

Oleh:

Resti Dwi Hargianti

NIM.E1041221062

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

SKRIPSI

TRANSFORMASI GAYA *MAKEUP* MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA DALAM MERESPONS *BEAUTY INFLUENCER* DI MEDIA SOSIAL

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Sosiologi

Oleh:

Resti Dwi Hargianti

NIM.E1041221062

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

TRANSFORMASI GAYA *MAKEUP* MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA DALAM MERESPON *BEAUTY INFLUENCER* DI MEDIA SOSIAL

Tanggung Jawab Yuridis Pada:

Resti Dwi Hargianti
NIM.E1041221062

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Rupita, M.Kes **Tanggal** 12/03/2026
NIP.196509101990022001

Dosen Pembimbing Pendamping

Ignasia Debbye Batuallo S.Sos M.Si **Tanggal** 2 Maret 2026
NIP.199001122024212001

HALAMAN PENGESAHAN

TRANSFORMASI GAYA *MAKEUP* MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU PO LITIK UNIVERSITAS TANJUNGPURA DALAM MERESPONS *BEAUTY INFLUENCER* DI MEDIA SOSIAL

Oleh:

Resti Dwi Hargianti
NIM.E1041221062

Dipertahankan di : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Pada Hari/Tanggal : Senin 13 April 2026

Tempat : R5

Ketua

Dr. Rupita, M.Kes
NIP.196509101990022001

Sekretaris

Ignasia Debbye Baguallo S.Sos M.Si
NIP.199001122024212001

Penguji Utama

Prof. Dr. Hj. Fatmawati, M.Si
NIP.196004071990032001

Penguji Pendamping

Desca Thea Purnama S.Sos M.Sos
NIP.199212072019032021

Tim Penguji

Disahkan Oleh
Dekan FISIP UNTAN

Dr. Herlan, S.Sos, M.Si
NIP.197205212006041001

ABSTRAK

Resti Dwi Hargianti (E1041221062): Transformasi Gaya *Makeup* Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Dalam Merespons *Beauty Influencer* di Media Sosial. **Skripsi. Program Studi Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Tanjungpura Pontianak 2025.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi gaya makeup mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura dalam merespons konten *beauty influencer* di media sosial, serta mengidentifikasi karakter makeup yang mereka adopsi. Media sosial seperti *TikTok, Instagram*, dan *YouTube* menjadi ruang utama dalam membentuk dan menyebarkan standar kecantikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melibatkan delapan informan yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi gaya makeup tidak hanya berupa perubahan teknis, tetapi juga mencerminkan terbentuknya realitas kecantikan yang bersifat semu. Melalui perspektif teori hiperrealitas Jean Baudrillard, konten *beauty influencer* menghadirkan standar kecantikan yang melampaui realitas sehari-hari dan kemudian diinternalisasi sebagai ideal oleh mahasiswi. Sementara itu, teori modelling Albert Bandura menjelaskan bahwa proses adopsi gaya makeup terjadi melalui tahapan perhatian, retensi, reproduksi, dan motivasi, sehingga mendorong mahasiswi meniru teknik, produk, dan gaya seperti *natural look, Korean look, dan soft glam*. Transformasi ini juga dipengaruhi oleh motivasi untuk meningkatkan kepercayaan diri, memenuhi tuntutan sosial, serta mengikuti tren digital. Dengan demikian, perubahan gaya makeup mahasiswi merupakan hasil interaksi antara konstruksi realitas media sosial, proses pembelajaran observasional, dan upaya membangun identitas visual.

Kata Kunci: Hiperrealitas, *Modelling*, *Beauty Influencer*, Transformasi Gaya Makeup, Media Sosial

ABSTRACT

Resti Dwi Hargianti (E1041221062): Transformation of Makeup Style of Female Students at the Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University in Responding to Beauty Influencers on Social Media. Undergraduate Thesis. Sociology Study Program. Faculty of Social and Political Sciences. Tanjungpura University, Pontianak, 2025.

The purpose of this research is to analyze transformation of makeup style among female students of Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Tanjungpura in responding to beauty influencer content on social media, and also to identify makeup characteristics they adopt. Social media such as TikTok, Instagram, and YouTube become main spaces in shaping and spreading beauty standards. This research used qualitative approach with descriptive method. It involved eight informants selected through purposive sampling technique. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results of research show that transformation of makeup style is not only in form of technical changes, but also reflects formation of pseudo beauty reality. Through perspective of hyperreality theory by Jean Baudrillard, beauty influencer content presents beauty standards that go beyond everyday reality and are then internalized as ideal by female students. Meanwhile, modelling theory by Albert Bandura explains that process of adopting makeup style occurs through stages of attention, retention, reproduction, and motivation, which encourage female students to imitate techniques, products, and styles such as natural look, Korean look, and soft glam. This transformation is also influenced by motivation to increase self-confidence, fulfill social demands, and follow digital trends. Therefore, changes in makeup style of female students are result of interaction between construction of social media reality, observational learning process, and effort to build visual identity.

Keywords: *hyperreality, modelling, beauty influencer, transformation of makeup style, social media*

RINGKASAN SKRIPSI

Penelitian ini membahas tentang transformasi gaya makeup mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura dalam merespons konten beauty influencer di media sosial. Fenomena ini muncul seiring meningkatnya penggunaan platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube yang secara intensif menampilkan tren kecantikan terbaru. Melalui paparan konten visual tersebut, mahasiswi yang awalnya tampil sederhana dengan penggunaan makeup minimal, secara perlahan mulai mengadopsi teknik dan produk makeup yang lebih lengkap. Transformasi ini dipahami sebagai perubahan penampilan yang berkembang seiring waktu, dipengaruhi oleh tuntutan sosial, tren digital, serta kebutuhan akan pembentukan identitas diri di lingkungan kampus

Penelitian ini juga mengidentifikasi persoalan utama mengenai bagaimana perubahan gaya makeup tersebut terbentuk serta apa saja karakter atau *look makeup* yang diadaptasi dari *beauty influencer*. Dalam observasi lapangan dan wawancara mendalam terhadap delapan informan, ditemukan bahwa transformasi terjadi pada tiga aspek utama: kompleksitas produk, teknik merias wajah, dan fokus area wajah. Mahasiswi yang sebelumnya hanya menggunakan bedak dan *liptint* kini mulai memakai *cushion*, *foundation*, *eyeliner*, *mascara*, *blush on*, hingga *softlens*. Teknik *makeup* seperti pengaplikasian *base makeup* yang rapi, penggunaan alis, penggunaan *highlighter*, dan *eyeshadow* pun mulai diterapkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan transformasi gaya *makeup* yang dialami mahasiswi FISIP UNTAN serta menganalisis karakter

makeup yang mereka adopsi dari *beauty influencer*. Penelitian ini ingin melihat bagaimana media sosial menjadi ruang belajar dan sumber referensi bagi mahasiswi dalam memodifikasi gaya makeup mereka, serta bagaimana teknik dan elemen visual dari *beauty influencer* ditiru dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana *makeup* berfungsi sebagai strategi presentasi diri yang berkaitan erat dengan kebutuhan sosial perempuan muda di era digital.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap delapan informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Lokasi penelitian berada di lingkungan FISIP UNTAN, dengan rentang waktu penelitian yang memungkinkan, peneliti mengamati langsung kebiasaan bermakeup mahasiswi selama aktivitas di kampus. Analisis data dilakukan dengan mereduksi informasi, menyajikan data, kemudian menarik kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan perspektif hiperrealitas dari Jean Baudrillard sebagai kerangka utama dalam menganalisis fenomena transformasi gaya makeup mahasiswi. Dalam perspektif ini, media sosial dipahami sebagai ruang yang memproduksi realitas baru melalui tahapan simulasi, simulacra, dan hiperrealitas. Melalui tahapan tersebut, konten beauty influencer tidak hanya berfungsi sebagai representasi, tetapi juga membentuk standar kecantikan yang kemudian dianggap sebagai realitas oleh mahasiswi.

Sementara itu, untuk menjelaskan proses bagaimana standar kecantikan tersebut diadopsi oleh mahasiswi, penelitian ini menggunakan teori modelling dari Albert Bandura sebagai teori pendukung. Teori ini menjelaskan bahwa proses peniruan terjadi melalui tahapan perhatian, retensi, reproduksi, dan motivasi, yang memungkinkan mahasiswi mengamati, menyimpan, dan mempraktikkan gaya makeup yang ditampilkan oleh beauty influencer dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi gaya *makeup* mahasiswi terjadi secara bertahap melalui paparan konten *beauty influencer*. Mahasiswi menyerap informasi dari *influencer*, mulai dari cara mengaplikasikan produk hingga rekomendasi barang, lalu menirunya sesuai kemampuan dan preferensi masing-masing. *Look makeup* yang paling banyak diadopsi adalah tampilan natural fresh, *Korean look, soft glam* hingga *bold*.

Berdasarkan keseluruhan temuan, dapat disimpulkan bahwa transformasi gaya makeup mahasiswi FISIP UNTAN merupakan bentuk respons terhadap budaya digital dan tren kecantikan modern yang dibawa *beauty influencer*. Media sosial tidak hanya menjadi ruang konsumsi konten, tetapi juga tempat belajar dan membentuk identitas visual. Mahasiswi memaknai *makeup* sebagai cara untuk meningkatkan kepercayaan diri, membangun citra diri, serta mengekspresikan identitas perempuan muda masa kini.

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Resti Dwi Hargianti
Nomor Induk Mahasiswa	: E1041221062
Jurusan/Program Studi	: Sosiologi/Sosiologi

Dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul " Transformasi Gaya *Makeup* Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Dalam Merespons *Beauty Influencer* di Media Sosial" sepenuhnya merupakan hasil pemikiran, analisis, dan karya saya sendiri. Seluruh data, informasi, dan temuan yang disajikan dalam skripsi ini diperoleh melalui proses wawancara dan observasi langsung di lapangan, tanpa adanya unsur plagiarisme maupun bantuan pihak lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Tanjungpura

Pontianak, 30 Maret 2026



Resti Dwi Hargianti
E1041221062

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Qs. Ar-rum:60)

“Seberapa pun dewasa mengujimu tak kan lebih dari yang engkau bisa”

(Tulus)

“Semua jatuh bangun mu hal yang biasa, angan dan pertanyaan, waktu yang menjawabnya. Berikan tenggat waktu, bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia"

(Daniel Baskara Putra)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur yang tak terhingga ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, atas segala rahmat, karunia, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan yang senantiasa mengiringi setiap langkah peneliti, akhirnya karya sederhana ini dapat terselesaikan. Perjalanan penyusunan skripsi ini bukanlah proses yang singkat dan mudah; di dalamnya terdapat berbagai dinamika, rasa lelah, keraguan. Namun, berkat doa, dukungan, serta kehadiran orang-orang baik di sekitar peneliti, setiap proses tersebut dapat dilalui hingga sampai pada titik ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa terima kasih yang mendalam, karya ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kepada orang tua tercinta, Mamak dan Bapak, yang doa dan kasih sayangnya tidak pernah terputus mengiringi perjalanan peneliti. Terima kasih atas setiap pengorbanan, kesabaran, kepercayaan, serta cinta tulus yang selalu menjadi kekuatan terbesar bagi peneliti untuk terus melangkah.
2. Kepada saudara kandung peneliti, Mas Risa Harggianto Putro dan Adik Reva Tri Hartanti, yang senantiasa memberikan semangat, dukungan, serta warna dalam perjalanan hidup peneliti.
3. Kepada keluarga besar dari pihak Bapak maupun Mamak, yang telah memberikan doa dan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Kepada sahabat karib sejak sekolah dasar yang telah peneliti anggap seperti saudara sendiri, Siti dan Yuni, terima kasih karena selalu hadir dalam setiap fase, menjadi tempat berbagi cerita, serta tetap membersamai peneliti hingga sejauh ini.
5. Kepada teman-teman seperjuangan selama masa perkuliahan, Emi, Jesti, Riken, Nazla, Rosa, Windi, Anggi, Susi, dan Anang, yang telah membersamai perjalanan akademik peneliti, berbagi cerita, tawa, dan perjuangan hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan studi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Berkat dan Rahmat-Nya sehingga skripsi yang berjudul "Transformasi Gaya *Makeup* Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Dalam Merespons *Beauty Influencer* di Media Sosial" dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu peneliti dengan segenap ketulusan hati mengucapkan rasa terima kasih atas dukungan, masukan serta motivasi kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak, Dr. Herlan, S.Sos., M.Si.
2. Wakil Dekan I Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak, Dr. Elyta, M.Si.
3. Wakil Dekan II Bidang Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak, Dr. Rupita, M.Kes., sekaligus dosen pembimbing utama yang telah membimbing peneliti dengan penuh kesabaran serta memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak, Dr. Erdi, M.Si.
5. Ketua Jurusan Sosiologi, Dr. Syarifah Ema Rahmaiah, BA., M.Ed.
6. Koordinator Program Studi Sosiologi, Desca Thea Purnama, S.Sos., M.Sos., sekaligus dosen penguji kedua yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.

7. Dosen pembimbing pendamping, Ignasia Debbye Batuallo, S.Sos., M.Si., yang telah membimbing peneliti dengan penuh kesabaran serta memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
8. Dosen penguji utama, Prof. Dr. Hj. Fatmawati, M.Si., yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.
9. Dosen pembimbing akademik, Dr. Indah Listyaningrum, M.Si., yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak.
10. Bapak/Ibu Dosen, Staff Tata Usaha dan Akademik Jurusan Sosiologi Fakultas Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak yang sudah banyak memberikan bantuan serta dukungan selama proses perkuliahan berlangsung.
11. Seluruh mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura angkatan 2022 yang selalu menyemangati dan membersamai peneliti dalam masa perkuliahan.

Pontianak, 30 Maret 2026

Resti Dwi Hargianti
E1041221062

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN ..... **i**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
RINGKASAN SKRIPSI ..... **vi**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ix**
MOTTO ..... **x**
PERSEMBAHAN ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
DAFTAR TABEL ..... **xviii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 9
1.3 Fokus Penelitian 9
1.4 Rumusan Masalah 10
1.5 Tujuan Penelitian 10
1.6 Manfaat Penelitian 10
1.6.1 Manfaat Teoritis 10
1.6.2 Manfaat Praktis 11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **12**
2.1 Definisi Konsep **12**
2.1.1 Definisi *Beauty Influencer* dan Media Sosial 12
2.1.2 Definisi Transformasi Gaya *Makeup* 14
2.1.3 Definisi Identitas Diri 17
2.2 Kajian Teori 19
2.2.1 Teori Hiperealitas 19
2.2.2 Teori Modelling 20

2.3 Penelitian Relevan 23
2.4 Alur Pikir Penelitian 25
BAB III METODE PENELITIAN 28
3.1 Jenis Penelitian 28
3.2 Langkah-Langkah Penelitian 29
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 30
3.3.1 Lokasi Penelitian 30
3.3.2 Waktu Penelitian 30
3.4 Subjek dan Objek Penelitian 31
3.4.1 Subjek Penelitian 31
3.4.2 Objek Penelitian 32
3.5 Teknik Pengumpulan Data 32
3.6 Instrumen dan Alat Pengumpulan Data 34
3.7 Analisis Data 35
3.7.1 Teknik Analisis Data 35
3.7.2 Keabsahan Data 36
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN 38
4.1 Sejarah Singkat Universitas Tanjungpura 38
4.2 Sejarah Singkat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura 40
4.3 Program Studi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak 43
4.4 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura 45
4.5 Gambaran Umum Mahasiswi FISIP UNTAN 46
4.6 Karakteristik Informan 47
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 55
5.1 Bentuk Transformasi Gaya *Makeup* Mahasiswi FISIP Universitas Tanjungpura 55
5.1.1 Perubahan Kompleksitas Produk *Makeup* 56
5.1.2 Perubahan Teknik Penggunaan *Makeup* 76
5.1.3 Perubahan Fokus Area Wajah Dalam Tata Rias 84
5.2 Karakter/*Look Makeup* Yang Diadopsi Oleh Mahasiswi FISIP Universitas Tanjungpura Dari *Beauty Influencer* Di Media Sosial 90
5.3 Analisis Teori 90

5.3.1 Teori Hiperealitas (Jean Baudrillard) 90
5.3.2 Teori Modelling (Albert Bandura) 104
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....115
6.1 Kesimpulan 115
6.2 Saran.....117
6.3 Keterbatasan.....118
DAFTAR PUSTAKA..... 120

DAFTAR GAMBAR

Gambar halaman

1. Status instagram teman seangkatan di FISIP UNTAN..... 6
2. Profil instagram mahasiswi prodi sosiologi..... 8
3. Profil instagram mahasiswi prodi pembangunan sosial..... 8
4. Profil instagram mahasiswi prodi sosiologi..... 8
5. Universitas Tanjungpura..... 39
6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik..... 42
7. Teknik Blush Blindess..... 79
8. Teknik membuat alis serat..... 81
9. Fokus area wajah HMA..... 85
10. Fokus area wajah LA..... 87
11. Look Makeup Informan NA..... 92
12. Look *Makeup* Informan AR..... 94
13. Look *Makeup* Informan HMA..... 97
14. Look *Makeup* Informan LA..... 98

DAFTAR TABEL

Tabel halaman

1. Tabel 2.1 Kerangka Alur Pikir Penelitian..... 27
2. Table 4.1 Daftar Nama Pimpinan/Dekan FISIP Untan..... 43
3. Tabel 4.2 Program Studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura..... 44
4. Tabel 4.3 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura..... 45
5. Tabel 4.4 Profil Informan..... 48
6. Tabel 5.1 Produk yang digunakan informan NHK..... 58
7. Tabel 5.2 Produk yang digunakan informan LA..... 60
8. Tabel 5.3 Produk yang digunakan informan AR..... 62
9. Tabel 5.4 Produk yang digunakan informan AA..... 64
10. Tabel 5.5 Produk yang digunakan informan KN..... 66
11. Tabel 5.6 Produk yang digunakan informan AS..... 68
12. Tabel 5.7 Produk yang digunakan informan NA..... 71
13. Tabel 5.8 Produk yang digunakan informan HMA..... 73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran halaman

1. Pedoman Wawancara..... 123
2. Pedoman Observasi..... 126
3. Dokumentasi Bersama Informan..... 127
4. Riwayat Hidup..... 130
5. Surat Tugas..... 131

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial berkembang cukup pesat di era digital saat ini, juga membawa perubahan besar dalam pola hidup masyarakat. Media sosial tidak lagi hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang untuk membentuk gaya hidup, mulai dari cara berpakaian, merawat diri, hingga merias wajah. Kemudahan akses informasi dan derasnya arus tren yang ditampilkan membuat media sosial jadi salah satu faktor utama yang memengaruhi cara individu dalam mengekspresikan diri. Hal ini menjadikan media sosial sebagai sarana yang berpengaruh dalam mendorong perubahan gaya hidup, khususnya di kalangan generasi Z (Hanaya dkk., 2025).

Generasi Z sendiri merupakan kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial. Menurut (Sugiarti, 2025) dalam laporan GoodStats, dalam enam bulan terakhir generasi Z paling sering menggunakan Instagram (81%), TikTok (70%), dan YouTube (69%). Laporan dari Talker Research juga menegaskan bahwa ketiga platform tersebut menjadi yang paling dominan dan menunjukkan kecenderungan Gen Z untuk menyukai konten dengan format singkat (*short content*) (Research, n.d.).

Kecenderungan terhadap konten singkat ini mendorong meningkatnya produksi konten yang dibuat secara cepat, menarik, dan mudah dikonsumsi oleh pengguna. Format yang ringkas dan visual membuat berbagai jenis konten lebih mudah tersebar luas dan diulang-ulang dalam waktu singkat, sehingga memperbesar peluang suatu jenis konten untuk menjadi tren di media sosial. Salah

satu jenis konten yang banyak berkembang dalam format ini adalah konten kecantikan, seperti tutorial *makeup* singkat, *review* produk, hingga transformasi sebelum dan sesudah penggunaan makeup. Seiring dengan intensitas kemunculan konten tersebut, muncul individu-individu yang secara konsisten memproduksi dan membagikan konten kecantikan, yang kemudian dikenal sebagai *beauty influencer* (Angeline & Pribadi, 2025).

Salah satu fenomena yang mencolok di media sosial adalah kehadiran *beauty influencer* yang menawarkan beragam konten terkait kecantikan. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, *beauty influencer* tidak hanya memberikan tutorial *makeup*, tetapi juga membagikan ulasan produk, tips perawatan wajah, hingga gaya *makeup* sesuai tren terbaru. Konsistensi dalam menyajikan konten visual yang menarik membuat *beauty influencer* menjadi panutan utama bagi pengikutnya dalam menentukan pilihan produk maupun gaya *makeup*. Kehadiran mereka juga membentuk standar kecantikan baru yang banyak diikuti, khususnya kalangan perempuan muda (Niki Anartia dkk., 2023).

Selain itu, istilah *Beauty influencer* memang menjadi tren di media sosial dan tidak terbatas hanya pada bidang kecantikan. Seorang *beauty influencer* pada dasarnya adalah kreator yang mampu memengaruhi pengikutnya untuk ikut serta dalam konten yang disajikan, mulai dari membeli produk yang dipromosikan hingga mengikuti kebiasaan yang ditampilkan. Hal ini tentu dapat memengaruhi siapa pun, termasuk remaja dan dewasa awal, karena pada usia tersebut individu cenderung tidak ingin tertinggal tren dan menunjukkan sikap imitasi. Sikap imitasi ini dapat berupa peniruan tingkah laku, sikap, gaya hidup, hingga

penampilan fisik. Proses imitasi juga menjadi bagian dari pembelajaran sosial, di mana seseorang menyesuaikan diri dengan lingkungannya melalui penyerapan perilaku atau gaya yang dianggap relevan (Astuti & Andrini, 2021).

Kelompok perempuan dalam tahap dewasa awal, seperti Mahasiswi, menjadi salah satu yang paling mudah terpengaruh oleh tren kecantikan dari *beauty influencer*. Pada masa ini, individu sedang aktif membentuk identitas diri dan sering kali mencari pengakuan dari lingkungan sosialnya (Tsalatsa, 2022). Mahasiswi zaman sekarang cenderung lebih mudah bergaul, terbuka terhadap perubahan serta cepat mengikuti tren-tren terkini. Mereka selalu mengetahui apa yang sedang populer, baik dalam hal *skincare*, *makeup*, *fashion*, maupun gaya hidup lainnya. Tidak hanya sekadar mengikuti, Mahasiswi juga seringkali mengeksplorasi gaya baru yang mereka temukan dari media sosial atau *beauty influencer*, lalu menyesuaikannya dengan selera pribadi (Sari & Susanti, 2024).

Dalam perkembangan budaya digital saat ini, konsep “cantik” tidak lagi dipahami sebagai sesuatu yang alami atau melekat begitu saja pada individu, tetapi semakin banyak dibentuk melalui proses imitasi yang terjadi di ruang media sosial. Citra kecantikan yang beredar di Instagram, TikTok, maupun YouTube sebagian besar merupakan hasil konstruksi digital mulai dari teknik *makeup* yang halus, filter yang membuat kulit tampak sempurna, hingga gaya visual yang dirancang untuk terlihat ideal. Representasi kecantikan seperti ini kemudian menjadi standar baru yang diikuti banyak perempuan, termasuk mahasiswi. Mereka tidak hanya melihat kecantikan sebagai sesuatu yang apa adanya, tetapi

sebagai sesuatu yang harus “dibangun,” ditiru, dan direpresentasikan sesuai dengan tren yang beredar di media.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh *beauty influencer* terhadap gaya *makeup* perempuan. Penelitian pertama dilakukan oleh (Kusmiati, 2022) berjudul “Perubahan Gaya *MakeUp* Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri dalam Merespons *Beauty Influencer*.” Penelitian ini menjelaskan bahwa kehadiran *beauty influencer* memiliki peran besar dalam mendorong perubahan gaya *makeup* di kalangan mahasiswi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswi cenderung meniru gaya *makeup* yang ditampilkan oleh *beauty influencer* untuk meningkatkan rasa percaya diri serta menyesuaikan diri dengan tren kecantikan modern. Namun, penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek perilaku konsumtif dan simbolik dari penggunaan produk kecantikan, belum membahas secara mendalam mengenai proses sosial yang membentuk transformasi gaya *makeup* itu sendiri.

Penelitian serupa yang dilakukan oleh (Fahrimal, 2022) berjudul “Pengaruh Terpaan Video *Beauty Vlogger* pada Kanal YouTube Tasya Farasya terhadap Perilaku Merias Wajah Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar.” menjelaskan bahwa terpaan media, seperti frekuensi dan durasi menonton video YouTube, memiliki pengaruh terhadap perilaku mahasiswi dalam merias wajah. Namun, penelitian ini hanya berfokus pada aspek kuantitatif dan sejauh mana pengaruh tersebut terjadi secara statistik, tanpa menjelaskan proses sosial di balik perubahan perilaku tersebut. Selain itu, penelitian Fahrimal hanya meneliti satu platform media sosial (YouTube) dan satu figur beauty vlogger (Tasya

Farasya), sehingga ruang lingkupnya terbatas. Berbeda dengan penelitian ini yang menganalisis fenomena secara lebih luas melalui berbagai platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube.

Penelitian ini menawarkan sudut pandang dengan menggunakan *Modelling* Theory dari Albert Bandura sebagai pisau analisis. Teori ini membantu peneliti menjelaskan secara rinci bagaimana mahasiswi FISIP Universitas Tanjungpura belajar, mengamati, mengimitasi, dan memodifikasi gaya *makeup* yang mereka lihat dari *beauty influencer* di berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Penelitian ini tidak hanya melihat hasil berupa perubahan penampilan, tetapi juga menelusuri proses psikologis dan sosial di balik transformasi tersebut mulai dari perhatian terhadap model, penyerapan perilaku, motivasi meniru, hingga pembentukan kebiasaan *makeup* baru. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana proses *modelling* terjadi dalam praktik kecantikan dan bagaimana transformasi gaya *makeup* terbentuk di kalangan mahasiswi di era digital.

Fenomena transformasi gaya makeup di kalangan mahasiswi FISIP UNTAN terlihat paling jelas pada angkatan 2022. Berdasarkan pengamatan peneliti, pada awal masa perkuliahan (semester pertama), mayoritas mahasiswi angkatan tersebut cenderung tampil sangat sederhana, biasanya hanya menggunakan bedak tabur, *liptint*, atau bahkan tanpa *makeup* sama sekali. Kondisi ini juga dipengaruhi oleh situasi masa orientasi mahasiswa baru (ospek), di mana sebagian mahasiswi memilih untuk tidak menggunakan *makeup* atau tampil

seminimal mungkin karena khawatir mendapat teguran dari kakak tingkat. Pada masa peralihan tersebut, penampilan yang sederhana dianggap sebagai bentuk penyesuaian diri terhadap aturan dan budaya senioritas yang berlaku.



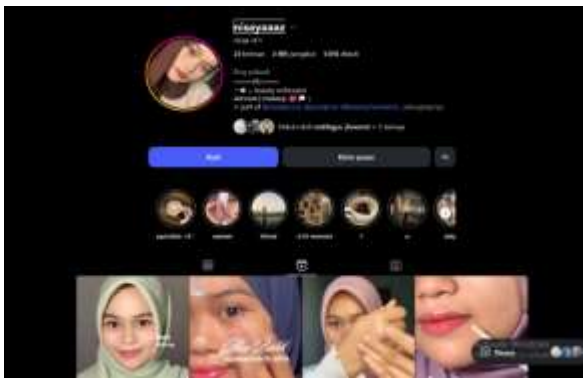
Gambar 1.1 Status instagram teman seangkatan di FISIP UNTAN
Sumber: Instagram, 2025

Namun, seiring berjalannya waktu, khususnya memasuki semester lima dan enam, terlihat perubahan yang cukup signifikan pada penampilan mereka. Banyak mahasiswi mulai mengadopsi teknik *makeup* yang lebih lengkap, seperti penggunaan *cushion* atau *foundation* untuk *complexion, eyebrow, eyeliner, mascara, blush on*, *highlighter*, hingga *softlens*. Beberapa di antara mereka bahkan mulai menampilkan gaya *makeup* tertentu yang konsisten, seperti *soft glam*, *Korean look*, atau *bold look*, yang sebelumnya tidak tampak pada awal masa perkuliahan.

Transformasi ini bukan hanya perubahan kecil, tetapi perubahan yang menandai adanya proses adopsi gaya yang bersumber dari *beauty influencer*. Hal

ini terlihat dari kesamaan teknik *makeup*, gaya alis, pilihan warna lipstik, hingga produk-produk yang mereka gunakan, yang mayoritas merupakan produk yang tengah populer di kalangan *influencer* kecantikan.

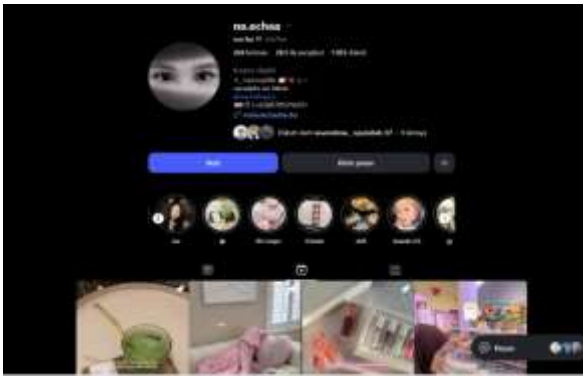
Penelitian ini dilakukan berdasarkan pengamatan awal peneliti yang menunjukkan bahwa mahasiswi FISIP Universitas Tanjungpura menunjukkan fenomena transformasi gaya *makeup* yang cukup signifikan dibandingkan fakultas lain seperti FEB dan Hukum. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa beberapa mahasiswi FISIP aktif berkecimpung di dunia *beauty content creator*, seperti menjadi *reviewer* produk, berbagi tips perawatan wajah, hingga membuat video *get ready with me* di Instagram dan TikTok. Aktivitas ini tidak hanya menunjukkan ketertarikan mereka pada dunia kecantikan, tetapi juga menandakan bagaimana media sosial telah menjadi ruang ekspresi diri dan sarana pembentukan identitas sosial baru. Melalui konten yang mereka buat, para mahasiswi tersebut secara tidak langsung menciptakan efek domino bagi teman-teman sebayanya atau menjadi panutan, yang kemudian termotivasi untuk mengikuti gaya *makeup* serupa agar tampak lebih menarik dan percaya diri. Fenomena ini memperlihatkan bahwa budaya digital di kalangan mahasiswi FISIP kini tidak lagi sebatas konsumsi konten, tetapi juga produksi dan reproduksi makna kecantikan yang membentuk realitas baru di lingkungan kampus.



Gambar 1.1 Profil Instagram Mahasiswi Prodi Sosiologi
Sumber: Instagram, 2025



Gambar 1.2 Profil Instagram Mahasiswi Prodi Sosial Pembangunan
Sumber: Instagram, 2025



Gambar 1.3 Profil Instagram Mahasiswi Prodi Sosiologi

Sumber: Instagram, 2025

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik mengadakan suatu penelitian dengan judul "Transformasi Gaya *Makeup* Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura dalam Merespons *Beauty Influencer* Di Media Sosial."

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang dipaparkan maka identifikasi masalah yang akan diteliti ialah:

1. Adanya perubahan signifikan pada kompleksitas penggunaan *makeup* mahasiswi FISIP UNTAN yang belum pernah dikaji secara mendalam dari perspektif sosiologi.
2. Belum adanya kajian yang menganalisis proses *modelling* sosial di balik adopsi gaya makeup mahasiswi dari *beauty influencer* di konteks lokal Kalimantan Barat.

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta adanya identifikasi masalah, untuk mengatasi agar penelitian ini tidak terlalu luas dalam pembahasannya maka fokus penelitian ini adalah pada bagaimana Mahasiswi FISIP Universitas Tanjungpura mengadopsi gaya *makeup* dari *beauty influencer* di media sosial, serta bagaimana peran *beauty influencer* tersebut dalam memengaruhi transformasi gaya *makeup* Mahasiswi dalam kehidupan sehari-hari.

1.4 Rumusan Masalah

1) Bagaimana bentuk transformasi gaya *makeup* mahasiswi FISIP Universitas Tanjungpura dari sebelumnya hingga saat ini?
2) Bagaimana karakter/*look makeup* yang diadopsi oleh mahasiswi FISIP Universitas Tanjungpura dari *beauty influencer* di media sosial?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan bentuk perubahan atau transformasi gaya *makeup* mahasiswi FISIP Universitas Tanjungpura dari tampilan sederhana menuju tampilan yang lebih modern dan lengkap.
2. Mengidentifikasi karakter/*look makeup* yang diadopsi mahasiswi dari *beauty influencer*, termasuk teknik, gaya rias, serta elemen *makeup* yang mereka tiru dari konten *beauty influencer* media sosial.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu sosiologi, khususnya dalam kajian sosiologi komunikasi dan media serta gaya hidup. Dengan menggunakan pendekatan teori *modelling* Bandura penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana media sosial dan *beauty influencer* berperan sebagai model dalam membentuk preferensi dan perilaku penggunaan makeup pada mahasiswi. Melalui proses observasi, imitasi, dan internalisasi terhadap konten yang disajikan, mahasiswi tidak hanya mengikuti gaya makeup yang ditampilkan, tetapi juga menjadikannya sebagai acuan dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian ini

diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang membahas fenomena serupa.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat diperoleh bagi beberapa pihak dari penelitian antara lain :

1. Bagi Industri Kecantikan Lokal

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku industri kecantikan lokal dalam memahami preferensi dan perilaku mahasiswi sebagai konsumen, khususnya yang dipengaruhi oleh *beauty influencer* di media sosial. Dengan demikian, industri kecantikan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, baik dalam pemilihan *influencer*, pembuatan konten promosi, maupun pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan tren di kalangan mahasiswi.

2. Bagi Lembaga Pendidikan Tinggi

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi lembaga pendidikan tinggi, khususnya dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan budaya kampus dan gaya hidup mahasiswa. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan program edukasi terkait literasi media, sehingga mahasiswa mampu lebih kritis dalam menyikapi pengaruh *beauty influencer* dan tren kecantikan di media sosial.