

Reinvensi Pesona Visual dari Kecantikan Wanita Nusantara

Jasmine Farahdivya Izzati

Universitas Negeri Surabaya
jfarahdivyai@gmail.com

Abstrak

Reinvensi adalah upaya mengkonstruksi identitas baru yang berangkat dari tradisi. Berfungsi sebagai pembentuk ikatan sosial dan budaya, dibutuhkan sebagai bentuk legitimasi status dan otoritas. Reinvensi kecantikan terletak pada perkembangan *make up* yang ada, dengan munculnya tren *Make up* yang mengusung tema dari kebudayaan masa lalu. *Make up* pada zaman modern saat ini cenderung tidak memperlihatkan karakter dalam diri wanita. Penggunaan *Make up* sendiri menjadi penutup untuk menutupi kekurangan yang ada dalam wajah wanita. Sehingga wanita pada zaman saat ini cenderung tidak percaya diri dengan apa yang mereka punya dan menghilangkan jiwa naturalitasnya. Makalah ini ingin menyampaikan bahwa wanita tidak perlu merasa tidak percaya diri, bahwa standar kecantikan bisa saja berubah seiring dengan berkembangnya waktu. Hal tersebut untuk memberikan pemahaman bahwa wanita yang mempunyai integritas yaitu wanita yang ber-etika, menjunjung tinggi ilmu dan pengetahuan, serta sopan santun kepada sesama. Metode yang digunakan penulis yaitu metode kualitatif tentang penggunaan logika, penafsiran dan pemahaman dalam pencarian data sejarah *make up*, standar kecantikan serta pendapat masyarakat dalam penggunaan *Make up* itu sendiri. Sudut pandang penelitian ini menggunakan sudut pandang pesona milik Alfred Gell yang mengatakan bahwa kekuatan dari benda atau obyek seni berasal dari proses teknik untuk mewujudkan teknologi, untuk menghadirkan nilai pesona pada karya tersebut dapat disandarkan pada pesona dari teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *make up* di Indonesia sebenarnya datang dari budaya barat yang menyebabkan masyarakat Indonesia mulai menciptakan standar kecantikannya. Wanita cenderung memakai cara yang "aman" dan memilih untuk menggunakan *make up* untuk menutupi kekurangan yang ada dalam wajahnya, daripada nantinya akan dipergunjingkan dikalangan masyarakat yang mempercayai standar kecantikan tersebut. Standar kecantikan bisa saja berubah, dari yang awalnya wanita dianggap cantik bila memasuki kriteria tinggi, langsing, putih, dan sebagainya menjadi, wanita yang dianggap cantik itu yang tidak menggunakan *make up* dan berwajah natural.

Kata Kunci: Reinvensi, Make up, Standar kecantikan.

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, penggunaan *Make up* merupakan kejadian yang sudah biasa di kalangan masyarakat kaum hawa. Baik dari ranah dewasa, remaja, hingga anak-anak mengetahui bahwa *Make up* merupakan hal yang digunakan secara umum untuk wanita. *Make up* sudah menjadi kebutuhan yang tidak bisa ditinggalkan, diibaratkan bahwa penggunaan *Make up* seperti mengonsumsi makanan yang menjadi kebutuhan manusia untuk hidup. Menurut Abraham Maslow dalam Teori Hierarki tentang kebutuhan mendasar dibagi menjadi lima kategori yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, harga diri, serta aktualitas diri. Penggunaan *Make up* menunjang usur rasa aman, segi sosial, serta harga diri. Hal tersebut menjadi

penunjang dikarenakan dalam penggunaan *Make up* wanita cenderung merasa aman karena menutupi kekurangan yang ada di dalam wajah mereka. Reinvensi kecantikan terletak pada perkembangan *Make up*, dengan munculnya tren *Make up* yang mengusung tema dari kebudayaan masa lalu. Kata Reinvensi adalah sebuah upaya yang secara sadar mengkonstruksi identitas baru yang berangkat dari tradisi yang berfungsi sebagai pembentuk ikatan sosial dan secara politis serta dibutuhkan sebagai bentuk legitimasi status dan otoritas (Ananda Fera, 2013:121) Penggunaan *Make up* dari waktu ke waktu berkembang. Sering dibicarakan melalui *youtube*, *instagram*, dan akun media sosial lainnya. *Make up* juga melahirkan sebuah tren dan menjadi populer seiring dengan berkembangnya teknologi. Baik dari *make up*

beraliran Natural ala wanita korea yang menunjukkan wajah *glowing* dan putih hingga *Make up* tebal yang menutupi semua kekurangan dalam wajah. Semuanya memperlihatkan persepsi bahwa wanita akan cantik jika menggunakan *Make up* atau dengan kata lain *Make up* dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang. Selain wajah, orang-orang juga cenderung memperhatikan bagian tubuh yang lain sebagai standar kecantikan. Persepsi orang jaman sekarang yang menilai bahwa cantik itu berkulit putih, mulus, berbadan langsing, tinggi dan berkaki jenjang merupakan pengaruh penilaian masyarakat Indonesia pada era modern saat ini. Kejadian diatas berimbas bahwa wanita jaman sekarang tidak pernah memandang naturalitas yang ada dalam dirinya.

Lalu akan menjadi pertanyaan darimana datangnya standar kecantikan dalam lingkup wanita di Indonesia? Sebenarnya, standar kecantikan tersebut sudah ada sejak jaman dahulu tetapi justru anehnya pada jaman dahulu wanita cenderung berwajah natural dan jarang menggunakan produk kecantikan. Penelitian bertujuan untuk mendobrak persepsi standar kecantikan yang ada di indonesia. Bahwa sebenarnya secantik apapun wanita tidak akan mempengaruhi karakter yang ada dalam tiap individu. Wanita akan lebih cantik jika mereka lebih percaya diri dan mempunyai nilai lebih jika menunjukkan etika, kepintaran, serta sopan santun kepada sesama. Reinvensi kecantikan terjadi pada tren *Make up* yang dipopulerkan kembali, dan masyarakat cenderung mengagumi. Seperti *Make up* tebal *smoke eyes* yang idenya berlandaskan dari *Make up* Cleopatra pada zaman mesir kuno dipergunakan kembali pada zaman sekarang dengan ditambahkan warna yang lebih beragam. Di era masyarakat modern saat ini, *Make up* menjadi susah di artikan karena berkembang dengan sangat pesat dan meluas. Penggunaan produk kecantikan dapat mempengaruhi popularitas, kepuasan diri, serta ruang lingkup sosial.

METODELOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian pada jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menggunakan metode kualitatif karena menggunakan logika, penafsiran dan

pemahaman dalam pencarian data sejarah *make up*, standar kecantikan serta pendapat masyarakat dalam penggunaan *Make up* itu sendiri. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisa fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang baik secara individual ataupun kelompok (Sukmadinata, 2007:60) Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif yang terfokus pada makna penggunaan *make up* di zaman sekarang serta memberikan pengertian reinvensi kecantikan yang mempengaruhi standar kecantikan di Indonesia. Bagian deskriptif dalam penelitian ini meliputi potret subjek, deskripsi keadaan fisik, stuktur dan penulisan. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penulisan ilmiah ditentukan oleh prosedur metodologi dalam mengumpulkan buku dan jurnal serta menemukan data relevansi teori yang digunakan sebagai alat analisis. Sudut pandang penelitian ini menggunakan sudut pandang pesona milik Alfred Gell yang mengatakan bahwa kekuatan dari benda atau obyek seni berasal dari proses teknik untuk mewujudkan teknologi, untuk menghadirkan nilai pesona pada karya tersebut dapat disandarkan pada pesona dari teknologi.

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Belakangan ini *Make up* sering digunakan untuk wanita zaman modern. *Make up* menjadi sarana untuk membuat wanita lebih percaya diri. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2005) kata dandan diartikan sebagai mengenakan pakaian dan hiasan serta alat-lat rias, memperbaiki, menjadikan baik (rapi). Kata dandan sendiri dapat diartikan sebagai *Make up*. Dapat dikatakan bahwa *Make up* merupakan seni merias diri. Dengan menggunakan *Make up*, bertujuan untuk menutupi kekurangan yang ada dalam wajah seseorang. Kebanyakan dari para wanita lebih percaya diri dengan memakai *Make up*, karena suatu alasan tersendiri yang mendukung mereka untuk percaya diri. Wanita pada era modern saat ini justru lebih sering menggunakan produk *Make up* dan *skincare* untuk menunjang penampilan mereka seperti halnya dengan membeli pakaian yang lagi tren. Sebenarnya, tidak ada masalah jika wanita zaman sekarang menggunakan *Make up* untuk menunjang penampilan. Tetapi yang menjadi masalah adalah dengan adanya *Make up*, muncul

suatu persepsi baru yang bisa dikatakan sebagai standar kecantikan. Yaitu bagaimana mereka menilai bahwa wanita dianggap cantik itu yang berkulit putih, mulus, berbadan langsing, tinggi dan berkaki jenjang. Lalu mereka yang tidak memakai *Make up* akan dipandang rendah dan dicap sebagai orang yang tidak bisa mengurus diri. Hal itu dapat membuat para wanita yang sebenarnya percaya diri dengan tidak menggunakan *Make up* akan lebih memilih menggunakan *Make up* untuk menutupi kekurangannya dan menghindari perkataan orang lain.

Sedangkan pada era modern saat ini, wanita cenderung tidak melihat naturalitas yang ada dalam dirinya. Tentunya karena persepsi standar kecantikan tersebut yang mempengaruhinya. Lalu muncul pertanyaan sederhana seperti, persepsi standar kecantikan tersebut datangnya darimana. Munculnya persepsi tersebut sebenarnya sudah ada sejak zaman dahulu seiring dengan perkembangan *Make up* yang ada. Pemakaian *Make up* pertama kali ada sejak zaman mesir kuno, pada zaman tersebut *Make up* yang ditonjolkan berupa *eyeliner* yaitu bertujuan untuk menangkis kejahatan dengan memakai warna gelap pada mata. Serta menggunakan *Make up* berupa *eyeshadow* berwarna gelap yang digunakan Cleopatra. *Eyeshadow* tersebut berwarna gelap dan berbahan dasar arang. Tren memakai *eyeliner* dipergunakan baik laki-laki maupun perempuan, *Make up* yang digunakan pada zaman mesir kuno ini dipercayai bila menggunakannya akan mengesankan para dewa mesir kuno. Lalu dengan munculnya *Make up* pertama kali tersebut, mempengaruhi perkembangan *make up* yang ada di Indonesia. Pada kehidupan Jawa kuno yang digambarkan dalam kisah sastra Ramayana. Standar kecantikan sudah ada sejak zaman tersebut. Menurut Titib (1998), kecantikan pada kisah Ramayana tersebut digambarkan melalui sosok Dewi Shinta, yang mana digambarkan sebagai sosok wanita muda dan berperilaku baik, serta bersinar seperti bulan. Sinar bulan tersebut digambarkan sebagai keindahan kulit wanita yang bersinar. Dalam kitab Kakawin tercatat perkataan Rama ketika sedang sedih dan merana, ia teringat pada Dewi Shinta "Ingatanku terhadap wajah manismu hidup kembali karena melihat

seekor rusa, seekor gajah yang mengingatkan keagungan dirimu, dan bulan yang memancarkan sosok kecerahan dalam wajahmu. Ah, aku tergila-gila dengan kecantikanmu". Dewi shinta disimbolkan sebagai rusa yang anggun dan elok, serta gajah yang kuat dan agung, serta sinar rembulan yang memancarkan kecerahan dalam wajah dewi shinta. Dapat dikatakan pada zaman kehidupan Jawa Kuno Seperti yang digambarkan pada sosok Dewi Shinta, tidak menggunakan *Make up* dan menonjolkan kecantikan natural seperti keindahan kulit cerah.

Hal tersebut menimbulkan persepsi wanita yang dianggap cantik lebih menonjolkan jati diri dari segi adab dan perilakunya serta wanita yang cantik adalah wanita yang berkulit cerah. Pada abad ke-10 ketika prambanan dibangun. Standar kecantikan di Indonesia tidak terfokus pada warna kulit tetapi ditentukan oleh proporsi tubuh. Relief dan ukiran di dalam candi Prambanan menggambarkan wanita dengan sosok melengkung atau meliuk yang melambangkan kesuburan dan dianggap sebagai indah pada zaman tersebut. Ketika Indonesia memasuki era kolonialisme masa penjajahan, standar kecantikan mengikuti standar para penjajah. Pada penjajahan Eropa yang masuk ke Indonesia, mereka orang-orang eropa yang berkulit putih menganggap bahwa dirinya berada di kasta paling tinggi seperti bangsawan. Mereka yang menganggap dirinya bangsawan tersebut merendahkan orang yang tidak sama seperti mereka, seperti berkulit hitam atau sawo matang. Negeri yang mereka jajah atau masyarakat Indonesia akhirnya berpikir bahwa wanita yang berkulit putih akan menambah nilai keindahan. Lalu akhirnya masyarakat indonesia mengidam-idamkan untuk menjadi wanita yang berkulit putih. Sejak saat itu para penjajah Eropa mulai menyebarkan dan memperdagangkan produk kecantikan. Produk kecantikan yang diperdagangkan salah satunya muncul pada media berupa iklan. Iklan sabun kelapa sawit yang ada pada majalah Bintang Hindie pada tahun 1928 dan De Huisvrouw di Indie pada tahun 1937. Hal yang sama terjadi pada era zaman penjajahan Jepang. Pada zaman tersebut terdapat majalah kecantikan Djawa Baroe pada tahun 1943, Dalam majalah tersebut mempunyai standar bahwa wanita jepang yang cantik digambarkan dengan sosok wanita yang berkulit putih hal tersebut juga dipengaruhi oleh standar kecantikan negara Eropa. Pada zaman tersebut

produk kecantikan sudah mulai populer dan dijual oleh pihak asing, tetapi masyarakat Indonesia pada saat itu mayoritas tidak memiliki uang untuk membeli produk tersebut dan hanya kalangan kerajaan pada era zaman dulu saja yang membelinya. Sehingga pada zaman tersebut standar kecantikan sudah ada dan berlaku tetapi hanya minoritas yang memperhatikannya. Seiring dengan berjalannya waktu, setelah era kemerdekaan.

Produk kecantikan mulai beredar di Indonesia. Produk lokal yang beredar pada awal tahun 70-an menawarkan sebuah produk dengan standar kulit orang Indonesia yang tidak harus putih. Produk yang termasuk yaitu Viva kosmetik, Sari Ayu dan Mustika Ratu. Produk lokal tersebut seperti membawa persepsi yang berbeda bahwa orang Indonesia dapat percaya diri dengan kulit sawo matangnya. Kulit yang sehat dan sawo matang memiliki keindahan tersendiri yang harus dijunjung tinggi. Namun seiring dengan perkembangan jaman masuknya produk kecantikan Nivea dan Vaseline standar kecantikan kembali pada wanita berkulit putih. Pada era 90-an standar kecantikan mulai bergeser kembali tetapi kali ini mengusung tema bahwa sebenarnya kualitas warna kulit masyarakat Indonesia adalah Kuning Langsat. Mereka berpikir bahwa kulit masyarakat Indonesia yang cenderung hitam manis dan sawo matang lebih pantas dan identik dengan warna natural kuning langsat. Pergeseran makna dari kulit putih ke kuning langsat menunjukkan dekonstruksi pada warna kulit.

Pada era zaman ini *Make up* sudah lebih banyak berkembang. Seperti penggunaan Lipstik yang memakai warna merah, penggunaan alis, dan eyeshadow tetapi masih memakai *Make up* yang warnanya tidak terlalu mencolok. *Make up* yang terkesan tebal adalah pada saat budaya adat dalam pernikahan. Pada era mulai berkembangnya teknologi dan adanya pengaruh dari budaya barat, tren *make up* mulai mengikuti alur budaya barat. Mulai kembali lagi persepsi bahwa yang cantik yaitu wanita yang berkulit putih seperti wanita barat. Lalu pada tahun 2000-an tren *Make up* sudah berkembang pesat, adanya berbagai produk luar yang memasuki Indonesia menjadi daya tarik tersendiri bagi orang Indonesia. Munculnya

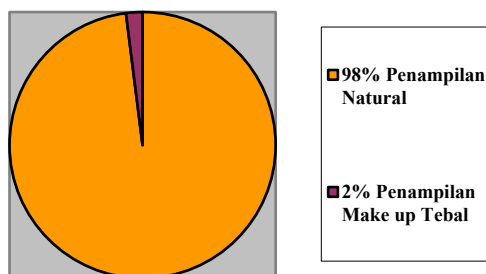
Make up tebal dengan memakai *foundation* atau alas bedak mulai digemari pada tahun ini. *Bold make up* yang dipengaruhi oleh budaya barat juga masuk ke dalam tren *make up* di Indonesia. *Eyeshadow* yang berwarna lebih gelap dan diberi sentuhan *eyeliner* juga terinspirasi dari ratu Cleopatra pada zaman mesir kuno. Bedanya dengan tren *make up* zaman mesir kuno adalah pada era 2000-an ini *eyeshadow* yang berwarna gelap mulai bervariasi menggunakan warna hangat merah, orange, coklat dan lain-lain. Lalu dengan percaya dirinya tren *bold make up* ini berkembang di wanita Indonesia, mereka berani menampilkan tampilan kulit sawo matangnya yang dianggap eksotis oleh para negara barat sehingga menambah nilai kecantikan. Namun juga tak jarang dikatakan bahwa tren *make up bold* ini terlalu mencolok di kalangan masyarakat Indonesia. Seiring dengan berkembangnya teknologi, sekitar tahun 2014 muncul lah tren *make up* Korea melalui drama korea. Sebenarnya *make up* Korea yang ada dalam drama Korea sudah ada sekitar tahun 2010-an tetapi tren *make up* tersebut lebih populer pada tahun 2014.

Munculnya tren *Make up* itu sendiri juga dipengaruhi seiring dengan berkembangnya teknologi. Seperti teori pesona Alfred Gell yang mengatakan bahwa kekuatan dari benda atau obyek seni berasal dari proses teknik untuk mewujudkan teknologi, untuk menghadirkan nilai pesona pada karya tersebut dapat disandarkan pada pesona dari teknologi. (Sutriyanto. 2010:49) Bahwa daya tarik kecantikan yang terbentuk karena berkembangnya teknologi akibat menyebarnya iklan, video, teori dan sebagainya menyebabkan masyarakat berfikir untuk mengikuti standar kecantikan yang di bentuk sebagian orang tersebut. Iklan di Media televisi salah satunya yang menunjukkan wanita cantik, berkulit putih, kurus dan tinggi semampai layaknya sudah menjadi patokan standar kecantikan. Bahwa kecantikan wanita asia yang mempunyai wajah putih bersih dan hidung mancung tinggi semampai. *Make up* korea cenderung natural tetapi pada dasarnya memang warna kulit orang korea lebih putih dan cerah jika dibandingkan orang Indonesia. Maka populer juga *Skincare* yang muncul dari korea. Yang menyatakan embel-embel bahwa dapat merubah kulit Indonesia yang sawo matang menjadi lebih putih, bersih dan cerah. Ironinya malah menjadikan kulit wanita Indonesia yang dulunya

berwarna sawo matang akan berlomba-lomba agar ingin mempunyai kulit yang putih.

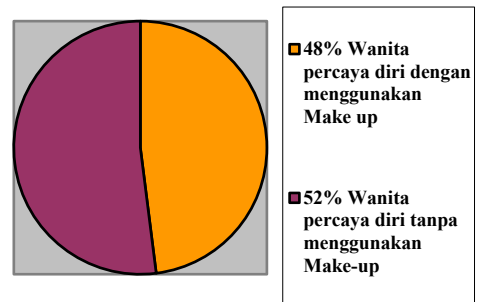
Sampai saat ini juga para wanita masih terobsesi dengan kulit putih bersih, maka akan makin menjadi ketidakpercayaan diri makin besar. Wanita yang tidak puas dengan dirinya akan memoles wajahnya semenarik mungkin hingga apa yang menurutnya berupa kekurangan akan ditutupi sebisa mungkin. Bahkan ada yang rela menghabiskan uang puluhan juta untuk mencapai wajah yang diinginkan dengan operasi plastik.

Munculnya sosial media juga mempengaruhi standar kecantikan tersebut. Masyarakat Indonesia justru makin menggunjingkan orang yang berpenampilan seadanya. Tetapi juga menggunjingkan para wanita yang melakukan operasi wajah dan memakai *make up* tebal. Melalui survei polling dari akun sosial media *instagram* dengan responden sebanyak 42 orang, 98% masyarakat Indonesia menyukai penampilan natural dan 2% memilih penampilan *make up* tebal. Survei tersebut ditampilkan dalam bentuk diagram sebagai berikut:



Gambar 1. Pendapat Masyarakat Tentang Memilih Berpenampilan Natural atau ber-Make up Tebal

Berdasarkan dari hasil tersebut masyarakat cenderung memilih penampilan yang natural. Hal ini dipengaruhi oleh tren masyarakat korea yang menjunjung kenaturalannya dengan tidak memakai *make up* berlebihan tetapi memperbaiki kulit agar lebih cerah sehat dan bersinar dengan menggunakan produk *skincare*. Lalu melalui survei dari akun *instagram* lagi, 48% wanita percaya diri dengan menggunakan *make up* dan 52% wanita yang lebih percaya diri tanpa menggunakan *make up*. Survei tersebut ditampilkan dalam bentuk diagram sebagai berikut:



Gambar 2. Pendapat Wanita Tentang Kepercayaan diri Menggunakan Make up

Dari hasil data tersebut dapat dikatakan bahwa Wanita lebih percaya diri untuk tidak menggunakan *Make-up*. Tetapi disini yang menjadikan suatu pertanyaan, sebagian orang yang memilih lebih percaya diri tanpa menggunakan *make up* jika melihat visual dari respondennya justru di kehidupan nyata mereka menggunakan *make up* dalam kegiatan sehari-hari. Mereka yang memilih lebih percaya diri tanpa *make up* merupakan orang-orang yang hipokrit karena alasan tertentu. Sebenarnya mereka percaya diri tampil dengan tidak menggunakan *make up* dan lebih nyaman jika tidak menggunakan *make up*. Tetapi karena masalah sosial itu tadi yang melihat standar kecantikan dan ingin mencari tempat yang "aman" maka mereka lebih baik menggunakan *make up* untuk menutupi kekurangannya. Bisa juga dikatakan mereka adalah orang-orang yang mencoba mengganti standar kecantikan pada zaman saat ini. Mereka yang lebih nyaman untuk tidak menggunakan *make up* mencoba untuk memberontak standar kecantikan saat ini yang menonjolkan wajah dengan menggunakan *make up*. Mungkin seiring dengan berjalannya waktu akan menjadi tren bahwa wanita yang cantik adalah wanita yang tidak memakai *make up*. Terlihat dari tren *make up* dan *fashion beauty* yang mempopulerkan tren zaman dulu. Seperti *make up bold smoke eyes* yang idenya berlandaskan dari *make up Cleopatra* pada zaman mesir kuno. Penggunaan *eyeliner* juga dipengaruhi oleh *make up* masyarakat Jawa Timur khususnya Madura yang disebut "celak". *Make up "celak"* tersebut juga dipengaruhi oleh zaman perdagangan dengan masuknya kebudayaan dari para pedagang Arab dan India. Lalu tren *make up* natural korea dengan warna bibir merah muda atau *peach* tetapi masih mengutamakan kulit sehat, cerah dan bersinar seperti pada zaman dahulu. Tentu saja tidak

menutup kemungkinan bahwa di era modern sekarang manusia akan melihat keindahan dalam dirinya sendiri melalui wajah natural yang tanpa *make up*.

Salah satu Orang Indonesia yang pada zaman ini masih menjunjung ke khas-an kulit sawo matang dan tidak pernah malu dengan apa yang dia punya yaitu Divia Sari. Dia merupakan *Selebgram* yang memiliki 7.103 pengikut dan akun *youtube* yang memiliki 38,355 *subscribers*. Memang Divia Sari membawa unsur *make up* pada video dari *instagram* serta *youtube*, tetapi dia tidak pernah menutupi warna kulit wajahnya dengan *foundation* untuk menjadi lebih putih bahkan *make upnya* terkesan natural. Dia sangat percaya diri dengan apa yang ia punya. Bahkan ia lebih sering keluar rumah hanya menggunakan bedak dan lipstik. Hal tersebut menjadi suatu kebanggaan dan patut dihargai jika wanita Indonesia lebih percaya diri dengan warna kulit sawo matangnya atau kuning langsungnya.



Gambar 3. Divia Sari Seorang Selebgram dan Youtuber Kecantikan

Sumber: https://www.youtube.com/watch?v=yy_ncVjWv4I

Masyarakat di era milenial saat ini menjadikan jati diri mereka ditentukan oleh sosial media. Mereka lupa bahwa sebenarnya jati diri manusia yaitu dirinya sendiri, lupa akan kepercayaan dirinya dan mengikuti apa yang diomongkan orang lain. Secantik apapun manusia tidak dapat membohongi karakter yang ada dalam dirinya sendiri, Hal yang lebih dihargai dan dijunjung tinggi pada era milenial saat ini yaitu adab dan tingkah laku. Wanita akan lebih cantik jika mereka lebih percaya diri dan mempunyai nilai lebih jika menunjukkan etika, kepintaran, serta sopan santun kepada sesama

KESIMPULAN

Make up merupakan seni merias wajah yang saat ini sering dipergunakan oleh wanita pada zaman modern. *Make up* juga menjadi sarana untuk membuat wanita lebih percaya diri. Pada era modern saat ini, wanita cenderung tidak melihat naturalitas yang ada dalam dirinya dikarenakan munculnya standar kecantikan. Seiring dengan munculnya perkembangan *make up*, persepsi standar kecantikan juga mulai muncul sejak zaman dahulu. Melalui survey polling dari akun sosial media *instagram* dengan responden sebanyak 42 orang, 48% wanita yang lebih percaya diri dengan menggunakan *Make up* dan 52% wanita yang lebih percaya diri tanpa *Make up*. Hal tersebut menjadikan suatu pertanyaan, sebagian orang yang memilih lebih percaya diri tanpa menggunakan *Make up* jika melihat visual respondennya justru di kehidupan nyata mereka menggunakan *Make up* dalam kegiatan sehari-hari. Mereka sebenarnya percaya diri tampil dengan tidak menggunakan *Make up* dan lebih nyaman jika tidak menggunakan *Make up*. Tetapi karena masalah sosial yang melihat standar kecantikan dan ingin mencari tempat yang "aman" maka mereka lebih baik menggunakan *make up* untuk menutupi kekurangannya. Bisa juga dikatakan mereka adalah orang-orang yang mencoba mengganti standar kecantikan pada zaman saat ini. Mereka yang lebih nyaman untuk tidak menggunakan *make up* mencoba untuk memberontak standar kecantikan saat ini yang menonjolkan wajah dengan menggunakan *make up*. Mungkin seiring dengan berjalannya waktu akan menjadi tren bahwa wanita yang cantik adalah wanita yang tidak memakai *make up*. Terlihat dari tren *make up* yang semakin lama berkembang dengan didasari tren *make up* pada zaman sekarang. Tentu saja tidak menutup kemungkinan bahwa di era modern sekarang manusia akan melihat keindahan dalam dirinya sendiri melalui wajah natural yang tanpa *Make up*. Secantik apapun wanita tidak akan mempengaruhi karakter yang ada dalam tiap individu. Wanita akan lebih cantik jika mereka lebih percaya diri dan mempunyai nilai lebih jika menunjukkan etika, kepintaran, serta sopan santun kepada sesama.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Reynaldi. *Twisted Beauty Standards in Indonesia* [Internet]. Samsaranews. 31 Oktober 2018. <https://samsaranews.com/2018/10/31/twisted-beuty-standards-in-indonesia/> [diakses 26 Agustus 2018 19:46]
- Feria, Ananda. (2013), *Re-Invensi Batik dan Identitas Indonesia dalam Arena Pasar Global*. Jakarta: Institut Kesenian Jakarta
- Fact of Indonesia. *The Concept of Beauty in Indonesia* [Internet], 29 Mei 2018. <https://factsofindonesia.com/concept-beauty-indonesia> [diakses 26 Agustus 2019 21:35]
- Sukmadinata, S, N. (2007), *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sutriyanto. (2010), *Eksotisme Dari Loro Blonyo*. Solo: Institut Seni Indonesia Surakarta

