

**“BIAR MIRIP K-POP IDOL”:
UPAYA MENGOPTIMALKAN PENAMPILAN AEON *K-POP DANCE*
COVER DI KOTA MAKASSAR**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Memperoleh Gelar
Sarjana pada Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Hasanuddin**

Oleh:

ANDI IRMA SARASWATI

E071181310

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL

UNIVERSITAS HASANUDDIN

2023

HALAMAN JUDUL

**“BIAR MIRIP K-POP IDOL”:
UPAYA MENGOPTIMALKAN PENAMPILAN AEON *K-POP DANCE*
COVER DI KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
pada Departemen Antropologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin

Oleh:

ANDI IRMA SARASWATI

E071181310

**DEPARTEMEN ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Andi Irma Saraswati**

NIM : **E071181310**

Program Studi : **Antropologi Sosial**

Jenjang : **S1**

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul:

“Biar Mirip K-pop Idol” :

Upaya Mengoptimalkan Penampilan Komunitas AEON K-pop Dance Cover di Kota Makassar

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan dari tulisan orang lain bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 17 Oktober 2023

Yang membuat pernyataan,



Andi Irma Saraswati

LEMBAR PENGESAHAN

"Biar Mirip K-pop Idol" :

**Upaya Mengoptimalkan Penampilan Komunitas AEON K-pop Dance Cover
di Kota Makassar**

Disusun dan Diajukan Oleh:

ANDI IRMA SARASWATI

E071181310

Telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelasaan Studi Program Sarjana Departemen Antropologi Sosial,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin
Pada Tanggal 4 Agustus 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
kelulusan

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D
NIP. 19650107 198903 2 001


Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP. 19750823 200212 1 002

Mengetahui

Ketua Departemen Antropologi Sosial
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin




Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP. 19750823 200212 002

HALAMAN PENERIMAAN

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, di Makassar pada hari Jumat, 8 September 2023 dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

Makassar, 8 September 2023

Panitia Ujian

Ketua	: <u>Prof. Hj. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D</u>	(.....)
	NIP 19650107 198903 2 001	
Sekretaris	: <u>Dr. Tasrifin Tahara, M.Si</u>	(.....)
	NIP 19750823 200212 1 002	
Anggota	: 1. <u>Muhammad Neil, S.Sos, M.Si</u>	(.....)
	NIP 19720605 200501 1 001	
	2. <u>Icha Musywirah Hamka, S.Sos, M.Si</u>	(.....)
	NIP 19890412 201404 2 003	(.....)

Mengetahui:

Ketua Departemen Antropologi Sosial Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Tasrifin Tahara, M.Si
NIP 19750823 200212 1 002

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirahim

Puji syukur tak hentinya penulis panjatkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga sampai detik ini penulis senantiasa diberi ilmu dan kesehatan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan. Shalawat serta salam tak lupa kita kirimkan kepada junjungan nabi besar Muhammad Saw.

Penulisan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat memenuhi kelulusan dalam jenjang Starata 1 Universitas Hasanuddin setelah melewati seminar proposal. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua, Andi Muhaemin, S.Pd, MM dan Andi Nurhayati, S.Pd. Terima kasih atas segala bentuk kasih sayang, cinta, doa, dan pengorbanan yang tiada batas, serta tidak pernah lelah dalam mendidik penulis, terima kasih untuk kesabaran yang tiada habisnya dalam menghadapi penulis dan terima kasih untuk dukungan baik berupa materi maupun non materi yang diberikan selama ini. Kepada saudara laki-lakiku satu-satunya, Andi Rahmat Ramadhan, terima kasih untuk senda gurau canda tawanya, semoga segala hal baik selalu berpihak kepada kita berdua.

Saya haturkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc. Selaku Rektor Universitas Hasanuddin, beserta jajarannya.
2. Dr. Phil. Sukri, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
3. Dr. Tasrifin Tahara, M.Si. Selaku Ketua dan Dosen Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.
4. Prof. Hj. Nurul Ilmi Idrus, Phd. dan Dr. Tasrifin Tahara, M.Si. Selaku pembimbing I dan Pembimbing II, beliau telah banyak memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Kepada seluruh dosen penguji atas kritik dan sarannya, Muhammad Neil, S.Sos., M.Si. dan Icha Musywirah Hamka, S.Sos., M.Si.
6. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Antropologi yang telah mendedikasikan diri untuk membagikan ilmunya dan membantu penulis sejak memasuki dunia perkuliahan.
7. Seluruh informan yang telah memberikan pengalaman dan pembelajaran selama ini penelitian ini berlangsung.
8. Terima kasih sebanyak-banyaknya penulis haturkan kepada orang-orang yang termasuk dalam naungan Yayasan Antropos Indonesia. Terima kasih Prof. Dr. H. Pawennari Hijjang, MA., Prof. Dr. Munsir

Lampe, MA., dr. Achmad Harun Muchsin, Sp.N, Dipl.OfPain, FIN selaku
Dewan Pembina dan Dr. Ahmad Ismail, S.Sos., M.Si., selaku ketua

Yayasan Antropos Indonesia, beserta seluruh jajarannya. Terima kasih atas ruang yang telah diberikan dimana penulis dapat banyak belajar dan mendapatkan pengalaman terkait riset di bidang sosial budaya dan literasi. Terima kasih sudah menciptakan ruang hangat sebagai tempat untuk terus belajar. *Fiat Lux...*

“Dimana pun kalian berada, kukirimkan terima kasih untuk warna dalam hidupku dan banyak kenangan indah, kau melukis aku” .

Sepenggal lirik lagu TULUS di atas kupersembahkan untuk nama-nama terkasih di bawah ini, semoga hal-hal baik selalu datang menghampiri kalian.

9. Untuk Riskiani, yang selama ini telah menerima penulis apa adanya dari segala kondisi. Terima kasih sudah menjadi saudara meski tak sedarah. Terima kasih sudah menjadi tempat berbagi cerita dalam segala hal. Terima kasih sudah bersedia disusahkan selama kita bersama, dan terima kasih untuk segala kebaikan-kebaikanmu yang lain. *Thanks for all the love & caring. Love u unconditionally, beb.*
10. Untuk Waida, Cici, Dhea, Bella, Lea, Tenri, Linda. Terima kasih atas segala kebaikan-kebaikan yang telah diberikan. Terima kasih sudah mewarnai kehidupan kampusku selama kurang lebih lima tahun, terima kasih sudah sabar dan bersedia untuk kususahkan dalam segala hal, terima kasih untuk selalu peduli. Semoga selalu saling jaga, meski satu per satu personil sudah punya “suamik”. *I Love U all, since 2018.*
11. Untuk member gang FWB “*Friends With Badut*”. Khususnya Eki, Abid, Fahmi, terima kasih sudah menemani kegabutan penulis selama

penulisan skripsi ini, terima kasih sudah menjadi tempat berbagi cerita gosip dan lainnya (wkwk), terima kasih senantiasa selalu mengingatkan penulis tentang “pentingnya ibadah”. *Many many thanks for all the love, genks. ILY..*

12. Untuk Andi Iqra Rezky Hatta, terima kasih sudah menjadi sosok kakak bagi penulis. Terima kasih atas segala peduli dan kasih sayang.
13. Untuk Kak Batara, Kak Jayana, Kak Masli dan Della. Penulis ucapkan terima kasih atas *sharing and caring* yang senantiasa diberikan baik dalam penulisan skripsi maupun saat kita turun lapangan bareng-bareng. Terima kasih sudah menerima penulis dalam segala situasi dan kondisi (wkwk), terima kasih sudah menjadi tempat berbagi cerita-cerita lugu, lucu, curhat, dsb baik saat turlap riset maupun bertemu di kampus khususnya ruang jurnal (markas kita bersama). Terima kasih sudah mengajarkan banyak hal dan memberikan segala bentuk motivasi kepada penulis. Bersama kita majukan Antropos, *cheers...*
14. Untuk Kerabat Altair 2018. Khususnya Panji, Tio, Al, Yudis, Riko, Nuge, Dwi, Waida, Cici, Dhea, Lea, Bella, Linda, Tenri, Ria, Vina, Astry, Ayub, Utta', Wiss, Ones, dan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala kebaikan, tingkah lugu, dan sematan nama “Pitobu” dan “Ama” yang akan selalu membekas dan jadi memoar untuk mengingat kalian semua.
15. Untuk seorang yang tiap kali memanggil dengan sebutan “iting”. Terima kasih sudah membantu dalam *sharing* bacaan-bacaan dan diskusi

selama penulisan skripsi ini, terima kasih sudah menemani dan
membersamai. *Thanks for all the love & kindness, thanks for everything.*

16. Untuk seluruh kerabat HUMAN FISIP UNHAS, terima kasih atas segala
dukungan dan bantuan yang penulis terima.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala hal baik yang telah
diberikan oleh orang-orang yang disebutkan di atas. Akhir kata, karya yang
telah dituangkan dalam bentuk “skripsi” ini masih jauh dari kata sempurna.
Oleh karenanya, besar harapan penulis untuk menerima saran dan kritikan
oleh para pembaca. Sekiranya karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi kita
semua.

Pondok Alhamdulillah (Kamar
408), 01 September 2023

Penulis

Andi Irma Saraswati (Nim. E071181322) “Biar Mirip *K-pop* Idol”: Upaya Mengoptimalkan Penampilan Komune *K-pop Dance Cover* di Kota Makassar S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Di bawah bimbingan oleh Prof. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D dan Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.

ABSTRAK

Parameter budaya *K-pop* yang begitu dekat dengan *dance cover*, mendorong mereka untuk berpenampilan seperti *idol K-pop*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produk kosmetik yang digunakan komune *K-pop dance cover* dalam mengoptimalkan penampilan. Bagi *dance cover*, produk kosmetik menjadi produk wajib yang harus digunakan dalam mengubah tampilan wajah dan rambut untuk memberi kesan mirip dengan *idol K-pop*. Standar penampilan dan tubuh ideal yang ingin dicapai adalah sosok *idol K-pop* yang mencerminkan kulit *glowing*, rambut panjang dan berwarna, riasan sederhana. Dengan meniru, mereka semakin percaya diri karena dianggap mampu memberikan kesan mirip. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan etnografi untuk mendapatkan gambaran atas pertanyaan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; pertama, produk kosmetik yang digunakan *dance cover* dibedakan menjadi dua yaitu perawatan dan dekoratif, produk yang digunakan disesuaikan dengan warna dan jenis kulit, serta menerapkan prinsip ‘coba-coba’ hingga menemukan produk yang ‘cocok’; kedua, minimnya efek negatif yang ditimbulkan dari penggunaan produk karena kosmetik yang digunakan berlisensi BPOM dan mengandung bahan kimia yang aman bagi tubuh; ketiga, produk kosmetik secara signifikan mengoptimalkan penampilan *dance cover* dalam kehidupan sosialnya.

Kata Kunci: *K-pop Dance Cover*, Kosmetik, Pengoptimalan Penampilan

Andi Irma Saraswati (Nim. E071181322) “Biar Mirip *K-pop* Idol”: Upaya Mengoptimalkan Penampilan Komune *K-pop Dance Cover* di Kota Makassar S.1, Departemen Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin. Di bawah bimbingan oleh Prof. Nurul Ilmi Idrus, Ph.D dan Dr. Tasrifin Tahara, M.Si.

ABSTRACT

The parameters of K-pop culture are so close to dance covers, encouraging them to dress like K-pop idols. This study aims to determine the cosmetic products used by K-pop dance cover communes in optimizing appearance. For dance covers, cosmetic products are mandatory products that must be used in changing the appearance of the face and hair to give the impression of being similar to K-pop idols. The ideal appearance and body standard to be achieved is a K-pop idol figure that reflects glowing skin, long and colored hair, simple makeup. By imitating, they are more confident because they are considered capable of giving a similar impression. This study uses qualitative methods with an ethnographic approach to get an overview of the research questions. The research results show that; first, the cosmetic products used for dance cover are divided into two, namely care and decorative, the products used are adjusted to the color and type of skin, and apply the principle of 'trial and error' until you find a product that 'fits'; second, the minimal negative effects arising from product use because the cosmetics used are licensed by BPOM and contain chemicals that are safe for the body; third, cosmetic products significantly optimize the performance of dance cover in social life.

Keywords: *K-pop Dance Cover, Cosmetics, Appearance Enhancement*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PENERIMAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL.....	i
DAFTAR GAMBAR	i
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
II.1 Budaya Populer dan <i>Korean Pop (K-pop)</i>	7
II.2 Produk Kosmetik Mengindahkannya Penampilan	10
BAB III METODE PENELITIAN	14
III.1 Jenis Penelitian	14
III.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	15
III.3 Informan Penelitian	16
III.4 Teknik Pengumpulan Data	17
III.5 Teknik Analisis Data.....	19
III.6 Etika Penelitian.....	19
III.7 Hambatan Penelitian	21
BAB IV. POTRET POPULARITAS K-POP DI KOTA MAKASSAR.....	23
IV.1 <i>K-pop</i> di Kota Makassar.....	23
IV.2 AEON <i>Dance Cover</i>	26
BAB V. PRODUK KOSMETIK, EFEK PENGGUNAAN DAN KAITANNYA DALAM KEHIDUPAN SOSIAL K-POP DANCE COVER.....	30
V.1 Produk Kosmetik: Perawatan dan Riasan (Dekoratif)	30
V.1.1 Wajah: <i>Makeup</i> dan <i>Facecare</i> Harus Imbang	33

V.1.2 Rambut: Aspek Penting Kedua	72
V.1.3 Kulit Badan.....	78
V.2 Efek Penggunaan Produk Kosmetik Terhadap Tubuh dan Penampilan	81
V.2.1 Efek Produk Riasan Wajah (<i>Makeup</i>) terhadap Kulit Wajah dan Penampilan.....	82
V.2.2 Efek Produk <i>Facecare</i> terhadap Kulit Wajah dan Penampilan	87
V.2.3 Efek Produk <i>Haircare</i> dan <i>Hairstyling</i> terhadap Rambut dan Penampilan	94
V.2.4 Efek Penggunaan Produk <i>Bodycare</i> dan <i>Body Whitening</i> Terhadap Kulit Badan dan Penampilan.....	98
V.3 Kosmetik Menjadi Bagian dari Kehidupan Sosial <i>Dance Cover</i> ...	100
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	106
VI.1 Kesimpulan	106
VI.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Informan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel V.1 Produk Riasan yang Digunakan Dance Cover	36
Tabel V.2 Produk Riasan Harian Dance Cover	49
Tabel V.3 Produk Facecare yang Digunakan Dance Cover	55
Tabel V.4 Produk Rambut yang Digunakan Dance Cover	Error!
Bookmark not defined.	
Tabel V.5 Produk Perawatan dan Pencerah Instan Kulit Badan	78
Tabel V.6 Efek Produk Riasan Terhadap Penampilan Wajah	85
Tabel V.7 Efek Penggunaan Facecare Terhadap Kulit Wajah	88
Tabel V.8 Efek Penggunaan Facecare Terhadap Penampilan	92
Tabel V.9 Efek Produk Haircare dan Hairstyling terhadap Rambut	94
Tabel V.10 Efek Produk Haircare dan Hairstyling terhadap Penampilan .	96
Tabel V.11 Efek Produk Bodycare dan Body Whitening terhadap Kulit Badan.....	98
Tabel V.12 Efek Produk Bodycare dan Body Whitening terhadap Penampilan	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Boyband Stray Kids	8
Gambar 2 Girldband Twice	8
Gambar 3 Cross Dance Cover.....	9
Gambar 4 Dance Cover Girldband	9
Gambar 5 Warna (shade) foundation	39
Gambar 6 Fair, light, medium, dark skin tone	39
Gambar 7 Foundation (alas bedak) Make Over dan Maybelline	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 8 Letak pengaplikasian contour dan produk contour.....	43
Gambar 9 Riasan mata Aegyo Sal	45
Gambar 10 Eyeshadow Focallure dan Highlighter Y.O.U	46
Gambar 11 Produk lip cream, lip gloss, dan liptint	47
Gambar 12 Riasan No Makeup Makeup look atau Korean look	49
Gambar 13 Joy Red Velvet.....	52
Gambar 14 Bona WSJN.....	53

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Eskalasi popularitas *Korean wave* berhasil menjerat mayoritas penduduk dunia dengan salah satu produknya yang menduduki puncak klasemen internasional, *Korean pop*¹ (selanjutnya ditulis: *K-pop*). *K-pop* merupakan aliran musik yang dinyanyikan oleh *idol K-pop*² dibarengi tarian energik, tampilan kostum, riasan wajah, serta gaya rambut yang memukau. Rarasati dan Pinasti (2018:2) mengungkapkan bahwa pesona dari musik, tarian dan penampilan menjadi aspek yang membius para penggemar untuk menjadi bagian darinya.

Mayoritas penggemar secara intensif mengeksplorasi dan mengekspresikan obsesi akan segala hal yang berkaitan dengan *K-pop* (Nurhadi, 2019:49). Salah satunya membentuk komune *K-pop dance cover* (selanjutnya dibaca: *dance cover*). Komune ini menjadi ruang ekspresi dalam menyalurkan kecintaan akan *K-pop* dan sebagai ajang popularitas (Fella dan Sair, 2020:10). Sebagai *dance cover*, mereka harus mempresentasikan diri dengan baik demi menunjang penampilan di atas panggung dan hari-hari biasa (Perdini dkk., 2022:142). Esensi yang ditunjukkan *dance cover* saat tampil di atas panggung selain koreografi, yakni berpenampilan menyerupai *idol K-Pop* mulai dari riasan wajah, warna

¹ Korean Pop merupakan sub-genre musik pop yang berasal dari Korea Selatan. Salah satu produk dari *Korean Wave* (Gelombang Korea). Lebih jelasnya, kunjungi <https://archive.org/details/musicaltermworl0000hart>, diakses tanggal 7 Februari 2022.

² *Idol K-pop* mengacu pada selebriti yang bekerja di bidang K-pop baik perempuan maupun laki-laki. Mereka biasanya bekerja untuk agensi hiburan dan telah menjalani pelatihan ekstensif dalam tari, vokal dan bahasa asing. Lebih jelasnya, kunjungi https://en.wikipedia.org/wiki/Korean_idol#cite_note-4-1, diakses tanggal 25 Mei 2022.

kulit (wajah dan badan), tatanan, bentuk, dan warna rambut (opsional) untuk membangun kesan mirip dengan *idol K-pop* yang tengah diperankan (Rarasati dan Pinasti, 2018:7). Selain itu, *dance cover* juga menjadikan *idol bias* (istilah bagi anggota *idol K-pop* yang difavoritkan dalam *boy* atau *girl* grup *K-pop*)³ sebagai acuan tampilan ideal seperti mengikuti teknik riasan wajah dan tatanan rambut dalam hari-hari biasa (tempat kerja, acara formal, *hangout*, dan kegiatan lainnya), hal ini dilakukan untuk mengikuti tren dan menunjukkan identitas sebagai ‘penggemar *K-pop*’ (Tresna, 2021:100).

Perkembangan konstruksi standar ideal yang dulunya hanya identik dengan penampilan fisik ‘ke barat-baratan’ (menampilkan kulit putih, riasan tebal) kini bertambah menjadi ‘ke korea-koreaan’ (merepresentasikan kulit cerah alami dan riasan natural). Konstruksi penampilan tersebut sejalan dengan yang diungkapkan Anderson (2012:19) bahwa arus globalisasi dibarengi eksisnya media kemudian menciptakan konseptualisasi terhadap standar tubuh dan penampilan. Field (dalam Jones dkk, 2004:324) mengemukakan bahwa media menjadi elemen sentral dari budaya penampilan. Hal ini dikarenakan akses orang-orang terhadap media, khususnya media sosial yang saat ini begitu masif dalam merepresentasikan citra tampilan ideal yang kemudian menstimulasi tiap orang untuk memiliki tubuh dan berpenampilan sesuai dengan standar agar terlihat menarik, merasa percaya diri dan mendapatkan pujian.

³ *Bias idol K-pop* merupakan istilah bagi mereka yang memfavoritkan anggota dalam suatu *boy/girl group K-pop*, jumlah *bias* ini tidak dibatasi, <https://www.idntimes.com/life/education/dinda-trisnaning-ramadhani-2/apa-itu-bias-istilah-populer-dalam-kpop?page=all>, diakses tanggal 30 Desember 2022.

Parameter budaya *K-pop* yang begitu dekat dengan *dance cover*, mendorong mereka untuk berpenampilan seperti idolanya (Siena & Claire, 2019:8). Standar tubuh dan penampilan ideal yang ingin dicapai *dance cover* yakni figur *idol K-pop* yang mencerminkan kulit *glowing* (mulus, cerah, dan bersinar), pipi tirus, rambut panjang dan diwarnai, serta riasan wajah *no makeup makeup look* (tidak berias tapi terlihat berias). Dengan mengimitasi *image* tersebut, mereka merasa lebih percaya diri karena dianggap mampu memberi kesan mirip. Hermawan (2016:20) menegaskan bahwa anggota *dance cover* intensif menggunakan produk kosmetik dalam merawat (kulit wajah, badan, dan rambut) serta merias wajah dan mengubah tampilan rambut.

Beragam usaha dilakukan untuk mengoptimalkan penampilan. Putri (2017:66) mengemukakan bahwa klinik kecantikan menjamur dan memromosikan produk serta teknologinya dengan iming-iming kulit putih lebih cepat, pori-pori tersamarkan, dan kulit menjadi cerah dan mulus seketika. Tak hanya klinik kecantikan, industri kosmetik *drugstore* (kosmetik yang dijual di toko *online*, *department store*, *supermarket*, apotek) juga memanfaatkan selebgram, konten creator, *influencer*, dan *freelancer* dalam memromosikan produk riasan wajah, *facecare*, *haircare*, *hairstyling*, *bodycare*, dan masih banyak lagi (Delafrooz dkk., 2017:255). Penyajian rekomendasi produk kosmetik ini sangat persuasif (Mustomi dan Puspasari, 2020:18) yang kemudian dimanfaatkan *dance cover* dalam mewujudkan keinginannya untuk tampil optimal. Alur yang demikian dapat memperjelas bahwa usaha yang dilakukan oleh *dance cover* untuk bisa

terlihat menarik dan tampil optimal, yakni dengan menggunakan produk-produk kosmetik.

Beberapa penelitian yang mengkaji tentang fenomena *dance cover*, di antaranya (Fadilah, 2015; Hermawan, 2016) berfokus pada gaya hidup konsumtif dan hedonisme *dance cover* yang dipengaruhi oleh paparan budaya *Korean Pop*. Selanjutnya, (Nasrum dan Bungawati, 2015; Setyani dan Muktiono, 2017; Monika, 2020) menitikberatkan pada upaya *dance cover* mengimitasi *idol K-Pop*. (Kartikasari, 2017; Rarasati dan Pinasti, 2018; Kenzy, 2020; Setiadin, 2020; Berliana, 2020) yang mengedepankan studinya terhadap upaya presentasi diri (*impression management*) anggota *dance cover*, dan (Monika, 2020) yang berfokus pada budaya *K-pop* dalam aktivitas remaja komunitas *dance cover*.

Menilik beberapa hasil penelitian di atas, sebagian besar terfokus pada gaya hidup (Fadilah, 2015; Hermawan, 2016), upaya mengimitasi *idol K-pop* (Nasrum dan Bungawati, 2015; Setyani dan Muktiono, 2017; Monika, 2020) dan *impression management* (Kartikasari, 2017; Rarasati dan Pinasti, 2018; Kenzy, 2020; Setiadin, 2020; Berliana, 2020). Untuk itu, fokus penelitian terkait bagaimana *dance cover* mengoptimalkan penampilan dengan penggunaan produk kosmetik, efek yang ditimbulkan terhadap tubuh dan penampilan, serta keterkaitan produk kosmetik dalam kehidupan sosial *dance cover*, menjadi pembeda dari deretan penelitian-penelitian sebelumnya. Melalui pendekatan etnografi serta strategi *head to*

toe (HTT)⁴ penelitian ini dilakukan dengan judul: “Biar Mirip *K-Pop Idol*”: Upaya Mengoptimalkan Penampilan Komune *K-pop Dance Cover* di Kota Makassar.

I.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka masalah penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1. Apa saja produk kosmetik yang digunakan *K-Pop Dance Cover* dalam mengoptimalkan penampilan?
2. Bagaimana efek penggunaan produk kosmetik terhadap tubuh dan penampilan *K-Pop dance cover* ?
3. Bagaimana produk kosmetik menjadi bagian dari kehidupan sosial *K-pop dance cover* ?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan produk kosmetik yang digunakan anggota *K-Pop Dance Cover* dalam mengoptimalkan penampilan.
2. Menjelaskan dampak penggunaan produk kosmetik terhadap tubuh dan penampilan anggota *K-Pop dance cover*.
3. Menjelaskan keterkaitan produk kosmetik dengan kehidupan sosial *K-pop dance cover* (dalam hal ini untuk mengoptimalkan presentasi diri, membangun impresi, menunjukkan identitas sebagai *idol K-pop*, dan kemudahan dalam mendapat pekerjaan).

⁴ Strategi yang digunakan untuk mengeksplorasi produk-produk kosmetik yang digunakan *K-Pop dance cover* dari kepala hingga kaki

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini dapat mengembangkan cakupan pengetahuan dan metode bagi pembaca serta peneliti sendiri. Sebagai salah satu karya etnografi, serta sebagai referensi bagi peneliti yang ingin mengembangkan penelitian lebih lanjut terkait produk kosmetik untuk memenuhi keinginan tampil cantik dan menarik sesuai dengan standar sosial.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi para *stakeholders* (pemangku kepentingan) untuk berbagai tujuan praktis. Salah satunya, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Lembaga ini dapat mengetahui intensitas konsumen dalam penggunaan produk kosmetik berbahan kimia serta efek yang ditimbulkan. Mengingat maraknya produk kosmetik yang mengandung bahan kimia berbahaya

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Budaya Populer dan *Korean Pop (K-pop)*

Budaya populer dalam bahasa latin secara harfiah merujuk pada “*cultural of the people*” yang berarti budaya masyarakat atau orang-orang. Selaras dengan kalimat tersebut, budaya populer dilihat sebagai budaya yang hidup dengan produk budaya yang bisa ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Pujileksono (dalam Aisyah 2019:6) mengemukakan bahwa budaya populer digunakan untuk menyebut budaya yang menyenangkan atau banyak disukai orang. Budaya populer sering kali diistilahkan sebagai budaya praktis, pragmatis, dan instan (Strinati 2009:36-41).

Korea Selatan merupakan salah satu negara Asia yang terkenal akan budaya populernya setelah Jepang. Budaya populer Korea Selatan disebut *Korean wave* yang merujuk pada pengaruh budaya modern Korea di berbagai negara. Beberapa produk *Korean wave* yang memikat hampir seluruh masyarakat dunia adalah film, drama, *fashion*, dan *Korean Music Pop (K-pop)*.

Salah satu produk *Korean wave* yang paling banyak digandrungi publik hampir seluruh dunia adalah musik pop. Musik pop Korea (*K-pop*) merupakan salah satu sub-sektor hiburan yang mengangkat perekonomian Korea Selatan (Putri dan Reese, 2016:36). Akhir dekade 1990-an, Korea Selatan membentuk Kementrian Kebudayaan dengan departemen khusus K-pop. Hal ini menunjukkan kesungguhan pemerintah Korea Selatan dalam memberdayakan popularitas artis mereka.

K-pop dibarengi dengan tarian energik dan *powerfull*, sehingga memberi kesan unik dibanding musik-musik lainnya, ditambah tampilan *idol K-pop* berkulit putih, bermata besar dan berkelopak, proporsi badan ideal, berhidung mancung, serta kepribadian *idol K-pop* yang dianggap unik dan berbakat menjadi bagian atas keberhasilan *K-pop* dalam menarik hati penggemarnya. *Girlband* dan *boyband* Korea populer antara lain Super Junior, Stray Kids, Blackpink, EXO, Twice, Itzy, Nct, BTS, dsb. Dua di antaranya dapat dilihat pada **Gambar 1** (Stray Kids) dan **Gambar 2** (Twice).



Gambar 1 *Boyband* Stray Kids⁵



Gambar 2 *Girlband* Twice⁶

Popularitas *K-pop* kemudian menstimulasi sebagian besar penggemarnya untuk mengikuti tren busana, riasan wajah, mode rambut,

⁵ <https://id.pinterest.com/pin/923589836057357794/>, diakses tanggal 25 Maret 2023

⁶ <https://id.pinterest.com/pin/5277724553892255/>, diakses tanggal 25 Maret 2023

dan meniru koreografi *boy band/girl band K-pop* yang kemudian membentuk komune yang disebut *K-pop dance cover*. Komune ini hampir ditemui di berbagai negara, termasuk di beberapa kota besar di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Tangerang, Makassar, dsb). Mereka meniru secara detail mulai dari koreografi, *lipsync* (sikap seolah benar-benar bernyanyi dengan menggerakkan bibir dibarengi dengan lagu yang diputar), kostum, riasan wajah, dan mode rambut *idol K-pop* yang mereka lakonkan di atas panggung. Tampilan *dance cover* dapat dilihat pada **Gambar 3** dan **Gambar 4** berikut ini:



Gambar 3 *Cross Dance Cover*⁷



Gambar 4 *Dance Cover Girlband*⁸

⁷ <https://id.pinterest.com/>, diakses tanggal 25 Maret 2023.

⁸ <https://id.pinterest.com/>, diakses tanggal 25 Maret 2023.

Salah satu pengaruh kuat dari popularitas musik *K-pop* bagi mayoritas penggemarnya, yaitu standar cantik dan menarik. Berpenampilan mirip *idol K-pop* adalah dambaan bagi kalangan muda (perempuan dan laki-laki), khususnya *dance cover* yang berupaya untuk tampil optimal agar terlihat mirip dengan *idol K-pop* yang mereka perankan saat berada di atas panggung.

II.2 Produk Kosmetik Mengindahkannya Penampilan

Berpenampilan cantik dan menarik menjadi impian bagi mayoritas individu yang didapatkan dengan cara memelihara dan merias tubuh melalui produk kosmetik. Arum (2019:25) mengemukakan secara etimologi, “kosmetik” berasal dari bahasa Yunani “kosmein” yang artinya “menata atau berhias”. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)⁹, “kosmetik” diartikan sebagai obat atau bahan untuk mengindahkannya tampilan wajah, rambut, dan badan. Bahan-bahan dasar kosmetik yang digunakan untuk merawat dan merubah penampilan, dulu diramu dari bahan-bahan alami. Wasitaatmadja (dalam Della, 2019:5) menjelaskan bahwa dengan majunya teknologi, bahan - bahan yang digunakan dalam produk kosmetik sudah tercampur dengan bahan kimia dengan tujuan lebih mampu meningkatkan kecantikan.

BPOM RI10 2020 mengklasifikasikan produk kosmetik terbagi atas dua yakni kosmetik perawatan yang bertujuan untuk membersihkan sekaligus merawat wajah, rambut, dan badan agar terhindar dari iritasi dan kosmetik

⁹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses tanggal 31 Mei 2022.

¹⁰ Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia.

dekoratif bertujuan untuk mengubah tampilan wajah dan rambut serta menyamarkan noda-noda (flek, bekas jerawat, *stretch mark* atau kerutan) pada kulit wajah dan badan.

Kosmetik menjadi produk penting demi mewujudkan keinginan untuk tampil cantik dan menarik bagi mereka yang mendambakan. Hal ini ditunjukkan dengan jelas dalam beberapa hasil penelitian di antaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh (Idrus dan Hymans 2014:793) tentang kalangan waria yang mendambakan tampil “seperti perempuan”. Mereka menggunakan beragam produk kosmetik untuk memutihkan kulit (wajah dan badan), sebagian produk yang digunakan termasuk produk keras yang mengandung bahan aktif tinggi dan tidak lulus BPOM. Produk yang digunakan seperti RDL (produk yang mengandung Trittenion dan Hydroquine, membuat kulit mengelupas dan perih) dan krim Kelly (mengandung Propylparaben, membuat kulit iritasi dan merah-merah). Efek negatif yang ditimbulkan dari produk tersebut seimbang dengan efek yang diharapkan oleh waria, sehingga mereka tetap menggunakannya sebagai upaya untuk terlihat seperti perempuan dengan kulit putih dan memikat pelanggan.

Putri (2017:92) menunjukkan bahwa produk kosmetik sangat dibutuhkan *sexy dancer* dalam mengoptimalkan penampilan. Dalam menjalankan pekerjaan sebagai *sexy dancer*, rambut menjadi pusat perhatian sehingga memicu *sexy dancer* untuk menggunakan produk perawatan dan pewarnaan rambut seperti makarizo (vitamin rambut) dan miratune (pewarna rambut) untuk mengindahakan tampilan rambut mereka.

Selain rambut, *sexy dancer* juga melakukan perawatan untuk memutihkan kulit (wajah dan badan) dengan menggunakan krim Walet dan produk klinik kecantikan, dan merias wajah dengan beragam produk seperti Revlon dan Maybelline.

Studi Elianti dan Pinasti (2018:10) menyatakan bahwa ketidaksempurnaan fisik, pengaruh teman sebaya dan promosi produk-produk kosmetik di media sosial merupakan alasan penggunaan riasan wajah bagi mahasiswi untuk terlihat sempurna, mendapatkan pujian, dan meningkatkan percaya diri. Alih-alih mempercantik penampilan, produk riasan wajah memberi dampak negatif terhadap tubuh (kulit wajah) yakni munculnya jerawat, alergi, iritasi, dan ketergantungan.

Produk kosmetik perawatan maupun dekoratif (riasan), tidak hanya digunakan perempuan untuk terlihat cantik dan menarik, tapi juga kerap digunakan bagi laki-laki (androgini). Studi (Juliarty, 2019:20) mengungkapkan bahwa motif mahasiswa laki-laki menggunakan produk kosmetik adalah untuk meningkatkan rasa percaya diri, mengatasi permasalahan kulit, dan ingin tampil menarik. Produk yang digunakan adalah *facecare*, riasan wajah, mata, dan bibir (*foundation, concealer, eyeliner, eyeshadow, dan lip tint*).

Fitria (2022:19) mengemukakan bahwa untuk memaksimalkan penampilan, mahasiswi memerlukan produk-produk kosmetik yang tidak mengandung bahan kimia berbahaya (merkuri). Penggunaan produk kosmetik membantu mahasiswi untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosialnya dan merasa jauh lebih percaya diri.

Penelitian (Elianti dan Pinasti, 2018), (Juliarty, 2019), dan (Fitria, 2022) memfokuskan studinya terhadap penggunaan produk-produk kosmetik yang berperan sangat signifikan dalam mewujudkan keinginan untuk tampil maksimal. (Idrus dan Hymans, 2014) yang meneliti tentang waria dan (Putri, 2017) yang mengkaji tentang *sexy dancer*, keduanya memfokuskan riset pada eksperimen terhadap produk kosmetik untuk mendapatkan efek yang diharapkan serta keseimbangan antara efek positif dan negatif dalam penggunaan kosmetik yang mengandung hydroquinone, tretinoin, dan merkuri (masuk daftar kosmetik berbahaya).

Sejalan dengan studi-studi di atas, hal yang menjadi pembeda dari riset sebelumnya yakni penelitian ini mengungkap upaya yang dilakukan *dance cover* untuk terlihat mirip dengan idol K-pop dengan mengandalkan produk kosmetik, efek yang ditimbulkan terhadap tubuh dan penampilan, serta keterkaitan produk kosmetik dengan kehidupan sosial *K-pop dance cover*.

BAB III METODE PENELITIAN

III.1 Jenis Penelitian

Malysse (2012:1) memaparkan bahwa Antropologi selalu tertarik dalam mengkaji aspek visual tubuh, sebab tubuh dianggap sebagai kunci dalam memahami budaya dalam objek-objek tertentu, sebagaimana tubuh merupakan objek konstruksi budaya, sosial, dan individu. Antropologi bekerja secara deskriptif dalam mempresentasikan tubuh secara kultural dan makna simbolik dibalikinya serta bagaimana “tubuh” hidup secara sosial dan biologis (Idrus dan Kutanegara, 2017:3). Berangkat dari gagasan-gagasan tersebut yang kemudian memantik saya untuk mengkaji penggunaan produk kosmetik dalam memaksimalkan penampilan *K-pop dance cover*.

Dalam mendapatkan temuan-temuan yang kompleks, digunakan pendekatan etnografi. Brewer (dalam Windiani dan Rahmawati, 2016:88) mengemukakan bahwa pendekatan etnografi berupaya menelisik makna dan aktivitas kebudayaan suatu masyarakat melalui pengumpulan data secara sistematis. Dalam kaitan dengan ini, (Spradley, 1979:10) mengemukakan bahwa pendekatan etnografi merupakan metode untuk menemukan bagaimana masyarakat mengoordinasikan budaya dalam pikiran mereka dan menggunakan budaya tersebut ke dalam kehidupannya.

Menurut Spradley (1979:87) terdapat metode pertanyaan deskriptif dalam sebuah pendekatan etnografi yang disebut *grand tour question* (selanjutnya ditulis: GTQ) yang memicu informan untuk terus menerus

berbicara dan menghasilkan deskripsi verbal tentang pandangan “budaya mereka”. Saya menggunakan *guided* GTQ (merupakan salah satu jenis GTQ yang mendorong informan untuk memberikan gambaran mengenai produk-produk kosmetik yang dikonsumsi). Pendekatan ini mampu memberikan gambaran secara kompleks terkait produk-produk kosmetik yang dikonsumsi *dance cover* dari kepala (wajah dan rambut) hingga kaki, efek produk kosmetik terhadap tubuh dan penampilan, serta keterikatan produk kosmetik dalam kehidupan sosial anggota AEON *dance cover*.

III.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan. Studi (Nasrum dan Bungawati, 2015; Maraya, 20221) menunjukkan bahwa Kota Makassar telah terpapar *Korean wave* dilihat dari masifnya penggemar *K-pop* di Kota Makassar, hal ini yang mendasari saya memilih lokasi ini, ditambah Kota Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang mudah terpapar arus globalisasi.

Riset ini berlangsung selama tiga bulan (mulai dari Juli-September 2022). Penelitian juga dilakukan secara virtual melalui Instagram dan Youtube dengan berbagai tujuan, yaitu: pertama, untuk mengeksplorasi akun komune-komune *dance cover* dan ditemukan bahwasanya terdapat kurang lebih 30 komune *K-pop dance cover* di Kota Makassar; kedua, mengidentifikasi komune yang akan dipilih sebagai informan dan kemudian AEON *dance cover* ditetapkan sebagai informan dalam penelitian ini; ketiga, mengunjungi profil Instagram dan Youtube komune yang terpilih sebagai informan guna menilik bagaimana mereka merepresentasikan diri

sebagai *idol K-pop*; keempat, mengamati aktivitas informan melalui akun Instagram masing-masing anggota AEON *dance cover* yang meliputi konten yang diunggah dan tanda-tanda yang ada di setiap unggahan foto atau video.

III.3 Informan Penelitian

Pemilihan informan dilakukan berdasarkan pada dua kriteria, yaitu: pertama, anggota aktif *dance cover* (hal ini menjadi kriteria sebab ada anggota *dance cover* yang *hiatus* (tidak aktif dikarenakan memiliki kesibukan lain dan atau menempuh pendidikan); kedua, *dance cover* yang intensif menggunakan produk-produk kosmetik *drugstore* maupun klinik kecantikan (poin ini masuk dalam kriteria, sebab ada beberapa anggota *dance cover* yang tidak begitu intensif menggunakan kosmetik). Melalui diskusi via Whatsapp dengan beberapa mahasiswa pegiat *K-pop* dan observasi awal yang dilakukan di Instagram dan Youtube, AEON *dance cover* dipilih sebagai objek dalam penelitian ini, sebab mereka merupakan komune yang paling populer di Kota Makassar dibanding komune *dance cover* lainnya. Kepopuleran AEON dinilai dari totalitas mereka dalam meniru penampilan *idol K-pop* yang diperankan dalam hal riasan wajah, tatanan rambut, dan kostum.

Penelitian ini melibatkan 10 orang informan yang merupakan anggota aktif AEON *dance cover* yang sangat intensif menggunakan produk kosmetik, yaitu empat orang laki-laki dan enam orang perempuan yang berusia antara 19 dan 27 tahun. Empat orang ini bekerja sebagai *freelancer*, tiga orang sebagai pegawai bank, dan tiga orang lainnya

bekerja sebagai model, sebagaimana dapat dilihat pada **Tabel III.1** berikut ini:

Tabel III.1 Informan Penelitian					
No.	Nama	Umur	J. Kelamin	Pekerjaan	Status
1.	Jennie	27	Perempuan	<i>Freelancer</i>	Bekerja
2.	Yuna	24	Perempuan	<i>Freelancer</i>	Bekerja
3.	Taemin	26	Laki-laki	<i>Freelancer</i>	Bekerja
4.	Yijin	26	Laki-laki	<i>Freelancer</i>	Bekerja
5.	Rose	25	Perempuan	Pegawai Bank Mandiri	Bekerja
6.	Jihyo	22	Perempuan	<i>Frontliner</i> Bank BCA	Bekerja
7.	Chanwo	27	Laki-laki	<i>Frontliner</i> Bank BCA & Model	Bekerja
8.	Jeno	25	Laki-laki	Model	Bekerja
9.	Tiffany	21	Perempuan	Model & <i>Freelancer</i>	Mahasiswa
10.	Dayeon	19	Perempuan	Model	Mahasiswa

III.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara, sebagaimana diuraikan berikut ini.

1. Observasi

Langkah yang dilakukan dalam menghimpun data yakni melakukan observasi dengan mengunjungi akun Instagram AEON *dance cover* untuk mengamati profil komune tersebut yang meliputi konten foto dan video yang diunggah melalui fitur Instagram *story*, *feed*, dan *reels*. Untuk lebih memperdalam, peneliti mengikuti (*follow*) akun Instagram komune AEON *dance cover* dan masing-masing anggotanya, dengan tujuan untuk menilik bagaimana mereka

berpenampilan kekorea-koreaan dan produk-produk kosmetik yang digunakan melalui fitur Instagram *story* dan *feed*.

Observasi juga dilakukan dengan beberapa kali mengunjungi tempat AEON dance cover menampilkan tarian mereka (seperti di Mal Phinisi Point Makassar, Mal Ratu Indah Makassar, Mal Nipah Makassar, dan Celebes Convention Center Makassar). Anggota AEON terlihat sangat totalitas dalam meniru idol K-pop dari segi koreografi, kostum, riasan wajah, dan tatanan rambut. Mereka sangat mendalami peran saat melakukan dance cover.

2. Wawancara

Teknik observasi dikombinasikan dengan teknik wawancara. Topik yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan wawancara yaitu: *pertama*, produk kosmetik yang digunakan mulai dari rambut, wajah, dan badan; *kedua*, efek yang ditimbulkan terhadap tubuh dan penampilan; *ketiga* hubungan kosmetik dengan gaya hidup sebagai seorang *dance cover*.

Melalui *guided* GTQ, saya memulai dengan memberikan katalog produk kosmetik dan meminta tiap anggota dance cover yang ditemui untuk menunjukkan produk kosmetik yang digunakan. Saya menanyakan kepada *dance cover* tentang produk-produk apa saja yang digunakan mulai dari kepala (seperti rambut dan wajah), badan, hingga kaki (meskipun pada dasarnya jari kaki bukan bagian tubuh yang menarik perhatian saya). Kemudian diskusi difokuskan pada cara penggunaan produk, efek yang diharapkan, resiko yang dialami

setelah menggunakan dan tidak menggunakan produk sama sekali, bagian tubuh yang paling dioptimalkan perawatannya dan yang paling *eyecatching*, apa yang dirasakan setelah merawat dan merias tubuh, apakah produk kosmetik mulai dari rambut, wajah, dan badan adalah sesuatu yang sangat penting dan harus selalu digunakan. Pertanyaan-pertanyaan tentang perlakuan sistematis terhadap tubuh mampu menetralsir sensitivitas topik, sehingga saya benar-benar belajar dari mereka tentang pengalaman dalam penggunaan produk-produk kosmetik dan tujuannya.

III.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan metode analisa tematik melalui tahapan berikut ini. Pertama, semua hasil wawancara ditranskripsikan terlebih dulu dan disandingkan dengan catatan observasi. Kedua, mendeteksi tema-tema yang muncul, yakni produk yang digunakan, efek terhadap tubuh dan penampilan, keterkaitan penggunaan kosmetik dengan ruang sosial, membangun impresi, menunjukkan identitas, dan kemudahan mendapatkan pekerjaan. Ketiga, mengklasifikasikan data berdasarkan tema-tema tersebut. Keempat, menyajikan data dalam model penulisan yang sistematis dan lugas. Kelima, menginterpretasikan data. Keenam, membuat kesimpulan dari temuan-temuan penelitian ini.

III.6 Etika Penelitian

Mengurus legalitas izin penelitian dilakukan secara daring melalui website <https://izin-penelitian.sulselprov.go.id>, dengan mengunggah alamat email, nama lengkap, nama universitas, jurusan, judul dan waktu penelitian. Kemudian setelahnya, data yang di submit akan diajukan oleh pihak pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan kepada pemerintah Kota Makassar untuk dikonfirmasi. Selanjutnya, legalitas surat izin penelitian dikirimkan melalui surel saya dari pihak pemerintah Kota Makassar. Proses ini menjadi tahap awal sebelum dimulainya observasi dan wawancara untuk pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, kesediaan 10 informan diperoleh melalui chat di *direct message* Instagram. Sebelum meminta kesediaan masing-masing informan, saya terlebih dahulu memperkenalkan diri, menjelaskan topik, tujuan, dan fokus penelitian. Setelah mendapatkan respon, saya kemudian meminta kesediaan untuk bertemu melakukan wawancara.

Wawancara dilakukan di tempat latihan AEON *dance cover* (Kafe Dua Jiwa dan *rooftop* Nipah Mall) dan kafe terdekat dari rumah atau tempat kerja informan. Atas kesediaan dan kesepakatan dengan informan, wawancara direkam menggunakan aplikasi memo suara (*audio recording*) dari ponsel pribadi saya. Saat wawancara berlangsung, semua informan tidak keberatan untuk direkam dan semua nama informan dalam penelitian ini disamarkan karena empat dari sepuluh informan tidak bersedia untuk dituliskan identitas aslinya.

Pada saat ingin melakukan observasi dan wawancara, saya terlebih dahulu meminta izin untuk melakukan observasi pada akun Instagram komune AEON *dance cover* dan akun pribadi masing-masing anggotanya, termasuk izin untuk mengambil data atau informasi terkait festival *K-pop* yang diikuti, foto atau video saat tampil melalui Instagram *story* dan *feed*.

III.7 Hambatan Penelitian

Kesulitan yang dirasakan selama penelitian ini berlangsung adalah komunikasi dengan informan terkait jadwal luang mereka serta akses peneliti untuk melakukan wawancara dengan informan. Hambatan ini menjadi cerminan bagi penelitian kontemporer lainnya, apalagi jika objek penelitian adalah mereka yang bekerja di dunia entertainment dan atau memiliki lebih dari dua pekerjaan.

Saya selaku orang asing yang menghubungi anggota AEON *dance cover* via media sosial (Instagram) begitu sulit untuk mendapatkan respon atas kesediaan mereka untuk menjadi informan, dalam hal ini mereka sangat lama 'membalas' pesan. Setelah bersedia, kesulitan selanjutnya yakni respon pesan yang terlalu lama sampai terkadang tiga hari untuk menyepakati jadwal luang dan tempat wawancara. Akan tetapi, hambatan ini sedikit dimudahkan setelah melakukan wawancara pertama dengan tiga informan (Dayeon, Chanwo dan Taemin). Saya memanfaatkan status Taemin sebagai leader, untuk mendapatkan informasi terkait siapa saja yang intensif menggunakan produk kosmetik dan Taemin juga membantu mengenalkan saya dengan Chanwo (asisten *leader*) serta sebagai penyambung pesan ke anggota-anggotanya yang belum merespon pesan

saya di Instagram. Namun, tetap saja masih ada beberapa yang begitu lambat merespon meskipun jadwal dan tempat telah disepakati dengan alasan sibuk.

BAB IV. POTRET POPULARITAS K-POP DI KOTA MAKASSAR

Kota Makassar sebagai Ibukota Provinsi Sulawesi Selatan dengan laju perkembangan ekonomi, infrastruktur dan teknologi yang begitu pesat menjadikannya sebagai pusat pelayanan di wilayah Kawasan Timur Indonesia (KTI) dan mendapat predikat kota metropolitan dengan segala bentuk masyarakatnya yang kompleks, dari aspek kebudayaan dan gaya hidup.

Bab ini akan memaparkan mengenai potret popularitas K-pop, dalam hal ini awal masuknya K-pop di Kota Makassar dan kepopulerannya, serta gambaran umum mengenai komune AEON *dance cover* sebagai objek dalam penelitian ini.

IV.1 K-pop di Kota Makassar

K-pop singkatan dari *Korean populer* yang merupakan sub-genre musik pop, hip-hop, R&B, *rock*, *jazz*, *reggae*, *dance*, *disco*, dsb. Zaini (2017:503-506) mengemukakan bahwa eksisnya musik K-pop di Korea Selatan dimulai pada tahun 1992, saat seorang bernama Seo Taiji bergabung dengan kelompok musik B-Boy dan membentuk *boy band hip hop*. Mereka menampilkan nyanyian dibarengi dengan koreografi yang energik. Setelah Seo Taiji, seorang penyanyi bernama Lee Soo-man mendirikan sebuah perusahaan musik di Korea Selatan bernama SM *Entertainment*. Pada tahun 1998, perusahaan ini merekrut dan mengorbitkan kalangan muda yang memiliki potensi bernyanyi sekaligus koreografi dan membentuk kelompok *boy band* dan *girl band* yang disebut sebagai *idol K-pop*. Beberapa dari *idol K-pop* yakni Girl Generation, NCT,

Red Velvet, EXO, BoA. Pada tahun 1996, seorang prosedur bernama Yang Hyung-suk yang merupakan salah satu mantan anggota *boy band* Seo Taiji mendirikan sebuah perusahaan bernama YG Entertainment. Perusahaan ini kembali menerbitkan beberapa *idol K-pop*, salah satunya Blackpink. Tak berhenti disitu, memasuki tahun 1997 seorang produser lainnya bernama Park Jin Young membangun perusahaan music bernama JYP Entertainment dan kembali menciptakan *idol-idol* baru antara lain Wonder Girls, TWICE, Day6, Rain, dsb. Munculnya berbagai *boy band* dan *girl band* baru, menjadikan K-pop semakin melejitkan popularitas di kancah internasional sampai sekarang.

Sampai sekarang ini, negara Asia lain belum mampu menyaingi kesuksesan *K-pop* dalam hal daya tarik musik video. Strategi musik *k-pop* dalam membius para penggemar adalah banyaknya jumlah anggota dari *boy/girl band* dan mereka bernyanyi dan menari secara bersamaan di atas panggung dengan penampilan fisik yang memukau. Hal ini menyiratkan bahwa *idol K-pop* memiliki sumber daya tarik global yang berbeda dibanding dengan seniman/penyanyi dari negara lain.

Kemajuan teknologi digital yakni Youtube, Tiktok, Instagram, dan berbagai sosial media lainnya menjadi salah satu faktor utama masifnya kegandrungan masyarakat dunia terhadap *K-pop*. Melalui interaksi virtual ini, para penggemar dapat merasakan keberadaan idola mereka dengan mengetahui *life update* seperti kegiatan sehari-hari dan rencana yang akan dilakukan oleh idolanya dalam waktu dekat yang diunggah *idol K-pop*. Para pegiat *K-pop* juga dapat memberikan dukungan secara lebih dekat kepada

idol K-pop idolanya via *comment* di postingan Instagram, Tiktok dan Youtube video.

Masuknya *K-pop* di Indonesia sejak tahun 2000-an, seakan menghipnotis para remaja dan kalangan muda dengan musik dan penampilan menarik para anggota *idol K-pop*. Awal mula kegandrungan *K-pop* di Indonesia melalui program televisi yang menayangkan drama dan musik mingguan Korea Selatan. Dengan perpaduan antara musik dan gerakan, *K-pop* digemari di Indonesia terbukti dengan eksisnya kelompok musik seperti SMASH dan Cherrybelle yang berkiblat pada *Kpop*. Sekarang ini, penggemar menuangkan kecintaannya terhadap *K-pop* dengan mengikuti mode busana, mode riasan wajah, memodifikasi rambut, dsb yang dilakukan untuk membangun identitas sebagai seorang *idol K-pop*.

Sebagai kota terbesar ketujuh di Indonesia, pesatnya laju perkembangan teknologi, khususnya internet menjadikan Kota Makassar mudah terpapar arus globalisasi salah satunya budaya populer Korea Selatan (Maraya, 2021:10). Ini berkelindan dengan apa yang dikemukakan oleh Irman (2019:2) bahwa Kota Makassar telah masuk dalam lingkaran arus *Korean wave (K-pop)* yang dapat dilihat dari jumlah penggemar *K-pop* yang cukup banyak. Sejalan dengan masifnya kegandrungan terhadap *K-pop* di Kota Makassar, masyarakat di kota ini khususnya kalangan muda semakin terpicat dengan musik, busana, kosmetik, tata rias, dan makanan ala Korea Selatan. Terlebih lagi tempat-tempat hiburan seperti mal dan objek wisata yang seringkali mengadakan festival *K-pop* seperti *K-pop*

Dance Cover Competition, *Batik K-pop Dance Cover Festival*, *Japan Korea Carnival "Dance Cover Competition"*, dsb. Pertunjukan ini diselenggarakan di Mal Phinisi Point Makassar, Mal Nipah Makassar, Mal Ratu Indah Makassar, dan Objek Wisata Bugis *Water Park* Makassar. Pertunjukan *dance cover* ini disaksikan oleh ratusan penggemar *K-pop dance cover* di Kota Makassar ¹¹

Syahmar dkk, 2022:56 mengemukakan bahwa mudahnya akses internet dan media sosial merupakan faktor utama meningkatnya eskalasi popularitas *K-pop* di Kota Makassar. Temuan studi (Akhmad, 2018:19) menunjukkan bahwa untuk mengakses musik, musik video, drama, dan festival *K-pop*, kalangan muda Kota Makassar mengandalkan Instagram, Youtube, dan Tiktok. Media sosial ini juga digunakan untuk mengeksplorasi informasi terbaru terkait *idol K-pop* favorit (*bias*) dan berkomunikasi dengan sesama penggemar *K-pop*.

IV.2 AEON Dance Cover

Salah satu bentuk kegandrungan para penggemar *K-pop* adalah membentuk komunitas *K-pop dance cover*. Komune ini tersebar luas di berbagai provinsi di Indonesia, salah satunya Kota Makassar. *Dance cover* merupakan komune yang dibentuk oleh penggemar *K-pop* yang mengimitasi nyanyian dan koreografi *idol K-pop*. (Kenzy dan Sugandi, 2018:110) mengemukakan bahwa imitasi yang dilakukan *dance cover* persis sama dengan kelompok *idol K-pop* yakni rutin mengadakan latihan

¹¹ Data ini dikutip dalam laman berita <https://gowapos.pikiran-rakyat.com/entertainment/pr-036795217/meningkatnya-popularitas-budaya-k-pop-di-kota-makassar-sebuah-fenomena-yang-menghibur-dan-menginspirasi>, diakses pada 5 Juli 2023.

dan tampil di berbagai acara dengan mengikuti kostum, riasan wajah dan rambut yang disesuaikan dengan *idol K-pop* yang diperankan. (Perdini, 2022:140) menunjukkan bahwasanya tak hanya saat tampil, anggota *dance cover* juga kerap menjadikan anggota *idol K-pop favorit* (*idol bias*) sebagai panutan berpenampilan (seperti riasan wajah dan mode rambut) dalam kesehariannya.

Beberapa komune *dance cover* populer di Kota Makassar yaitu TEN4 Squad, Blackgen, Viscaria, Fusion Squad. Salah satu komune yang paling populer adalah AEON *dance cover* yang dibentuk pada tahun 2017. Poin yang membuat komune AEON *dance cover* populer adalah totalitas yang dilakukan ketika meniru *idol K-pop* dalam hal riasan wajah, tatanan rambut, kostum, dan koreografi. Hal tersebut membuat mereka digemari dan acap kali diundang untuk mengisi berbagai acara seperti ulang tahun, pernikahan, dan acara resmi lainnya.

Ada tiga orang yang memelopori dibentuknya komune ini (Taemin, Yuna, Chanwo). AEON *dance cover* dibentuk sebagai ruang untuk menyampaikan dan menyalurkan ide-ide, kreativitas hingga bakat para *K-popers* yang didedikasikan pada *K-pop*. Selain itu, komune ini mempunyai visi untuk menjadi komune *dance cover* yang menyediakan wadah bagi pegiat *K-pop dance cover* untuk menjadi ruang mengasah kemampuan dalam hal *dance cover* dan menuangkan ekspresi, sebagaimana yang dikemukakan Jihyo berikut ini:

“Kita dirikan AEON sebagai wadahnya ini penggemar *K-pop* yang suka dan jago *dance*, jadi ini AEON buka jasa kelas

dance bagi mereka yang mau belajar atau mau dikasih panggung untuk tunjukkan bakat tarian *K-popnya*” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner* bank BCA, *dance cover*).

Komune ini beranggotakan laki-laki dan perempuan yang berjumlah 20 orang, 12 orang di antaranya masih aktif mengikuti latihan, lomba dan tampil di berbagai acara, 8 orang lainnya *hiatus* (istilah bagi anggota *dance cover* yang berhenti sejenak dari aktivitas rutin *K-pop*: seperti mengikuti lomba dan tampil di berbagai acara karena urusan pribadi)¹². Dalam *dance cover*, ada yang disebut dengan *crossdance* atau *dance cover* laki-laki yang meniru koreografi *girl band* (kelompok *idol K-pop* perempuan dan sebaliknya). Untuk *idol K-pop* yang akan diperankan, pemilihannya tergantung dari musyawarah anggota, disesuaikan dengan jumlah anggota yang aktif, dan ditentukan oleh *leader*.

Adapun pembagian peran saat akan tampil, baik itu *dance cover* maupun *crossdance*, disesuaikan dengan karakter tarian, postur tubuh, dan *bias* (anggota grup *idol K-pop* yang difavoritkan). *Dance cover* mendapatkan peran sesuai dengan *bias* (*idol K-pop* favorit), dilihat dari pembawaan karakter *dance* dan kemiripan (bentuk wajah maupun postur tubuh). Ini membuat sebagian besar dari mereka memiliki nama panggung yang mirip dengan *idol K-pop* (seperti Yijin yang memiliki nama panggung “Jeymin”, yang mengikuti nama *idol K-pop* BTS: Jimin).

AEON *dance cover* memiliki seorang *leader* yang bertanggung jawab penuh atas segala hal yang berkaitan dengan AEON *dance cover*. *Leader*

¹² <https://www.fakta.id/apa-itu-hiatus-di-dunia-kpop/>, diakses pada 5 Juli 2023.

yang terpilih merupakan anggota pertama sejak awal mula komunitas AEON dibentuk dan pemilihan juga atas dasar kesepakatan anggota. Untuk meningkatkan kemampuan koreografi, AEON secara rutin mengadakan latihan setiap dua kali dalam sepekan (Rabu dan Sabtu). Tidak hanya tampil lomba, mereka juga aktif tampil sebagai jasa *dancer* di pelbagai acara dan menyediakan wadah berupa *dance class* bagi orang-orang di berbagai kalangan yang ingin belajar koreografi *K-pop*.

Kepadatan jadwal tampil AEON di acara-acara maupun lomba, biasanya pada bulan Juli, Agustus, Desember, dan tidak menutup kemungkinan mereka tampil dua kali dalam sepekan. Mereka menunjukkan eksistensi di dunia maya dengan mengandalkan Instagram untuk memublikasikan pencapaian yang diraih, dokumentasi *performance*, profil anggota, dan informasi mengenai audisi, sedang di Youtube mereka memublikasikan konten *dance cover* dengan kostum, tatanan rambut, dan riasan yang mirip dengan *boy band/girl band* yang ditiru. Ruang-ruang yang biasanya menjadi tempat mereka tampil, yakni Mall Phinisi Point, Celebes Convention Center, Bugis Waterpark, Trans Studio Mall, dan Nipah Mall.

BAB V. PRODUK KOSMETIK, EFEK PENGGUNAAN DAN KAITANNYA DALAM KEHIDUPAN SOSIAL *K-POP DANCE COVER*

Sebagian besar orang mengandalkan produk kosmetik untuk memperindah penampilan, ada yang untuk meratakan warna kulit, membuat tampilan mata lebih ekspresif, dan segudang modifikasi lain untuk mengubah penampilan (Abid dkk, 2021:408). Bagi *dance cover*, perilaku merawat dan merias diri menggunakan produk kosmetik dilakukan agar bisa terlihat mirip *idol K-pop* (saat tampil *dance cover*) dan *idol bias*-nya (dalam berpenampilan sehari-hari), sebagaimana yang diungkapkan Dayeon berikut ini:

“Pakai *makeup, styling* plus warnai rambut, *facecare*-an upaya untuk bisaka mirip sama *idol K-pop* kalo pas nampil. Terus rambutnya di *smoothing* plus *bleaching* biar lebih mirip lagi. Merawat diri toh supaya cantik kek *idol*. Untuk hari-harinya juga, rajin pakai *facecare, makeup*, rawat dan warnai rambut biar lebih mirip dengan *idol bias*-ku” (Dayeon, 21 tahun, mahasiswa, *dance cover*).

Bab ini akan mengurai tentang ragam produk kosmetik perawatan dan dekoratif (riasan dan penataan) yang digunakan *dance cover*, efek terhadap tubuh dan penampilan, serta keterkaitan kosmetik bagi kehidupan sosial *dance cover*.

V.1 Produk Kosmetik: Perawatan dan Riasan (Dekoratif)

Sub-bab ini akan membahas tentang produk-produk kosmetik perawatan dan riasan mulai dari wajah, rambut, dan kulit badan yang digunakan *dance cover*.

Seperti halnya pangan yang sangat dibutuhkan untuk keberlangsungan hidup, produk kosmetik menjadi barang yang perlu dan

wajib digunakan dalam merealisasikan keinginan tampil menarik sesuai dengan standar ideal yang terkonstruksi di masyarakat. Bagi *dance cover*, mereka mengikuti standar cantik dan menarik ala *idol K-pop* seperti kulit cerah alami, lembab, halus, dan bebas jerawat, rambut berkilau, berwarna, serta dandanan sederhana. Produk-produk kosmetik yang digunakan *dance cover* yakni **kosmetik perawatan**, terbagi dalam dua golongan yaitu **harian** (digunakan setiap hari) dan **treatment plus-plus** (istilah yang disematkan oleh *dance cover* sendiri dalam melakukan perawatan ekstra saat akan dan setelah tampil). Selanjutnya, **kosmetik dekoratif (riasan)** seperti riasan wajah (*makeup*), pewarna dan penata rambut (*hair colour* dan *hairstyling*) yang pemakaiannya disesuaikan dengan aktivitas yang dilakukan dalam hal ini saat tampil *dance cover*, *hangout*, bekerja, acara resmi.

Pemilihan produk kosmetik dilakukan *dance cover* melalui media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan Youtube. Mereka acap kali menjadikan media sosial tersebut sebagai preferensi dalam mendapatkan informasi terkait kandungan dan efek yang dihasilkan dari produk kosmetik.

Berikut ungkapan Taemin dan Chanwo berikut ini:

“Tertarik dan tau tentang kosmetik karena liat di Tiktok, kayak yang lagi *hype*. Terus untuk sumber validnya itu Youtube. Jadi, untuk tau tentang produk-produk yang lagi viral itu di Tiktok biasa juga di video Tiktok mereka sebutkan kandungannya, efeknya, tapikan kalo di Tiktok mereka kayak promosiki, jadi takutnya bukan review jujur. Nah, untuk kasih lebih valid lagi, saya ke Youtube karena Youtube itu orang-orangnya *honest review* yang mereka betul-betul pake, dia jelaskan kondisi kulitnya dulu, terus cocok tidaknya sama itu produk, pokoknya lebih jelaski” (Taemin, 26 tahun, *freelancer, dance cover*).

“Produk yang kupakai sekarang, taunya dari Tiktok dan Youtube beauty vlogger. Tiktok itu jadi tempat tau tentang produk-produk yang katanya bagus, jadi sebelum kubeli produknya pasti ku *search* dulu di Youtube *review*-nya, terus *skin condition*-nya cocok tidak dengan kondisi wajahku terus fokus kandungannya buat apa, efek produknya kayak gimana. Untuk lebih validnya di Youtube, karena biasanya diawal video mereka bilang “honest review” atau benar-benar hasil penggunaan mereka, nah kalo mereka bilang gitu aku udah percaya aja” (Chanwo, 27 tahun, model, *frontliner* Bank BCA, model, *dance cover*).

Kutipan di atas menunjukkan Tiktok sebagai media sosial yang dituju untuk mendapatkan informasi terkait produk kosmetik yang tengah populer. Namun, tidak pada penetapan memilih produk, sebab ulasan video Tiktok dianggap tidak menjamin karena adanya unsur promosi oleh konten *creator* selaku pembuat video. Untuk menetapkan pilihan, Youtube menjadi sumber valid karena orang-orang yang mengulas produk menggunakan istilah “*honest review*” dalam menjelaskan kandungan dan efek yang dihasilkan produk kosmetik.

Lain halnya dengan Tiffany, ia mengandalkan Tiktok sebagai media preferensi kosmetik viral sekaligus sumber valid. Tiffany mengungkapkan:

“Yang paling meng-*influence* untuk jadi preferensi pemilihan produk itu Tiktok, karena di Tiktok itu banyak sekali produk-produk viral. Ada beberapa itu produk buat badan, *make-up*, *skincare* referensinya liat Tiktok. Sebelum beli, liat di Tiktok baik-baik *review*nya, *claim*nya jadi selaluka betul-betul pastikan” (Tiffany, 21 tahun, *freelancer*, model, *dance cover*).

Berbeda dengan Tiffany, Taemin, dan Chanwo yang mengeksplorasi produk kosmetik viral di Tiktok, Jihyo lebih sering menggunakan Instagram sebagai media preferensi kosmetik populer. Pendapat Jihyo sebagai berikut:

“Biasanya pake Instagram buat cari preferensi tentang produk-produk yang *recommended*, terus kalau tertarik saya ke Youtube buat lihat *review*-nya biar lebih valid dan tidak kemakan promosi” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner* Bank BCA, *dance cover*).

Sebagaimana ungkapan Taemin, Chanwo, Tiffany, dan Jihyo di atas, Tiktok dan Instagram menjadi media preferensi dalam mencari dan mendapatkan informasi mengenai produk-produk kosmetik populer, sedangkan Youtube merupakan sumber validasi mengenai kandungan dan efek yang dihasilkan produk kosmetik, sebelum menetapkan pembelian produk.

Dalam kaitannya dengan produk kosmetik, terdapat tiga aspek utama yang akan dibahas dalam sub-bab ini. Diawali dengan wajah sebagai bagian tubuh yang paling intensif dirawat dan dirias dengan produk kosmetik, dilanjutkan dengan rambut, kemudian kulit badan.

V.1.1 Wajah: *Makeup* dan *Facecare* Harus Imbang

Wajah merupakan aspek fisik yang menjadi simbol utama diri dan sumber komunikasi non-verbal sebab dari wajahlah kita saling mengenal dan mengidentifikasi diri (Synnott, 2003:115). Oleh karena itu, wajah dapat mencerminkan keelokan dari diri setiap orang.

Bagi *dance cover*, wajah adalah bagian tubuh yang paling dioptimalkan dari segi riasan dan perawatan, sebab wajah menjadi penentu dasar impresi mengenai menarik atau tidaknya seseorang dan dari impresi tersebut seorang merasa percaya diri. Selaras dengan hal tersebut, merawat dan merias wajah adalah hal pertama yang dimaksimalkan. Berikut pendapat Jihyo dan Jen0 :

“Wajah jadi bagian yang paling penting buat dijaga dan dipoles, meskipun rambut sama badan juga penting, tapi muka yang paling penting karena disitumi orang pertama kali dapat kesan sama kita, kayak ih bersih ini atau cantik ini dan jadinya kita juga lebih pede kalo dibilangi begitu karena kayak merasaki deh ternyata cantikja dimatanya orang. *Makeup* itu penting, kemana-mana pun harus pake. Kalau sering kena *makeup* kan kulit wajah jadi kasar atau rusak. Jadi biar tetap sehat dan tidak jerawat harus diimbangi *facecare*. Pake *facecare* juga harus *effort*” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner* bank BCA, *dance cover*).

“Bagian tubuh utama yang paling dioptimalkan adalah muka. Maksudnya apadi’ muka itukan *spot* pertama yang dilihat kalo kita ketemu sama orang, apalagi kalo kek orang baru yang ditemui dan kita ini sebagai *dance cover* yang seringmi tampil dilihat sama orang banyak dan *fans-fans* juga jadi harus memang kelihatan bagus. Kalo muka, *i really concern on my skin* dan *makeup*. *Makeup* sama *facecare* harus imbang pakenya. Saya itu *nda* bisa keluar mau itu kerja atau apapun tanpa *makeup* apalagi kalo tampil *dance*, biar muka selalu *on point* *nda* pucat. Nah biar tetap mulus dan tidak muncul jerawat karena tiap hari kena *makeup*, dirawat juga dong pake *facecare* dengan maksimal” (Jeno, 25 tahun, model, *dance cover*).

Ungkapan Jihyo dan Jeno menunjukkan bahwa wajah menjadi bagian tubuh yang paling dioptimalkan (dalam hal ini riasan dan perawatan), sebab wajah menjadi objek impresi visual pertama yang dilihat individu lain saat berinteraksi.

Intensifnya penggunaan produk riasan wajah (*makeup*) diseimbangkan dengan *facecare* agar wajah yang acap terpapar produk riasan dapat terhindar dari iritasi, kulit kusam, dan bebas jerawat. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh (Effendi dan Berawi, 2014:142) bahwa pemakaian kosmetika rias wajah dalam jangka waktu lama rentan menimbulkan jerawat, sebab kandungan minyak pada produk kosmetik rias dapat menyumbat pori-pori kulit wajah. Oleh karenanya, perawatan kulit wajah dengan *facecare* mencegah iritasi pada kulit wajah terjadi.

Sejalan dengan hal tersebut, berikut akan dipaparkan mengenai produk-produk riasan (*makeup*) dan perawatan wajah (*facecare*) yang digunakan *dance cover* saat tampil maupun hari-hari biasa pada sub-sessi berikut ini.

V.1.1.1 Riasan Wajah

Bagian ini akan menguraikan mengenai produk-produk riasan wajah (*makeup*) yang digunakan *dance cover* saat tampil di atas panggung dan hari-hari biasa, serta pentingnya riasan dalam mengoptimalkan tampilan wajah.

Produk riasan wajah digunakan *dance cover* untuk mengubah tampilan wajah. Saat tampil, wajah adalah bagian tubuh yang paling menarik perhatian sebab wajah menjadi aspek yang menentukan mirip tidaknya dengan *idol K-pop* yang diperankan. Oleh karenanya, penggunaan riasan wajah bagi *dance cover* menjadi aspek totalitas utama.

Terdapat perbedaan antara riasan wajah saat tampil sebagai *dance cover* dan saat beraktivitas di hari-hari biasa. Saat akan tampil, para anggota *dance cover* (perempuan dan laki-laki) menggunakan produk riasan yang kompleks mulai dari *face primer, foundation, concealer, loose powder, contour, highlighter, setting spray, eyebrow, eyeliner, maskara, eyeshadow, lip; tint, cream, dan gloss*. Berikut **Tabel V.1** yang memaparkan ragam merek produk riasan wajah (termasuk produk yang diaplikasikan di kulit wajah, mata dan bibir) yang populer digunakan *dance cover* saat akan tampil memerankan *idol K-pop* di atas panggung.

Tabel V.1 Produk Riasan yang Digunakan Dance Cover saat Tampil	
Nama Produk	Fungsi Produk
Face Primer	
Emina Primer Pore Ranger	Menyamarkan pori-pori, menghaluskan tekstur wajah, dan mempertahankan riasan
Maybelline Skin Pore Eraser	
Foundation	
Loreal Infallible Matte Cover Foundation	Menutupi noda gelap, garis halus, bekas jerawat, dan warna kulit asli, memberikan tampilan halus dan cerah pada wajah
Make Over Powerstay Liquid Foundation	
Maybelline Superstay Full Coverage Foundation	
Make Over Cushion Powerstay Demi-Matte	Meratakan warna kulit wajah, menyamarkan tampilan pori-pori, dan menutupi bekas jerawat
Concealer	
Nyx Covered Concealer Pencil	Digunakan untuk memperjelas garis kantung mata untuk membuat riasan mata <i>aegyosal</i>
Loose Powder	
Make Over Translucent Face Loose Powder	Digunakan untuk mengunci riasan wajah agar tidak <i>crack</i> (bergeser) dan memperhalus tampilan riasan wajah
Maybelline Loose Finishing Powder	
Blush On	
Make Over Matte Blusher	Sebagai perona pipi
Contour	
Focallure Contour	Meniruskan bagian wajah seperti pipi, hidung, dan menegaskan dagu
Mizzu Contour	
Highlighter	
Focallure Highlighter	Memberikan efek kilau pada dahi, tulang alis, tulang pipi, dagu saat terkena cahaya
Setting Spray	
Luxcrime Setting Spray	Digunakan agar riasan wajah tahan lama tidak mudah luntur dan riasan terlihat mengilap dan menempel dengan kulit wajah.
Pixy Aqua Setting Spray	
Eyebrow	
Etude House Eyebrow	Digunakan untuk menggambar dan menegaskan bentuk alis
Implora Eyebrow Pencil	
Eyeliners	
Maybelline Eyeliner	Digunakan untuk mempertegas garis mata

Pinkflash Waterproof Eyeliner	
Maskara	
Maybelline Mascara	Digunakan untuk melentikkan, mempertebal, dan memanjangkan tampilan bulu mata
Eyeshadow	
Focallure Palette Eyeshadow	Digunakan untuk menghias kelopak mata dan membuat tampilan mata lebih segar
Y.O.U Eyeshadow Palette	
Lip Cream	
Improla Lip cream	Produk riasan bibir bertekstur <i>creamy</i> . Digunakan sebagai pewarna bibir
Pinkflash Lip cream	
Rollover Reaction Lip cream	
Lip Tint	
A'pieu Lip tint	Produk riasan bibir bertekstur cair. Digunakan untuk memberikan tampilan bibir merah alami
Lip Gloss	
Glassy Lip Gloss	Membuat tampilan bibir mengkilap (<i>glossy</i>).

Berdasarkan **Tabel V.1**, produk riasan yang digunakan *dance cover* untuk menutupi segala kekurangan di kulit wajah seperti warna kulit kusam, jerawat dan bekasnya, pori-pori, tekstur kulit wajah, noda gelap, merujuk pada produk ***face primer, foundation, concealer***, dan ***loose powder***.

Dimulai dari pemakaian ***face primer***, Derrick dan Rostamian (2022:10) menjelaskan bahwa produk rias ini merupakan krim yang dioleskan ke seluruh kulit wajah sebelum menggunakan alas bedak untuk menyamarkan dan menghaluskan pori-pori, serta membuat riasan lebih tahan lama. Berikut ungkapan Dayeon dan Rose:

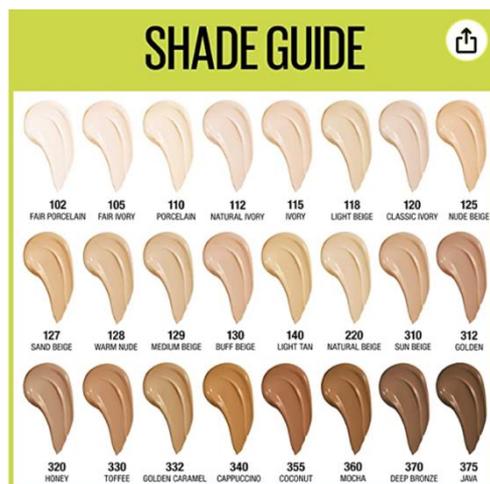
“Biar halus ki kelihatan hasil *makeup* sama tahan lamaki, jadi pake *primer* dulu di seluruh muka. Utamanya itu di pipi, hidung, sama dagu karena bagian situ yang kentara pori-porinya. Pakeka merek Emina atau Maybelline karena itu bagus” (Dayeon, 19 tahun, model, *dance cover*).

“Kita kalo lagi *makeup* buat nampil, pertama pake *primer* dulu biar *makeup* halus kelihatan sama tahan lama. Pakenya itu

primer dari Maybelline kalo bukan itu biasa pake Emina karena betul-betul sesuai sama *claimnya*, pori-pori muka tidak terlalu kentara kalo *makeup*, *makeup* juga nda geser jadi tahan lama” (Rose, 25 tahun, perempuan, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

Kedua informan diatas merupakan dua dari *dance cover* lainnya yang menggunakan *face primer*. Bagi mereka, produk *face primer* mampu menyamarkan pori-pori wajah sehingga riasan terlihat halus dan membuat riasan tahan lama. *Face primer* populer yang digunakan dikalangan *dance cover* yakni Emina dan Maybelline, sebab kedua merek ini sesuai dengan efek yang diharapkan.

Setelah *face primer*, produk yang digunakan *dance cover* adalah ***foundation***. (Muliyawan dan Neti, 2013:1) mengemukakan *foundation* adalah bedak bertekstur cair (*liquid*) untuk menyamarkan bekas jerawat, kerutan halus, dan warna kulit yang tidak rata pada kulit wajah. Produk ini memiliki beragam *shade* (warna) untuk empat jenis warna kulit wajah (*skin tone*). (Rodgers, 2022:xxx) menunjukkan empat tipe *skin tone* yaitu putih (*fair skin tone*), putih langsung (*light skin tone*), kuning langsung (*medium skin tone*), gelap (*dark skin tone*). Mengenai *shade foundation* dan *skin tone* dapat dilihat pada **Gambar 5** dan **6** berikut ini:



Gambar 5 Warna (shade) foundation¹³



Gambar 6 Fair, light, medium, dark skin tone

Dalam memilih warna (*shade*) *foundation*, ada yang memilih *shade* sesuai dengan warna kulit wajah. Jihyo adalah *dance cover* yang memiliki *skin tone fair* (cerah) yang menggunakan *shade* persis sama dengan *skin tone*-nya. Jihyo mengungkapkan:

“Saya pilih *foundation* sesuai sama *shade* kulitku, karena *tone* kulitku putihmi dan kurang bekas jerawat. Jadi hasilnya tetapki natural nda menor kelihatan” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner* bank BCA, *dance cover*).

Bagi Jihyo, pemilihan *shade foundation* yang sesuai dengan *skin tone*-nya, mampu menutupi bekas jerawat dengan hasil riasan yang terlihat lebih natural.

¹³ <https://www.amazon.com/Maybelline-Coverage-Liquid-Foundation-Classic/dp/B074VD4X89?th=1>, diakses pada 27 Maret 2023.

Berbeda dengan Jihyo, *dance cover* yang memiliki *skin tone medium* (kuning langsung) seperti Yuna, Yijin, dan Tiffany memilih *foundation* dengan *shade* yang lebih cerah dibanding warna *skin tone*. Berikut pendapat ketiganya:

“Kalo *shade* saya pilihka yang agak di atas *skin tone* biar lebih *eyecatching* dan jelas *makeup* matanya diliat sama juri terus lebih ter-cover juga karena *skin tone* ku itu kuning langsung atau medium” (Yuna, 24 tahun, *freelancer, dance cover*).

“Biar hasil *makeup* lebih kelihatan, pake *shade foundation* yang lebih terang sedikit dengan *skintone*-ku biar tidak kelihatan kusam-kusam amat, dan lebih jelaski dilihat kalo dari jauh *makeup-nya*” (Yijin, 26 tahun, *freelancer, dance cover*).

“Saya punya *skin tone* kuning langsung, cerahji. Cuma bukan memang dari sananya warna kulit yang putih bersih. Jadi kalau mau nampil, pake *foundation* yang *shade* nya lebih agak cerah dibanding warna kulit asliku. Biar bekas jerawat dan yang lainnya baguski ter-cover” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer, dance cover*).

Pendapat ketiga informan di atas menunjukkan bahwa *dance cover* dengan warna kulit kuning langsung (*medium skin tone*), memilih *foundation* dengan warna yang lebih cerah satu tingkat di atas warna kulit wajah asli, sehingga tampilan riasan terlihat lebih jelas dan noda-noda gelap di wajah tertutupi dengan baik.

Tak hanya *skin tone*, beberapa klaim produk juga menjadi poin penting bagi *dance cover* dalam memilih *foundation*. Klaim produk tersebut antara lain: a) ***superstay*** atau ***powerstay***, yang artinya membuat *foundation* tahan lama, tidak luntur (*cakey*) dan berkerak (*patchy*) jika terkena kibasan rambut juga keringat saat sedang melakukan koreografi; b) ***full coverage***, c) ***infallible***, dan d) ***poreless*** merupakan klaim produk dengan hasil *foundation* yang menutupi wajah kusam, pori-pori, dan bekas

jerawat dengan sempurna. Make Over dan Maybelline merupakan merek *foundation* andalan di kalangan *dance cover*, sebab keduanya menghasilkan efek sesuai dengan klaim-klaim produk yang disebutkan. Produk dapat dilihat pada **Gambar 7** berikut ini.



Gambar 7 *Foundation* (alas bedak) Make Over dan Maybelline¹⁴

Produk yang digunakan *dance cover* setelah *foundation* adalah ***translucent powder***. (Lestari, 2021) menjelaskan bahwa produk ini merupakan bedak bertekstur serbuk halus tanpa warna (transparan) yang digunakan untuk mengunci *foundation* agar tidak bergeser saat terkena keringat sekaligus membuat hasil *foundation* lebih halus. Signifikannya penggunaan *translucent powder* bagi *dance cover* diungkapkan oleh Taemin dan Jennie berikut ini:

“Habis pake *foundation*, untuk *set makeup* biar nda geser itu pake *translucent powder*. Pentingnya pake ini karena kalo *dance* kan kita berkeringat, jadi biar nda *crack* pake ini bedak. Muka kalo habis dikasi *foundation* kan kayak berminyak, jadi untuk mulus kelihatan pake ini bedak tabur. Produknya itu Maybelline dan Make Over bagus karena sesuai klaim, produk ini yang banyak anak-anak AEON pake juga” (Taemin, 26 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

¹⁴ <https://www.sociolla.com/>, diakses pada 26 Maret 2023.

“Kalo habis pake *foundi* kan itu kayak berminyak kelihatan muka, jadi untuk set *foundi*-nya biar halus kelihatan ini muka dan biar nge-set juga dan tidak *crack*, wajib pake *translucent powder*. Biasanya pake merek Maybelline karena bagus, halus teksturnya. Make Over juga bagus, pokonya du aini yang banyak dipake sih” (Jennie, 27 tahun, *freelancer, dance cover*).

Dua kutipan di atas menunjukkan pentingnya penggunaan *translucent powder* untuk menghindari *crack* (kondisi *foundation* yang pecah-pecah dan menggumpal) saat berkeringat serta memberikan tampilan wajah yang halus setelah menggunakan *foundation*. Maybelline dan Make Over merupakan merek produk *translucent powder* andalan dikalangan *dance cover* karena memiliki tekstur serbuk bedak yang halus dan mampu mengunci hasil *foundation* dengan baik.

Berdasarkan **Tabel V.1**, produk riasan yang digunakan *dance cover* untuk mengubah tampilan bentuk bagian wajah (seperti pipi, hidung, dagu) merujuk pada produk ***contour***. Bagi *dance cover*, ***contour*** merupakan produk riasan wajah yang wajib digunakan saat merias wajah untuk tampil, karena dapat memberikan ilusi dengan membuat garis pada bagian wajah seperti pipi, tulang hidung, dan dagu yang kemudian mengubah dan mempertegas seperti pipi tembam ke tirus dan atau hidung tampak lebih mancung. Penggunaan *contour* disesuaikan dengan bentuk wajah *idol K-pop* yang akan diperankan (*cover*). Chanwo mengungkapkan bahwa:

“*Contour* itu produk wajib. Kalo pake *contour* itu ekstra, di hidung sama tulang pipi. Ini bisa bantu jadi mirip. Kayak itu waktu *cover* Felix, bentuk wajahnya Felix kan tirus terus tegas, nah bentuk mukaku juga agak tirusmi, tapi buat kasi lebih mirip lagi, pake *contour*” (Chanwo, 27 tahun, *frontliner bank BCA, model, dance cover*).

Pendapat serupa juga diungkapkan oleh Tiffany:

“Untuk *cover*, yang paling penting itu *contour* karena itu yang bisa ubah bentuk muka, bisa kasi lebih mirip sama *idol* yang di *cover*” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Ungkapan dua informan di atas menunjukkan bahwa penting dan wajibnya penggunaan *contour* mengubah dan mengoptimalkan tampilan bentuk wajah untuk lebih mirip dengan *idol* yang akan diperankan. Tampilan penggunaan *contour* dapat dilihat pada **Gambar 8** berikut ini.



Gambar 8 Letak pengaplikasian contour (garis berwarna coklat) dan produk contour¹⁵

Beralih ke produk rias mata, pada **Tabel V.1** telah dipaparkan berbagai produk riasan mata yang digunakan *dance cover* untuk lebih terlihat mirip dengan *idol K-pop* yang diperankan. Produk tersebut merujuk pada ***eyebrow*, *eyeshadow*, dan *maskara***.

Penggunaan produk riasan mata dianggap penting bagi *dance cover* dalam mengubah “*look*” atau tampilan wajah untuk terlihat semirip mungkin dengan *idol*, sebagaimana yang dikemukakan Yuna dan Jihyo:

“Kalau mau *cover makeup idol* yang paling penting itu *makeup* matanya, *makeup* mata yang bisa ubah penampilan muka

¹⁵ <https://www.sociolla.com/>, diakses pada 27 Maret 2023.

dan penonton fokusnya itu liat *makeup* mata, jadi poin *eyecatching* ki” (Yuna, 24 tahun, *freelancer, dance cover*).

“Untuk *makeup idol*, yang ditonjolkan itu *makeup* mata. Karena ini sebenarnya yang buat keliatan miripki dengan *idol* yang di *cover*. Jadi *makeup* mata yang buat *eyecatching* karena di situmi di liat *look idol*-nya mirip atau tidak” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner bank BCA, dance cover*).

Ungkapan kedua informan di atas menunjukkan bahwa riasan mata menjadi daya pikat penonton karena dapat menentukan mirip tidaknya dengan *idol K-pop* yang ditiru.

Dalam merias mata, *dance cover* menyesuaikan tampilan riasan mata dengan *idol K-pop* yang ditiru dalam hal ini warna *eyeshadow*, bentuk *eyeliner* (natural, tebal, panjang), dan konsep lagu yang dibawakan. Hal ini diungkapkan oleh Chanwo, sebagai berikut:

“Kalau mau nampil *dance*, yang harus ditonjolkan itu atau yang paling bisa buat kita mirip sama *idol* yang kita *cover* adalah *makeup* matanya, karena kan tiap *idol* beda-beda ya. Pemilihan warna *eyeshadow*-nya tergantung *cover* siapa, diliat dari *makeup look*-nya mereka, beda lagu beda konsep *makeup*-nya. Kalo misal mau *cover*, selain koreo saya juga pelajari *makeup idol*-nya, warna *eyeshadow*-nya” (Chanwo, 27 tahun, *frontliner bank BCA, model, dance cover*).

Terdapat riasan mata khas bagi *dance cover* perempuan saat akan tampil, yakni *aegyo sal*. Siena dan Claire (2020:20) mengemukakan bahwa *aegyo sal* merupakan riasan mata yang digunakan *idol K-pop* untuk membuat tampilan wajah terlihat lebih muda dan mata lebih bulat, istilah *aegyo sal* merujuk pada area kantung mata yang dibuat lebih bervolume. Tampilan riasan mata *aegyo sal* dapat dilihat pada **Gambar 9** berikut ini.



Gambar 9 Riasan mata Aegyo Sal¹⁶

Berikut penjelasan Rose terkait riasan mata *aegyo sal*:

“*Aegyo sal* ini penting karena itu yang buat mata keliatan lebih cantik kek mata *idol*. Pertama saya pake *softlens* warna cokelat, biar mata lebih bersih sama lebih bagus di liat. Caranya saya *shading* atau *contour* sedikit di bagian bawah mata pake ujung *brush* yang tipis kayak dibuatkan dulu garis dibawah kelopak mata, terus pakai *concealer* Nyx tengahnya di garis mata, habis itu dikelopak yang tadi kasi *eyeshadow* dan *highlighter* terus kasi juga *glitter* biar tambah *shimmer*. Habis itu pakai maskara dan bulu mata palsu biar bulu mata lebih jelas kelihatan dari jauh” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

Penjelasan Rose menunjukkan bahwa produk-produk yang digunakan untuk membuat riasan *aegyo sal* di antaranya *contour*, *concealer*, *eyeshadow*, dan *highlighter*. Untuk lebih memaksimalkan riasan *aegyo sal*, digunakan juga *glitter* (produk bertekstur serbuk untuk memberi efek berkilau), lensa kontak, dan bulu mata palsu (*fake eyelashes*).



¹⁶ <https://id.pinterest.com/pin/224687468901398937/>, diakses pada 27 Maret 2023

Gambar 10 Eyeshadow Focallure dan Highlighter Y.O.U¹⁷

Selain mata, riasan bibir juga penting dalam menunjang penampilan *dance cover* saat tampil di atas panggung. Dilihat dari **Tabel V.1**, produk riasan bibir yang digunakan *dance cover* terbagi atas tiga yakni *lip cream*, *lip tint*, dan *lip gloss*.

Bagi *dance cover* perempuan, mereka menggunakan *lip cream* dan *lip gloss* untuk merias bibir dengan pilihan warna yang disesuaikan dengan *idol K-pop* yang diperankan. Untuk produk *lip cream*, *dance cover* membuat tampilan *ombre lips*. Dikutip dari jurnal *sociolla*¹⁸, *ombre lips* merupakan tampilan gradasi bibir dimana *lip cream* dengan warna lebih terang diaplikasikan terlebih dulu sebagai “dasar” di seluruh bibir, kemudian warna gelap diaplikasikan pada bagian dalam bibir. Setelah memakai *lip cream*, *dance cover* membuat tampilan bibir sehat dan berkilau dengan menggunakan *lip gloss*. Berikut ungkapan Dayeon dan Tiffany:

“Kalau *lip makeup*-nya disesuaikan sama siapa yang di *cover*. Biasanya sih kalo *idol*, *base ombrenya* itu warna nude, jadi saya pake *lip cream* warna nude dari Venus, terus pake *lip cream* lagi yang warna *orange-orange nude* dari Implora, terus terakhir Make Over yang warna merah di bagian dalam bibir bawah, untuk kasi *glossy* bibir pake *lip gloss* sedikit” (Dayeon, 19 tahun, *model*, *dance cover*).

“*Makeup lip*-nya tergantung juga siapa ku *cover* sih, kalau saya biasanya suka pakai *lipcream* yang lewati bibir kek ala-ala *filler*. Step *ombre*-nya bisa tiga sampai empat kali, jadi saya pake *lip gloss* dulu dari Glassy sebagai serum bibir terus *lip cream* yang *nude* coklat merek OMG, terus timpa yang lebih agak gelap pakai *lip cream*-nya Rollover Reaction di bagian dalam bibir, habis itu pakai *lipgloss* lagi biar lebih kayak bibir sehat dan *glossy*” (Tiffany, 21 tahun, *model*, *freelancer*, *dance cover*).

¹⁷ <https://www.sociolla.com/>, diakses pada 27 Maret 2023

¹⁸ <https://journal.sociolla.com/bjglossary/ombre-lips>, diakses pada 28 Agustus 2023

Lain halnya bagi *dance cover* laki-laki, mereka menggunakan *lip tint* untuk mendapatkan warna bibir merah natural, sebagaimana yang dikemukakan Taemin dan Jen0 berikut ini:

“Kalau *lip*, saya cuma pake *lip tint* dari A’pieu biar kayak imbang begitu sama *makeup* muka sama mata, biar bibir nda pucat dan kayak merah alami natural” (Taemin, 26 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

“Kalau buat nampil, saya pake *lip tint*-nya merek Hanasui *lip tint* biar tidak pucat-pucat amat dan imbang dengan *makeup* mata sama yang di muka, itu *lip tint* saya juga pake hari-hari” (Jeno, 25 tahun, model, *dance cover*).



Gambar 11 Produk lip cream, lip gloss, dan liptint ¹⁹

Dari seluruh rangkaian produk riasan wajah (termasuk rias mata dan bibir), lama waktu yang dibutuhkan *dance cover* perempuan dalam merias wajah adalah \pm 2 jam dan laki-laki \pm 30 menit. Berikut ungkapan Jennie sebagai *dance cover* perempuan:

“Biasanya kalo *makeup dance* kita ini yang cewe-cewe habiskan waktu dua jam. Lama waktunya karena produk yang dipake sama tunggu *set*-nya, kita pake teknik nda asal nimpuk biar *makeup* tidak *crack*. Misal sebelum pakai *concealer*-lah itu harus tunggu *set* dulu di muka baru pakai *contour* dan segala macam. Begitu juga dengan *facecare* yang dipakai sebelum *makeup*, semuanya harus *set* dulu baru ditimpa *foundation*. Pokoknya tiap step *makeup* harus sabar, tunggu

¹⁹ <https://www.sociolla.com/>, diakses pada 27 Maret 2023.

semuanya set biar menyerap dan *makeupnya* tahan lama sama tidak *crack*” (Jennie, 27 tahun, *freelancer, dance cover*).

Pendapat Jennie menunjukkan bahwa teknik “tidak asal nimpuk” dan lebih kompleksnya produk yang digunakan menjadi alasan mengapa *dance cover* perempuan menghabiskan lebih banyak waktu dalam merias wajah. Teknik “tidak asal nimpuk” merupakan strategi yang dilakukan untuk menghasilkan riasan yang *flawless*.

Berbanding dengan *dance cover* laki-laki yang menghabiskan waktu ± 30 menit, berikut pendapat Taemin:

“Kalau mau nampil, waktu buat *makeup*-nya 30 menit biasanya kalo cowo-cowo, karena produk yang dipake tidak terlalu banyak. Proses *makeup* buat nampil itu *skincare*-an dulu pakai, toner, pelembab sama *sunscreen*, habis ini didiamkan dulu beberapa menit karena kalau tidak, *makeup* sama *skincare*-nya tidak nyatu. Lanjut pake *foundation, concealer* buat tutupin bekas jerawat, ini aku bukan yang asal nimpuk-nimpuk bedak, tapi pakainya tipis-tipis terus tunggu dulu set satunya, baru timpa lagi biar nda dempul. Habis itu *makeup* mata pake *eyeshadow*, habis itu pakemi *lip tint*.” (Taemin, 26 tahun, *freelancer, dance cover*).

Ungkapan Taemin menunjukkan bahwa minimnya produk yang digunakan menjadi alasan lama waktu yang dibutuhkan dalam merias wajah *dance cover* hanya ± 30 menit.

Merias wajah juga kerap dilakukan *dance cover* dalam kesehariannya. Saat beraktivitas sehari-hari (seperti bekerja, bertemu teman, berbelanja, mengunjungi tempat-tempat tertentu, dsb), *dance cover* kerap merias wajah menggunakan produk riasan dengan ‘tipis-tipis’. Riasan wajah harian ini mengikuti tren riasan *idol K-pop* yang identik dengan istilah ‘no *makeup, makeup look*’ atau ‘*Korean look*’, term ini merupakan tren riasan wajah dari Korea Selatan yang mencerminkan

riasan wajah natural dan *glowing* (berkilau) yang minim penggunaan bedak, riasan mata, dan bibir. Berikut **Gambar 12** yang menampilkan riasan wajah *no makeup makeup look*.



Gambar 12 Riasan *No Makeup Makeup look* atau *Korean look*²⁰

Berbagai produk yang digunakan *daily cover* dalam merias wajah untuk aktivitas sehari-hari dapat dilihat pada **Tabel V.2** di bawah ini:

Tabel V.2 Produk Riasan Harian Daily Cover	
Nama Produk	Fungsi Produk
<i>Foundation</i>	
Maybelline Matte+Poreless Liquid Foundation	Menutupi bekas jerawat, pori-pori, dan warna kulit asli, memberikan tampilan halus dan cerah pada wajah
Make Over Cushion Powerstay Demi-Matte	Meratakan warna kulit wajah, menyamarkan tampilan pori-pori, dan menutupi bekas jerawat
<i>Compact Powder</i>	
Make Over Two Way Cake	Menutupi pori-pori, jerawat, warna kulit asli, dan menghaluskan tampilan kulit
<i>Concealer</i>	
Loreal Infallible Concealer	Menutupi noda bekas jerawat, bekas luka, area gelap bawah mata, dan jerawat
Somethinc Full Coverage Concealer	
<i>Loose Powder</i>	
Make Over Translucent Face Loose Powder	Memperhalus tampilan wajah, menutupi warna kulit asli, dan bekas jerawat

²⁰ <https://id.pinterest.com/pin/533817362095280345/>, diakses pada 27 Maret 2023.

Maybelline Loose Finishing Powder	
Blush On	
Make Over Multifix Matte Blusher	Perona pipi dan membuat tampilan wajah tampak segar
Setting Spray	
Pixy Aqua Setting Spray	Membuat riasan wajah tahan lama dan riasan terlihat mengilap dan menempel dengan kulit wajah.
Eyebrow	
Implora Eyebrow Pencil	Menegaskan bentuk alis
Eyelinier	
Pinkflash Waterproof Eyelinier	Mempertegas tampilan mata
Maskara	
Maybelline Mascara	Melentikkan, mempertebal, dan memanjangkan tampilan bulu mata
Eyeshadow	
Focallure Palette Eyeshadow	Menghias kelopak mata dan membuat tampilan mata lebih segar
O.TWO.O Eyeshadow Palette	
Lip cream	
Pinkflash Lip cream	Sebagai pewarna bibir yang bertekstur <i>creamy</i>
Lip tint	
A'pieu Lip tint	Produk riasan bibir bertekstur cair. Memberikan tampilan bibir merah alami

Untuk mendapatkan tampilan riasan wajah '*no makeup, makeup look*', pemakaian produk-produk alas bedak (seperti *foundation, concealer, cushion, two way cake*, dan bedak tabur) disesuaikan dengan kondisi kulit wajah (kusam, normal, dan berjerawat). Chanwo mengungkapkan:

"Makeup daily tergantung kondisi muka, kalau muka tidak kenapa-kenapa cuma pakai bedak taburnya Wardah atau bedak padatnya Make Over itu sudah cukupmi. Tapi kalo muka lagi kusam dan ada bekas jerawat, pakai *concealer* atau *foundation* yang ringan dari Maybelline biar lebih ter-cover ki. Terus pakai *eyeshadow* Focallure di ujung mata biar lebih hidup sedikit sama terakhir pakai *lip tint*" (Chanwo, 27 tahun, *frontliner* bank BCA, model, *dance cover*).

Bagi Chanwo, pengaplikasian produk riasan khususnya alas bedak, disesuaikan dengan tingkat kecerahan dan sensitifitas pada kulit wajah.

Dalam keadaan kulit normal dan cerah, Bedak tabur Wardah dan *two way cake* Make Over menjadi produk andalan dalam menutupi pori-pori, meratakan warna kulit, dan membuat tampilan kulit wajah lebih halus. *Foundation* dan *concealer* Maybelline digunakan jika kulit wajah dalam kondisi berjerawat dan kusam untuk menutupi warna kulit asli dan jerawat, serta mencerahkan tampilan kulit wajah. Untuk lebih memaksimalkan, Chanwo menggunakan *eyeshadow* (di ujung kelopak mata) dan *lip tint*.

“Untuk *daily* tetap pakai *makeup*. Biasanya cuma pakai *foundation* Maybelline, *concealer* Loreal sama *finishing powder* Maybelline terus pake toner buat jadi *setting spray*, biar lebih nyatu *makeup*-nya. Terakhir, pake *lip tint* merk A’pieu Juicy Pang biar tidak pucat dan kasi merah alami bibir” (Taemin, 26 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Berbeda dengan Chanwo, Taemin mewujudkan tampilan riasan natural dengan mengandalkan produk *foundation* Maybelline, *concealer* Loreal, dan *finishing powder* Maybelline untuk meratakan warna kulit wajah. Agar riasan lebih menempel di kulit wajah dan terlihat *glowing*, Taemin menggunakan toner (*facecare*) sebagai *setting spray* (cairan yang disemprotkan ke wajah untuk membuat riasan tahan lama dan menyatu dengan kulit wajah). Untuk lebih memaksimalkan, diakhir rangkaian riasan Taemin memakai *lip tint* agar tampilan bibir merah alami.

Tak hanya sekadar mengandalkan produk-produk kosmetik, Jihyo dan Yuna juga menjadikan *idol bias* mereka sebagai inspirasi dalam merias wajah di hari-hari biasa.

“Kalau *makeup* hari-hari *simple*, cuma pakai *cushion* Make Over, *eyeshadow* O.TWO.O, *eyeliner* Pinkflash, *lip cream* Implora sama *lip tint* Holika-Holika. Inspirasi *makeup*-nya liat dari *idol bias*-ku, *idol bias* ku itu Joy Redvelvet nah ini saya ikuti *makeup* bibirnya. Biasanya Joy kalau *makeup* bibir dia

buat *overline*, dan saya ikuti juga alisnya, kan kalo alisku itu bagian ujung atasnya agak naik, sedangkan si Joy ini turun, jadi saya ikutimi itu bentuk alisnya pake pensil alis Pixy. Ituji sih kuikuti, karena kalo semua mau diikuti dari Joy itu nda bisa” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner* bank BCA, *dance cover*).

Ungkapan Jihyo menunjukkan bahwa untuk memaksimalkan tampilan riasan wajah *Korean look*, ia mengikuti bentuk alis dan mode riasan bibir *idol bias-nya* (Joy Red Velvet)²¹, pensil alis Pixy membantu meluruskan dan mempertegas bentuk alis Jihyo agar sesuai dengan bentuk alis Joy Red Velvet. Mode riasan bibir yang diikuti yakni *overline lip* (bibir tebal), Pinkflash *lip cream* warna *nude* gelap digunakan di garis bibir atas dan bawah untuk membuat efek *overline* kemudian diratakan, dilanjutkan dengan menggunakan Holika-Holika *lip tint* warna merah di bagian dalam bibir. Tampilan riasan wajah Joy Red Velvet dapat dilihat pada **Gambar 13** berikut ini.



Gambar 13 Joy Red Velvet²²

²¹ Salah satu anggota *idol K-pop* dalam girl grup Red Velvet. Lebih jelasnya kunjungi [https://id.wikipedia.org/wiki/Joy_\(penyanyi\)#:~:text=Park%20Soo%2Dyoung%20\(Hangul%3A,di%20bawah%20kontrak%20SM%20Entertainment.&text=Joy%20untuk%20pemetretan%20Marie%20Claire%2C%20tahun%202022](https://id.wikipedia.org/wiki/Joy_(penyanyi)#:~:text=Park%20Soo%2Dyoung%20(Hangul%3A,di%20bawah%20kontrak%20SM%20Entertainment.&text=Joy%20untuk%20pemetretan%20Marie%20Claire%2C%20tahun%202022), diakses pada 27 Maret 2023.

²² https://asianwiki.com/Joy_%28Red_Velvet%29, diakses pada 27 Maret 2023.

“Saya kalau *makeup*, lebih lihat ke yang mana bentuk muka *idol* yang mirip sama saya. Saya cobanya yang biasa saya cover seperti Bona, Cindy. Nah Bona itu struktur mukanya lebih mirip sama struktur mukaku, jadi biasanya saya liat di Pinterest ini *makeup*-nya Cindy terus saya pelajari dimana dia pake *blush*, bagaimana alisnya, *eyeshadow*-nya. Disini saya pake pensil alis Implora, *concealer*-nya Esqa, terus *eyeshadow* dari Etude House yang warna *orange* kalem biar kayak segar kelihatan, terus pake maskara Maybelline, habis itu *setting powder*-nya Make Over, terus lip *cream* Pinkflash” (Yuna, 24 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Bagi Yuna, untuk mewujudkan riasan “*no makeup, makeup look*”, ia mengikuti riasan wajah *idol* yang sesuai dengan bentuk wajahnya. Spesifiknya Yuna mengikuti mode riasan wajah Bona WJSN²³ sebagai *idol K-pop* yang pernah dan sering di *cover*. Berikut tampilan Bona WSJN pada **Gambar 14.**



Gambar 14 Bona WSJN²⁴

Oleh karena ‘wajah’ merupakan ‘sentra’ penampilan dan acap kali terkena produk riasan (yang dapat menyumbat pori-pori jika tidak dibersihkan dengan efektif) sehingga merias dan merawat kulit wajah harus diseimbangkan dan menjadi suatu keharusan agar terhindar dari

²³ Bona adalah salah satu anggota dari grup *K-pop* WJSN. Lebih jelasnya kunjungi <https://en.wikipedia.org/wiki/WJSN> , diakses pada 28 Maret 2023.

²⁴ <https://id.pinterest.com/pin/256071928803707707/>, diakses pada 28 Maret 2023

iritasi. Perihal produk perawatan wajah (*facecare*) yang digunakan *dance cover* saat akan dan setelah tampil (*treatment plus-plus*) dan perawatan harian, akan dijelaskan pada sub-sessi **Perawatan Wajah (*Facecare*)** berikut ini.

V.1.1.2 Perawatan Wajah (*Facecare*)

Bagi *dance cover*, wajah adalah bagian tubuh yang paling diperhatikan perawatannya dibanding rambut dan kulit badan. *Dance cover* rela mengeluarkan lebih banyak biaya untuk merawat kulit wajah ketimbang merawat rambut dan badan di salon kecantikan. Sebab riasan intensif memicu mereka untuk berupaya lebih dalam menjaga dan merawat kesehatan kulit wajah.

Kulit wajah bersih dan cerah meski tidak putih menjadi dambaan karena dianggap bersifat lebih alami. Wajah mulus dan lembab adalah kunci riasan *flawless* (tanpa cela). Untuk merealisasikan hal tersebut, *facecare* menjadi produk wajib yang tidak bisa dilewatkan sebelum dan setelah melakukan berbagai aktivitas, terlebih saat akan dan setelah tampil *dance cover*. Berikut ungkapan Tiffany dan Chanwo terkait pentingnya *facecare*:

“*Facecare* itu buat *base* muka sebelum *makeup* sama bantu rawat muka. Kan kalau sering kena *makeup* kulit wajah kasar atau rusak, jadi biar muka ini tetap sehat harus diimbangi *facecare*” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

“*Facecare* itu wajib dan harus. Bagiku *men I can't live without my facecare & I can't sleep with my dirty face*. Jadi mau secapek apapun, maunya aku lagi sakit pun, aku gak bisa *at least* pake cuci muka dan toner. Intinya *facecare* dipake buat rawat sama jaga muka, karena kalo kulit wajah sehat, *makeup* juga bagus nempelnya” (Chanwo, 27 tahun, *frontliner* bank BCA, model, *dance cover*).

Berikut **Tabel V.3** berisi produk-produk *facecare* yang digunakan *dance cover* saat melakukan *treatment plus-plus* dan merawat kulit wajah di hari-hari biasa:

Tabel V.3 Produk Facecare yang Digunakan Dance Cover	
Nama Produk	Fungsi Penggunaan Produk
Face Cleanser	
Biore Cleansing Oil	Digunakan setiap malam hari setelah beraktivitas dan setelah tampil <i>dance cover</i> . Produk ini berperan sebagai <i>first cleanser</i> (pembersih pertama) yang berfungsi untuk membersihkan riasan tebal dan menghapus riasan <i>waterproof</i> (tahan air), seperti maskara, <i>eyeliner</i> , dan <i>eyeshadow</i>
Dear Me Beauty Cleansing Balm	
Garnier Micellar Cleansing Water	
Face Wash	
Senka Facial Wash	Diaplikasikan setiap hari (pagi dan malam). Produk berperan sebagai <i>second cleanser</i> (pembersih kedua) digunakan setelah <i>first cleanser</i> untuk lebih membersihkan riasan dan kotoran yang menempel di kulit wajah
Safi White Acne Cleanser	
NuFace Acne Prone Facial Wash	
Toner Wajah	
Avoskin Miraculous Refining Toner	Digunakan dua kali dalam satu pekan (saat malam hari). Produk ini berfungsi untuk mengangkat sel kulit mati, membuat kulit wajah lebih halus, mencegah jerawat dan kulit kusam
Some by Me AHA/BHA/PHA Toner	Produk ini berfungsi untuk mengatasi jerawat, diaplikasikan setiap malam hari.
Pyungkang Yul Toner	
Y.O.U Glow Up Toner	Produk ini berfungsi untuk mencerahkan dan melembabkan kulit wajah
Serum Wajah	
Avoskin Alpha Arbutin	Digunakan setiap malam hari untuk mencerahkan dan melembabkan kulit wajah
Azarine Niacinamide Serum	
Azarine Anti Acne Serum	
Somethinc Niacinamide Serum	
Avoskin Salicylic Acid	Digunakan dua kali dalam satu pekan saat malam hari untuk mengangkat sel kulit mati, mencerahkan, dan menghaluskan kulit wajah
Somethinc AHA/BHA Serum	
Bio Aqua Niacinamide Essence Serum	Digunakan sebelum merias wajah saat akan tampil <i>dance cover</i> . Produk ini berfungsi untuk melembabkan kulit wajah agar riasan terlihat lebih halus dan <i>glowing</i>
Nacific Whitening Essence Serum	
Essence	

SK-II Essence	Produk digunakan untuk melembabkan kulit wajah
Moisturizer	
Cosrx Moisturizing Lotion	Digunakan setiap hari (pagi dan malam) untuk melembabkan dan mencerahkan kulit wajah
Skintific 5x Ceramide Moisturizer	
Y.O.U Night Cream	
Y.O.U Day Cream	
Sunscreen	
Azarine Sunscreen Serum	Digunakan setiap pagi hari. Produk ini berfungsi untuk melindungi kulit wajah dari paparan sinar matahari langsung agar tidak belang
Bioderma Phitoderm Spf 100 PA+++	
Masker Wajah	
Azarine Deep Cleansing Clay Mask	Produk ini berfungsi untuk mengangkat komedo, mengatasi jerawat, dan membersihkan pori-pori kulit wajah. Digunakan dua kali dalam sepekan dan atau saat akan tampil <i>dance cover</i>
Himalaya Neem Scrub Mask	
Namo Id Milk Organic Mas	
Namo Id Green Tea Organic Mask	
Garnier Sakura White Sheet Mask	Produk ini berfungsi untuk melembabkan dan mencerahkan kulit wajah. Digunakan saat akan tampil <i>dance cover</i>
Garnier Hydra Bomb Sheet Mask	
Mediheal Brightening Ampoule Sheet Mask	
Nature Republic Sheet Mask	

Upaya yang beragam dilakukan *dance cover* dalam merawat kulit wajah, mulai dari mengenali kondisi kulit wajah, mencari tahu dan mencoba dari satu produk ke produk lain hingga mendapatkan produk yang cocok.

Ada yang berpindah dari klinik ke klinik kecantikan lainnya. Klinik kecantikan yang begitu khas dengan *facial treatment* mampu menghasilkan efek kulit cerah dan mulus dengan instan, sebagaimana yang diungkapkan oleh Yuna berikut ini:

“Saya lebih suka di klinik karena hasilnya cepat, apalagi kalau *chemical peeling* sama *peeling* Korea, itu cepat sekali efeknya

karena menurutku, biarpun pakai *facecare* yang mahal tetap sama hasilnya bakal lama kelihatan itupun juga kadang nda mempan, jadi saya *prefer* ke klinik” (Yuna, 24 tahun, *freelancer, dance cover*).

Bagi Yuna, untuk merealisasikan dambaan kulit cerah bebas jerawat dengan harga terjangkau dan produk yang cocok di kulit wajah ia berpindah dari klinik ke klinik lainnya. Yuna mengungkapkan sebagai berikut:

“Awalnya saya di klinik Mawar terus pindah ke klinik Melati. Pindah karena katanya dokternya di Melati lebih bagus dan memang dia dokter kulitki. Kalau yang di klinik Mawar itu dia punya krim siang yang harus dipakai dan habis dipake itu kulitku terkelupas dan bikin tipis muka. Tiap habis *peeling* ada banyak krim yang dikasih terus kalo itu krim habis terus tidak dilanjut muncul jerawat, ya bikin ketergantungan lah. Setelah saya pindah di klinik Melati, saya dikasi cuci muka, toner, krim malam nomor 1 dan nomor 2 ini yang nomor 1 buat kasi cerah kalo yang nomor 2 buat jerawat, sama dikasi *booster* juga” (Yuna, 24 tahun, *freelancer, dance cover*).

Yuna berpindah dari klinik Mawar ke klinik Melati dengan alasan krim siang dari klinik Mawar membuat kulit wajahnya terkelupas dan menipis serta menimbulkan ketergantungan jika produk tersebut habis. Setelah menetapkan klinik Melati sebagai pengganti, produk-produk yang diberikan seperti sabun wajah, krim malam dan krim *booster* berefek positif (tidak menimbulkan ketergantungan dan rasa perih) terhadap kulit wajahnya.

Untuk mendapatkan efek cerah maksimal, Yuna juga rutin melakukan *treatment chemical peeling* yakni *silkpeel* dan *Korean peeling lightening* (perawatan untuk mengangkat sel kulit mati dan mencerahkan kulit wajah).

Berikut pendapat Yuna:

“*Silkpeel* ini dia tidak terlalu keras, dia hilangkan bekas jerawat dan bikin kulit muka terkelupas juga tapi sedikit. Habis *silkpeel*, saya tidak bisa pakai krimnya paling pakainya cuma *sunscreen* Bioderma 100 spf, atau Somethinc 50 spf karena mukaku sama sekali tidak boleh terpapar sinar UV, kalo sampai kena menghitam kek belang. Memang efek negatifnya

bikin kulit lebih tipis dan sensitif apalagi kalau *silkpeel* sama korean *peeling*, tapi efek positifnya saya suka karena hasilnya lebih cepat. *Peeling* korea biasa kulakukan 2 kali setahun, karena dia keras sekali dan bikin tipis kulit. Plusnya dia kasih hilang bekas jerawat dan breakout. Cara *peeling*-nya, komedo dibersihkan, terus dikasih cairan. *Peelingnya* bekerja ketika kulit muka terkelupas dan kek habis terbakar dan tidak bisa terpapar matahari langsung, jadi kalau mau keluar paling malam dan saya nda bisa *makeup* selama dua minggu. Saya pilih *peeling korea* karena langsung memang hilangkan bekas jerawat dan bkin tambah cerah” (Yuna, 24 tahun, *freelancer, dance cover*).

Pendapat Yuna menunjukkan bahwa efek yang dirasakan (seperti: kulit terasa panas, terkelupas, perih, dan merah-merah) menjadi bukti bahwa kandungan yang diinjeksi pada kulit wajah saat *treatment* telah bekerja. Meski demikian, efek negatif sebanding dengan efek instan cerah, mulus, dan bercahaya.

Tak hanya Yuna, Tiffany juga merupakan anggota *dance cover* yang memilih merawat kulit wajahnya di klinik kecantikan, sebagaimana yang dikemukakan Tiffany berikut ini:

“Klinik itu cepat efeknya jadi lebih kusuka, kek biasanya kalo *chemical peeling*-ka itu langsung kelihatan mulus. Beda kalo *facecare* biarpun beli mahal belum tentu cocok juga dan lama hasilnya” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer, dance cover*).

Tiffany juga kerap kali melakukan *facial* dan *lip treatment* untuk mewujudkan kulit wajah cerah, mulus, bebas jerawat serta bibir merah alami, seperti yang diungkapkannya berikut ini:

“Di klinik Tulip saya juga intens buat *facial treatment*-nya. *Facial* yang saya fokuskan itu laser wajah buat mencerahkan, kalau yang *peeling* untuk membersihkan. *Peeling* buat kulit terkelupas karena dia bekerja toh buang kulit mati, bukan yang terkelupas parah sih. Efeknya sesuai ji dengan claim-nya, cuman ituji yg *peeling* agak sakit karena di laser dan habis *peeling* tidak boleh kena sinar matahari langsung, bahaya. Saya lakukan ini *treatment-treatment* diluar jadi *brand*

ambassador itu untuk mengimbangi intensnya *makeup*ku karena saya *makeup* tiap hari. Kurasa kulit wajahku butuh nutrisi. kalau saya rasa bibirku gelap saya juga *treatment* untuk cerahkan bibir” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Meski Yuna dan Tiffany merawat wajah di klinik kecantikan, keduanya tetap menggunakan *facecare* (seperti *cleansing oil*, *micellar water*, serum, *sheetmask*, dan pelembab wajah) sebagai produk alternatif untuk digunakan saat melakukan *treatment plus-plus*. Hal ini dijelaskan dalam (Noviana, 2021:20) yang mengungkapkan bahwa krim klinik kecantikan mengandung dosis tinggi sehingga produk riasan (seperti *foundation* dan *concelear*) sulit menempel di kulit wajah.

Tabel V.3 merupakan produk-produk *facecare drugstore* (seperti *cleansing oil*, *face wash*, toner wajah, *sheetmask*, dsb yang dijual di supermarket dan *department store*) yang digunakan *dance cover*. Bagi *dance cover* yang hanya mengandalkan *facecare drugstore*, mereka mencoba menemukan produk yang cocok hingga menimbulkan efek *breakout* (iritasi kulit seperti: jerawat, gatal, kemerahan).

Dance cover memilih *facecare* yang sesuai dengan jenis kulit wajah. Wulandari dkk (2019:79) mengemukakan bahwa ada lima jenis kulit wajah yaitu: *pertama*, kulit normal merupakan jenis kulit yang cenderung mudah untuk dirawat dan kelenjar minyak pada kulit normal menghasilkan sebum (zat berminyak yang dihasilkan oleh kelenjar minyak di kulit) yang tidak berlebihan; *kedua*, kulit berminyak identik dengan pori-pori besar, produksi sebum yang berlebihan, mudah muncul komedo, dan berpotensi untuk

berjerawat; *ketiga*, kulit kering merupakan tipe kulit yang kekurangan sebum, karena jumlah sebumnya terbatas maka ia kekurangan kelembapan; *keempat*, sensitif merupakan jenis kulit yang sangat rentan iritasi; *kelima*, kulit kombinasi gabungan dari semua jenis kulit, kombinasi yang paling awam adalah berminyak dan kering, bagian berminyak terdapat di daerah dagu, hidung dan dahi yang biasa disebut daerah *T-zone*.

Kelima jenis kulit wajah ini berperan penting dalam pemilihan produk *facecare*, seperti yang diungkapkan oleh Jeni dan Jennie berikut ini:

“Sebelum pilih *facecare*, yang paling penting itu disesuaikan sama jenis kulit. Mukaku itu berminyak dan sensitif jadi sekarang pakai produk yang *gentle* di kulit biar tidak gampang iritasi dan tidak terlalu berminyak” (Jeni, 25 tahun, model, *dance cover*).

“Mukaku super duper kering banget, nah jadi kalo cari *facecare* itu pilih yang fokusnya ke hidrasi, dan kalo lagi ada masalah misal jerawat, pilih *facecare* nya itu khusus yang untuk *soothing*, kalo kusam yang *brightening*, gitu sih *pakenya* sesuai kebutuhan” (Jennie, 27 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Selain jenis kulit, *dance cover* yang menggunakan *facecare drugstore* melakukan prinsip ‘coba-coba produk’ untuk mengetahui apakah produk tersebut ‘cocok’ atau tidak di kulit wajahnya dengan konsekuensi *breakout* (timbul iritasi) apabila terjadi ketidakcocokan produk. Untuk mengantisipasi, *dance cover* membeli kemasan mini (*travel size*) untuk melakukan ‘coba-coba’, sebagaimana yang dikemukakan Rose berikut ini:

“Kalau mau coba produk baru belinya yang *travel size* atau *share in jar* dulu biar nda sia-sia belinya kalo misal nda cocok, kalo memang produknya tidak bereaksi apa-apa baru dilanjutkan dengan beli yang *full size*” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

Apabila terjadi *breakout*, maka cara yang dilakukan adalah berhenti menggunakan rangkaian *facecare* (kecuali pembersih wajah) untuk mencari tahu produk yang tidak cocok, kemudian beralih mencoba dan menemukan produk baru, sebagaimana yang dikemukakan Dayeon berikut ini:

“Karena waktu itu mukaku *breakout* sekali muncul jerawat dan saya nda tau produk yang tidak cocok itu sama saya yang mana, entah itu *sunscreen* kah atau apa, jadi *skip* dulu semuanya sehari. Besoknya baru saya pakai toner sama serum, kalau adami saya lihat reaksi dari mukaku nah di situ baru saya tau oh ternyata ini pelembab Aloe Vera yang bikin *breakout*. Jadi pas tau, saya tidak pakemi lagi dan cobaka lagi produk baru, produknya itu dari Originote dan ternyata selama pake semingguan ternyata cocokji” (Dayeon, 19 tahun, model, *dance cover*).

Perawatan wajah *dance cover* terbagi atas dua yakni **harian** dan ***treatment plus-plus*** (dijelaskan setelah perawatan harian). **Perawatan wajah harian** adalah kegiatan merawat kulit wajah setiap hari (pagi dan malam), perawatan yang dilakukan *dance cover* berbeda saat pagi dan malam hari.

Rangkaian pagi hari diawali dengan membersihkan wajah, mengaplikasikan toner, menggunakan serum, melembabkan wajah dan penggunaan tabir surya. Seperti yang diungkapkan Chanwo berikut ini:

“Kalau pagi saya pakai *face wash* Nuface untuk *acne prone skin*, awalnya nyoba produknya dulu dan ternyata cocok *it's feel good on my skin*. Lanjut pake toner Jarte yang ada kandungan *cica-nya*, habis itu di tap-tap, lanjut pakai serum Azarine yang *centella asiatica*, terus kalo muka lagi kering banget pake *moisturizer* Cosrx terakhir pake *sunscreen* Azarine” (Chanwo, 27 tahun, *frontliner* bank BCA, model, *dance cover*).

Ungkapan Chanwo menunjukkan bahwa ia menggabungkan beberapa merek produk *facecare* (seperti Nuface, Azarine, Jarte, dan

Cosrx) dalam rangkaian perawatan di pagi hari. Tipe kulit wajah rentan berjerawat juga menjadi acuan Chanwo dalam memilih produk *facecare*. Nuface merupakan produk *face wash* yang berawal dari ‘coba-coba’ hingga kemudian ‘cocok’ di kulit wajahnya, begitu pula dengan toner Jarte dan serum Azarine dengan kandungan *centella asiatica*²⁵ yang melembabkan sekaligus melindungi kulit wajahnya dari jerawat. Penggunaan rangkaian *facecare* lainnya disesuaikan dengan kondisi wajah, seperti halnya pemakaian pelembab Cosrx yang digunakan apabila kulit terasa kering dan pengaplikasian tabir surya yang wajib agar kulit wajah tidak belang atau menggelap akibat sinar matahari.

Sama halnya dengan Chanwo, Jihyo juga mencoba dan menggabungkan tiga merek produk *facecare* dalam rangkaian perawatan wajahnya di pagi hari:

“Untuk *facecare* pagi pake *cleanser*-nya Senka, pakainya sudah lama *sekalimi* sekitar 3 tahun, tonernya saya pakai Y.O.U Glow Up, awal coba dan beli waktu ini Y.O.U datang promosi di tempat kerja, nah saya coba dan ternyata cocok mana murah lagi, jadi *sekalianmi* saya juga pakai *day cream* sama *night cream* Y.O.U Radiance White, terakhir pakai *sunscreen*-nya Azarine” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner* bank BCA, *dance cover*).

Bagi Jihyo, penggunaan produk *facecare* mengacu pada satu sampai tiga merek yang dianggap cocok dan menjadikannya patokan untuk membeli kembali ketika produk tersebut habis. Diawali dengan mencoba pembersih wajah Senka yang kemudian menjadi produk andalan, toner

²⁵ *Centella asiatica* merupakan nama latin dari gaun pegagan. Kandungan ini banyak ditemui dalam produk *facecare* yang mampu melawan jerawat, melembabkan, dan penuaan. Lebih jelasnya, kunjungi <https://www.farmaku.com/artikel/centella-asiatica-dan-manfaatnya/>, diakses pada 1 April 2022.

merek Y.O.U yang menghasilkan efek lembab di kulit wajah dan tidak iritasi membuat, Jihyo juga memilih pelembab dari merek yang sama. Step perawatan wajah Jihyo di pagi hari dimulai dengan membasuh wajah dengan Senka *face wash*, menyegarkan dan melembabkan wajah dengan toner dan pelembab Y.O.U, serta melindungi wajah menggunakan tabir surya Azarine.

Lain halnya dengan Dayeon, ia berpindah dari merek produk serum ke merek lainnya, sebagaimana yang diungkapkannya berikut ini:

“Serum Implora *acne*, baru saya coba 2 pekan dan ternyata cocok sampai sekarang. Dia redakan bruntusanku, bekas jerawatku hilang tapi sedikit. Sebelum pake ini, saya pake Ms.Glow yang serumnya kucoba dan lumayan bagus, tapi pas beli lagi ih tidak bagusmi jadi pindahlah ke *Implora. Sunscreen*-nya juga pake *Wardah Orange* kemarin, tapi karena dia buat *bruntusanka* dan tinggi *whitecast*-nya jadi saya pindah ke *Azarine*, ini buat mukaku lebih lembab dan tidak ada *whitecast* Untuk *facecare* kalo pagi pakainya Safi *acne* karena dia ada kandungan *acne skin*-nya, tidak bikin keset muka, lumayan melembabkan dan hilangkan bekas jerawatku, suka sekali sama produk ini karena dia yang tolong mukaku waktu *breakout* yang parah banget habis pake *aloevera gel. Pratista Hyaluronic Acid Toner*, ini bikin mukaku lembab. *Skintific*, dia bagus sekali. Redakan merah di area sekitar jerawat dan bantu redakan jerawat karena dia memang *claim*-nya merawat *skinbarrier*.” (Dayeon, 19 tahun, model, *dance cover*).

Pendapat Dayeon menunjukkan bahwa Ms Glow *acne* serum yang dulunya sangat ampuh mengatasi jerawatnya, kini sudah tidak menunjukkan efek yang sama ketika pembelian selanjutnya (*repurchase*), sehingga Dayeon berpindah ke Implora *acne* serum yang meredakan dan menyamarkan bekas jerawatnya mulai dari awal pembelian sampai sekarang. Begitupun dengan tabir surya, awalnya Dayeon mencoba merek Wardah, namun produk ini mengakibatkan bruntusan (jerawat-jerawat

kecil) dan menimbulkan *whitecast* (warna putih di beberapa daerah wajah), sehingga ia berpindah ke merek Azarine yang lebih melembabkan dan tidak menimbulkan *whitecast*.

Saat malam hari setelah beraktivitas seharian penuh (seperti: bekerja, bertemu teman, mengunjungi keramaian, dsbnya.), maka rangkaian *facecare* yang digunakan lebih kompleks. Ini diawali dengan tahap pembersihan yang disebut dengan *double cleansing* (proses membersihkan wajah secara efektif dengan menggunakan *face cleanser* sebagai pembersih pertama dan *face wash* sebagai pembersih kedua). Metode *double cleansing* dilakukan oleh *dance cover* untuk mengangkat riasan, minyak, kotoran dan debu yang menempel di wajah.

Biore *cleansing oil*, Garnier dan Pond's *micellar water* menjadi produk *face cleanser* populer di kalangan *dance cover* (lihat **Tabel V.3**), sebagaimana dikemukakan oleh Rose, Taemin, Jennie berikut ini:

“Kalo malam habis pulang aktivitas, *double cleansing* dulu. *First cleanser* saya pake Biore *cleansing oil*, Biore ini bagus, karena dia bisa cepat bersihkan maskaraku. *Second cleanser* saya pake Kleveru *facial wash*, ini juga bagus nda bikin kering mana harganya murah lagi” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

“Untuk malamnya, harus *double cleansing*. *First cleanser* untuk hapus *makeup* yang tebal seperti maskara, *foundation*, dan lain-lain, bersihkannya pakai Garnier *micellar water*, *second cleanser* pakainya Senka” (Taemin, 26 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

“Penting untuk *double cleansing*, apalagi kalo seharian penuh *full* aktivitas. Debu-debu, minyak muka, sama *makeup* yang *waterproof* itu harus di bersihkan betul-betul biar nda jerawat sama komedo” (Jennie, 27 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Kutipan-kutipan di atas menunjukkan signifikannya perawatan *double cleansing* dalam kaitannya dengan pembersihan wajah di malam hari.

Setelah *double cleansing*, tahap berikutnya yaitu pemakaian toner, serum dan pelembab wajah (*moisturizer*). Ketiga produk ini digunakan untuk melembabkan dan menangani permasalahan kulit wajah, sebagaimana yang dikemukakan Taemin berikut ini:

“Setelah *double cleansing*, lanjut toner eksfoliasi dari Some by me AHA/BHA/PHA terus *hydrating*-nya pakai toner Pyunkang Yul untuk lembabkan, kalo serum itu sekarang pakainya Avoskin tergantung kebutuhan kulit, seperti sekarang lagi kusam pakainya buat mencerahkan, pelembabnya pake Cosrx sama Skintific, tapi lebih suka yang Skintific karena lebih gampang nyera” (Taemin, 26 tahun, *freelancer, dance cover*).

Dalam penggunaan toner wajah, Taemin mengaplikasikan dua jenis toner dengan fungsi yang berbeda. Some by Me toner dengan kandungan AHA/BHA/PHA²⁶ digunakan untuk mengeksfoliasi kulit wajah dengan lembut, menangani jerawat, dan mencerahkan. Agar kulit tidak kering, digunakan Pyunkang Yul toner untuk mengembalikan kelembapan kulit wajah. Dalam memaksimalkan tingkat kecerahan dan kelembapan kulit wajah, Taemin menggunakan Avoskin serum dengan kandungan alpha arbutin²⁷ dan pelembab Skintific

²⁶ Alpha Hydroxy Acid/Beta Hydroxy Acid/Polyhydroxy Acid merupakan senyawa kimia yang digunakan sebagai eksfoliator untuk mengangkat sel kulit mati, meratakan warna kulit, meredakan jerawat, dsb. Lebih jelasnya kunjungi <https://hellosehat.com/penyakit-kulit/perawatan-kulit/aha-bha-pha/> , diakses pada 2 April 2023.

²⁷ Alpha arbutin merupakan senyawa kimia yang terdapat dalam kandungan *facecare* untuk meratakan warna kulit dan mencerahkan kulit wajah. Lebih jelasnya kunjungi <https://hellosehat.com/penyakit-kulit/perawatan-kulit/alpha-arbutin-untuk-kulit/> , diakses pada 2 April 2023.

Yijin yang juga memiliki permasalahan kulit wajah kusam dan kering, menggunakan Somethinc serum dengan kandungan niacinamide²⁸ dan hyaluronic acid²⁹ secara berurutan untuk mendapatkan efek cerah dan lembab sekaligus. Berikut ungkapan Yijin:

“Step *facecare* kalo malam habis *double cleansing* itu pake toner dulu dari Hatomugi, terus kan mukaku sekarang lagi kusam dan tipe kulitku itu kering, jadi saya pake serumnya Somethinc yang niacinamide terus lanjut *layering* pake serumnya Somethinc lagi yang hyaluronic acid. Dua produk ini mantul sih kasi cerah dan bikin lembab wajahku. Setelah itu lanjut pakai *moisturizer*-nya The Originote, ini juga bagus bikin lembab” (Yijin, 26 tahun, *freelancer, dance cover*).

Sama halnya dengan Yijin, Chanwo pun menggunakan produk serum dengan kandungan niacinamide dan centella asiatica³⁰ yang disesuaikan dengan kondisi kulit wajahnya, sebagaimana yang dikemukakan Chanwo berikut ini:

“Habis *double cleansing*, kalau muka lagi adem gak ada masalah pakai Azarine niacinamide serum, kalau lagi ada *breakout* atau bruntusan pakenya Azarine ampoule di spot yang bruntusan saja, karena ini ampoule ada centella asiaticanya jadi bisa bikin *soothing*, Dulu sempat pake ampoulenya Skin 1004 Madagascar tapi pindah ke Azarine mi toh sekarang, karena dia terlalu *gentle* di kulitku yang badak ini. Karena mukaku sering pake *makeup* dan takutnya pori-pori tersumbat, jadi saya eksfoliasi dengan serum Somethinc AHA/BHA tapi ini bikin perih kulit dan nda nyamanka, jadi lebih milih pake scrub Himalaya. Terus untuk serum pakai Avoskin yang alpha arbutin, ini cocok sama mukaku tidak bikin jerawat tapi karena lagi habis, jadi pake inimi yang Azarine niacinamide karena lebih *affordable* dan buat mukaku lebih cerahan juga. Terus untuk kunci semua ini *facecare*, pake

²⁸ Niacinamide merupakan senyawa kimia yang terkandung dalam produk *facecare* yang dapat mengurangi iritasi, mencerahkan, dan melembabkan kulit wajah. Lebih jelasnya kunjungi <https://www.halodoc.com/artikel/ini-manfaat-niacinamide-untuk-perawatan-kulit-dan-wajah> , diakses pada 2 April 2023.

²⁹ Hyaluronic acid atau asam hialuronat adalah zat bening dan lengket (humektan) yang berfungsi menjaga kelembapan kulit. Lebih jelasnya kunjungi <https://hellosehat.com/penyakit-kulit/perawatan-kulit/hyaluronic-acid-untuk-kulit/> , diakses pada 7 April 2023.

³⁰ Centella Asiatica merupakan ekstrak daun pegagan yang berfungsi mengatasi kulit iritasi dan sensitif, melembabkan dan mencegah penuaan dini pada kulit wajah. Lebih jelasnya kunjungi <https://www.halodoc.com/artikel/4-manfaat-centella-asiatica-yang-dijadikan-sebagai-skincare> , diakses pada 28 Agustus 2023.

pelembab Cosrx” (Chanwo, 27 tahun, *frontliner* bank BCA, model, *dance cover*).

Pendapat Chanwo menunjukkan bahwa serum Azarine dengan kandungan niacinamide membuat kulit wajahnya lebih cerah dibanding serum Avoskin dengan kandungan alpha arbutin. Saat sedang mengalami bruntusan, Chanwo mengandalkan serum Azarine centella asiatica untuk menenangkan dan meredakan permasalahan kulitnya dengan mengoleskan hanya pada daerah wajah yang terkena bruntusan.

Setelah perawatan wajah harian, berikut akan dijelaskan mengenai metode ***treatment plus-plus*** yang dilakukan *dance cover*. ***Treatment plus-plus*** merupakan istilah yang digaungkan oleh kalangan *dance cover* dalam melakukan perawatan wajah ekstra saat akan dan setelah tampil.

Saat akan tampil, *dance cover* melakukan metode *treatment plus-plus* saat malam sebelum tampil esok harinya. Metode ini identik dengan pengaplikasian produk *facecare advance* seperti *essence*, serum, *scrub mask*, *clay mask*, dan *sheetmask* untuk melembabkan, mencerahkan, dan membersihkan kulit wajah sebelum tampil. Sebab, bagi *dance cover* kulit wajah lembab dan cerah merupakan kunci riasan sempurna. Hal inilah yang mendasari mereka melakukan *treatment plus-plus*.

Bagi Jihyo, Rose, dan Yijin mereka melakukan *treatment plus-plus* di malam hari menggunakan *sheetmask*. Produk *sheetmask* merupakan masker wajah berbentuk lembaran (*sheet*) yang mengandung cairan serum untuk melembabkan dan mencerahkan kulit wajah. Berikut ungkapan tiga informan terkait hal ini:

“Penggunaan *facecare* saat mau tampil biasanya kalau malam saya tambahkan rangkaian *facecare* ku dengan *sheet mask*-nya Garnier Sakura White biar besoknya muka lebih lembab dan biar *makeup* tidak *patchy* apalagi bagian bawah mata dan *smile line*, kalo tidak pake ini bawah mataku suka *patchy makeup*-nya susah nempel” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner* bank BCA, *dance cover*).

“*Treatment* plus-plus kalo malam sebelum tampil itu, samaji dengan rangkaian biasanya, saya tambahkanji saja dengan pake *sheet mask* setelah pake serum. *Sheet mask* pake Rojukiss Bright biar wajahku lebih cerah sama *makeup* lebih bagus nempelnya, karena kalo kulit wajah lembab, *makeup* juga jadi *flawless*” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

“*Facecare* kalo mau nampil itu saya maksimalkan untuk kasi lembab kulitku pake Garnier Hydra Bomb *sheet mask*, biar besokannya kalo *makeup* hasilnya bagus ndada *patchy*”. (Yijin, 26 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Kutipan informan di atas menunjukkan signifikansi *sheet mask* dalam mencerahkan dan melembabkan kulit wajah dengan instan serta mewujudkan riasan wajah yang sempurna. *Sheetmask* andalan yang digunakan antara lain Garnier Sakura White, Garnier Hydra Bomb, dan Rojukiss Bright.

Lain halnya dengan Chanwo dan Taemin yang melakukan *treatment* plus-plus menggunakan *clay mask* (masker berbahan dasar tanah liat, untuk mengangkat minyak dan membersihkan pori-pori kulit wajah), *scrub mask* (masker wajah bertekstur butiran halus untuk mengangkat sel kulit mati dan menghaluskan kulit), dan *sheetmask*. Chanwo lebih fokus mengeksfoliasi kulit wajah dengan mengaplikasikan Azarine Deep Cleansing *clay mask* dan Himalaya Neem *scrub mask* secara bersamaan untuk mengangkat sel kulit mati dan menghaluskan wajah agar riasan terlihat mulus, sebagaimana yang diungkapkan Chanwo berikut ini:

“*Treatment* plus-plus untuk wajahku kalau mau nampil biar mukaku tidak gradakan atau kasar saat kena *makeup* biar *makeup* juga bagus nempelnya, nah kupakai Himayala *scrub mask* plus Azarine *clay mask* bersamaan. Jadi ini *scrub mask* saya usap di bagian T *zone* itu dagu, hidung, sama jidat, nah dia bagian pipi kanan sama kiri disitu saya *apply clay mask*-nya Azarine, habis itu tunggu 15 menit baru bilas, habis itu pake toner buat melembabkan” (Chanwo, 27 tahun, *frontliner* BCA, model, *dance cover*).

Jika Chanwo menggunakan *clay mask* dan *scrub mask*, perawatan yang dilakukan Taemin yakni menyeimbangkan antara melakukan eksfoliasi menggunakan Scarlett mugwort *mask* sekaligus mencerahkan kulit wajah menggunakan Mediheal Brightening *sheet mask*.

“Kalo mau nampil tetap pakai *basic facecare*, tambahannya maskeran pake *clay mask* Scarleet sama *sheet mask* Mediheal. Tambahan *facecare* ini wajib ya biar muka lebih *flawless*, *makeup* lebih nyatu sama kulit dan nda *patchy*, jadi *prepare*-nya penting” (Taemin, 26 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Bagi Yuna dan Tiffany yang melakukan perawatan di klinik, mereka tidak menggunakan krim klinik selama sehari, sebab riasan sulit menyatu dengan kulit wajah. Hal ini dijelaskan dalam (Noviana, 2021:20) yang mengungkapkan bahwa krim klinik kecantikan mengandung dosis tinggi sehingga produk riasan (seperti *foundation* dan *concelear*) sulit menempel di kulit wajah. Sebagai alternatif, mereka melakukan *treatment* plus-plus dengan *facecare*. Berikut ungkapan keduanya:

“Kalau mau nampil *dance cover*, saya tidak pakai sama sekali itu krim dokter karena *makeup* tidak bisa nempel. Jadi rangkaian *facecare* ku itu cuci muka, toner, sama pelembab Skintific. Kalau besokannya mau nampil, samaji urutannya, tambahannya saya pakai masker organik dari Namo.Id yang varian *green tea* dulu untuk angkat minyak di muka atau eksfoliasi terus habis itu bilas, lanjut pake yang varian *milk* lagi efeknya kasi lembab kulitku, terus lanjut pake *moisturizer*-nya Skintific, ini bagus sekali jadi *base makeup* bikin kulit lembab *po!*” (Yuna, 24 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Bagi Yuna, penggunaan masker organik dari Namo.Id menjadi produk alternatif yang digunakan untuk mengeksfoliasi dan melembabkan kulit wajahnya. Produk *moisturizer* Skintific juga digunakan untuk memberikan kelembapan ekstra.

“Kalau saya mau *makeup* buat nampil atau *makeup* tebal lah saya tidak pakai krim pagi dan malamnya itu klinik sehari sebelum tampil. Buat malamnya saat mau nampil besokannya, habis cuci muka pakai *sheet mask* terus di pijit-pijit biar meresap *essence*-nya dan bikin lembab. *Sheet mask* itu Garnier Sakura White sama Nature yang merek Korea itu. Besokannya pasti *makeup* hasilnya bagus. Kalo pagi sebelum *makeup*, pake cuci muka terus toner klinik, terus serum Nacific atau Bio Aqua, pakainya antara ini dua tergantung mau yang mana sebagai pelembab muka” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Sheetmask Garnier dan Nature menjadi produk alternatif yang digunakan Tiffany dalam melembabkan kulit wajahnya pada malam hari saat melakukan *treatment* plus-plus. Sedangkan, serum Bio Aqua dan Nacific digunakan pada pagi hari untuk melembabkan kulit wajah sebelum merias

Setelah tampil, *dance cover* juga menerapkan *treatment* plus-plus dengan membersihkan wajah secara ekstra yang disebut *triple cleansing* (membersihkan wajah dengan tiga produk: *cleansing balm* dan atau *oil* sebagai pembersih pertama, *micellar water* sebagai pembersih ketiga, *face wash* sebagai pembersih ketiga) agar riasan wajah yang tebal dan *waterproof* (sulit dibersihkan/tahan air) tidak menyumbat pori-pori dan mengakibatkan iritasi pada kulit wajah. Berikut ungkapan Rose, Jennie, dan Jen0 terkait penjelasan tersebut:

“Kalau habis nampil saya *triple cleansing* biar ini *makeup* sama keringat-keringat habis nampil bisa bersih total.

Pertama saya pake dulu Biore *cleansing oil* untuk hapus *makeup* muka yang tebal sama *makeup* mata yang *waterproof*, produknya ini Biore bagus karena cepatkan kasi hilang mungkin karena dia *oil* kali ya jadi cepatkan bersihkan, terus habis saya bilas pake air, saya tuang lagi di kapas ini *micellar water* terus usapkan di seluruh muka untuk pastikan kalo ndadami sisa *makeup*-nya, terakhir baru cuci muka pake *facial wash* Kleveru untuk lebih bersihkan lagi” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*)

“Tiap habis nampil, wajib buat *triple cleansing* biar muka tidak jerawat sama komedoan. Pakenya Dear Me Beauty *cleansing balm* dulu, habis diusap di seluruh muka di bilas pake air, ini produk kayak *melt* kalo sudah diusap di muka jadi *makeup* gampang keangkat, terus pake Garnier *micellar water* lagi untuk angkat sisa-sisa *makeup*, terus lanjut pake sabun cuci mukanya Somethinc, ini bagus nda bikin kering muka” (Jennie, 27 tahun, *freelancer*, *dance cover*)”

“*Triple cleansing* jadi sesuatu yang wajib dan tidak boleh tidak kulakukan kalo habis tampil. Jadi pertama itu pake Dear Me Beauty *cleansing balm* terus habis dibilas ini pake Pond’s *micellar water* biar ini sisa-sisa *makeup* yang masih ada keangkat, terus terakhir pake cuci mukanya NuFace, habis itu lanjutmi lagi kek *facecare* biasanya pake toner, serum, dan lain-lain” (Jeno, 25 tahun, model, *dance cover*)

Kutipan tiga informan di atas menunjukkan bahwa produk *face cleanser* populer yang ampuh meluruhkan riasan wajah dengan cepat dan efektif yakni Biore *cleansing oil*, Dear Me Beauty *cleansing balm*, Pond’s *micellar water*, Garnier *micellar water*. Adapun produk *face wash* andalan yakni Senka *facial wash*, NuFace *facial wash*, dan Somethinc Gentle *cleanser*.

Oleh karena wajah merupakan ‘ujung tombak’ penampilan sebagai *dance cover*, merawat dan merias wajah merupakan ‘kewajiban’. Signifikansi penggunaan riasan wajah sepadan dengan perawatan wajah, dengan kata lain totalitas dalam merias wajah untuk terlihat semirip

mungkin dengan *idol K-pop* dan *idol bias-nya*, setimpal dengan perawatan yang dilakukan agar kulit wajah tetap lembab, cerah, bersih, dan terhindar dari iritasi (jerawat, kemerahan, bruntusan, dan komedo).

Selain wajah, bagian penting lain yang menjadi sentra perhatian di atas panggung adalah rambut. Berikut sub-bab penjelasan terkait produk-produk yang digunakan *dance cover* dalam mewujudkan tampilan rambut yang diinginkan.

V.1.2 Rambut: Aspek Penting Kedua

Bagian pembahasan ini akan menguraikan tentang produk-produk yang digunakan *dance cover* untuk menata dan merawat rambut serta rambut sebagai aspek kedua yang dioptimalkan *dance cover* dalam perawatan dan penataan.

Rambut adalah salah satu atribut tubuh yang menyedot perhatian selain wajah dan tubuh itu sendiri serta menjadi simbol identitas individu. Rambut merupakan pilihan bebas daripada sesuatu yang terberi sehingga dapat dimodifikasi dengan beragam cara (Synnot 2003:163).

Rambut dapat dimodifikasi di antaranya panjang rambut, warna rambut, gaya rambut dan kuantitas rambut (Widiastuti, 2016:374). Berkaitan dengan model, rambut seringkali diubah mengikuti tren. Pelbagai jenis dan warna rambut dari berbagai negara begitu menyerbu ruang konsumen dan menawarkan pengalaman estetis baru. Hal ini didukung oleh kehadiran industri yang begitu banyak memproduksi perawatan dan penataan rambut. Seperti iklan yang dulunya menggunakan imej

perempuan berambut hitam berkilau, kemudian dimodifikasi dan mulai menampilkan rambut yang berwarna coklat keemasan (*blonde*), biru, *maroon*, ungu dan warna-warna lainnya.

Tatanan rambut menjadi poin yang dioptimalkan selain wajah, sebab rambut merupakan bagian tubuh yang dapat dilihat dari kejauhan. Totalitas yang dilakukan dalam mengikuti mode rambut *idol K-pop* berbeda-beda, sebab tidak semua anggota *dance cover* bisa mengubah rambutnya “persis” sama dengan tampilan *idol K-pop* yang diperankan, ada yang berupaya tampil mirip dengan ikut mengubah warna rambut, sebagaimana yang dikemukakan Tiffany:

“Dari saya sendiri kalau mau *cover idol*, saya pasti berusaha untuk setotalitas itu ntah dari *style* dan warna rambut, *makeup*. Saya lihatnya Ningning rambutnya merah, saya juga kasi merah. Karena kalo ada yang beda dan tidak sama dengan idol, *vibes idol*-nya nda masuk. Tapi, kalau untuk rambut sih nda semua anak *dance cover* totalitas dibagian itu” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Bagi *dance cover* yang bekerja, mereka sekadar mengikuti gaya rambut *idol K-pop* (seperti: menggunakan *hairclip*/rambut sambung, *hairpin*/jepit rambut, mengepang, mengeriting, meluruskan, mengikat, dan mengurai rambut. Rose mengungkapkan:

“Kalau mau *cover idol* dan saat mau *cover* itu rambut *idolnya* berwarna dan kita sendiri ini tidak boleh ganti warna rambut karena kerja, itu kita paling ikuti *style* rambutnya saja. Misal kalo rambutnya diikat ya diikat juga, kepang, belah tengah, *at least* adalah yang mirip” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

Modifikasi warna, tatanan dan bentuk rambut disesuaikan dengan *idol K-pop* yang diperankan. Untuk mendapatkan tampilan rambut yang indah, berwarna, dan terawat, beragam jenis produk perawatan dan penataan

rambut yang digunakan *dance cover* dapat dilihat dalam **Tabel V.4** berikut ini:

Tabel V.4 Produk Rambut yang Digunakan <i>Dance Cover</i>	
Nama Produk	Fungsi Produk
Toner Rambut	
Makarizo Hair Tonic	Digunakan untuk merawat rambut rontok
Serum Rambut	
Makarizo Honey Dew Nutriv Serum	Digunakan untuk menutrisi rambut kering dan rambut mudah diatur
Salsa Hair Serum	Digunakan untuk menghaluskan dan melindungi rambut dari alat penataan (catok)
Vitamin Rambut	
Ellips Hair Vitamin	Digunakan untuk menghaluskan rambut dan melindungi rambut dari alat penataan (catok)
Makarizo Hair Vitamax	
Minyak Rambut	
Hairfood Smoothing Treatment	Digunakan untuk menghaluskan dan memperkuat akar rambut
L'Oreal Elseve Oil	Digunakan untuk menghaluskan batang rambut dan mencegah rambut kering akibat dicatok
Masker Rambut	
Dove Camomile Hair Mask	Digunakan untuk menghaluskan dan menguatkan akar rambut
Lae Sa Luay Hair Smooth Keratin	Digunakan untuk membersihkan dan menghaluskan rambut
Makarizo Hair Creambath	Digunakan untuk membersihkan dan mengurangi kerontokan rambut serta menguatkan akar rambut
Samantha Hair Creambath	Digunakan untuk menghaluskan rambut
Pewarna Rambut	
Miranda Hair Colour	Digunakan untuk mewarnai rambut
Miranda Hair Colour Bleaching	Digunakan untuk memaksimalkan warna rambut yang akan diwarnai
Pelindung Rambut	
Olaplex No.3 Repair, Protect, and Strengthen Hair	Digunakan untuk melindungi rambut saat diwarnai
Hair Spray	
ACL Hair Spray	Digunakan untuk menata rambut
Barbara Hair Spray	

Rudy Hadisuwarno Styling Hair Spray	
Hair Pomade	
Barber Pomade	Digunakan untuk menata rambut
Kenny Hair Pomade	

Dance cover mengubah tampilan warna rambut dengan bereksperimen menggunakan merek Miranda dan Olaplex untuk mendapatkan hasil pewarnaan yang maksimal dan meminimalisir kerusakan rambut, seperti yang dikemukakan Jihyo berikut ini:

“Saya pernah *bleaching* empat kali sama *blonde* rambut pake Miranda, tapi kalo Miranda to’ rambut pasti rusak, jadi saya campur ini *bleaching*-nya Miranda sama Olaplex No.3 yang Repair Protect. Kalau *bleaching* kan rambut bakalan kering, jadi si Olaplex ini lindungi biar rambut nda rusak, jadi saya campur di adonannya langsung, cukup mahal ini Olaplex 90 ribuan isinya 3ml terus sekali pake. Kalau sudah saya *bleaching* baru saya lanjut warnai.” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner* bank BCA, *dance cover*).

Bagi Jihyo pewarnaan harus diimbangi dengan melakukan proteksi terhadap rambut. Ia mencampurkan Olaplex dengan produk *bleaching* rambut Miranda untuk meminimalisir kerusakan (rambut kering). Aziza (2016:50) menjelaskan bahwa *bleaching* rambut merupakan proses penghilangan pigmen (warna) asli rambut sebagai tahap untuk mengubah warna rambut.

Bleaching rambut dilakukan dua kali hingga warna rambut berubah dari hitam ke pirang sebelum diwarnai, agar hasil warna rambut maksimal, Dayeon mengungkapkan:

“*Bleaching* rambut dua kali dari produknya Miranda dan *bleaching*-nya sendiri. Ku *bleaching* karena mauka warnai jadi Biru pake Miranda juga” (Dayeon, 19 tahun, model, *dance cover*).

Berbeda halnya dengan Dayeon dan Jihyo, Tiffany kerap kali mengganti warna rambut di salon, sebab hasilnya lebih menjanjikan dibanding melakukannya sendiri. Berikut pendapat Tiffany:

“Kalo soal mewarnai rambut, saya lebih pilih ke salon karena hasilnya lebih bagus, banyak pilihan warna juga” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Selain mewarnai, mengubah tampilan rambut juga dilakukan *dance cover*. Seperti halnya Yuna, rambut yang awalnya keriting diubah ke bentuk lurus agar lebih mudah ditata (catok) saat akan tampil.

“Rambutku habis saya *smoothing*, karena kan dia keriting yang ngembang, jadi kalo mau dicatok itu susahkan capek jadinya. So yah ku *smoothing* mi, supaya rambutnya nda perlu lama di *styling*” (Yuna, 24 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Saat akan tampil, masing-masing *dance cover* melakukan perawatan di malam hari agar rambut mudah ditata esok harinya. Tahapan *haircare* yang dilakukan dimulai dengan keramas, menggunakan kondisioner, memakai masker rambut, mengaplikasikan vitamin dan minyak rambut. Hal ini diungkapkan oleh Rose, Chanwo, dan Taemin berikut ini:

“Kalau mau nampil, malamnya itu saya pake sampo sama kondisioner, terus habis dibilas pake masker rambut Makarizo, diamankan beberapa menit terus bilas, lanjut pake *hair oil*-nya Hairfood, biar rambut lebih lembut, halus sama gampang kalo mau di *styling*” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

“Kalau produk rambut, malam sebelum nampil pakai *hair treatment conditioner* sama *hair oil*-nya Makarizo dan Hairfood biar besoknya rambut tidak nge-freez” (Chanwo, 27 tahun, *frontliner* bank BCA, model, *dance cover*).

“Kalau mau nampil, *prepare* rambutnya pas malam tuh keramas dulu, habis itu pake masker rambut Lae Sa Luay habis pake ini rambut kayak halus lembut, terus pake vitamin rambutnya Makarizo” (Taemin, 26 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Penataan rambut yang dilakukan saat tampil bermodalkan alat pelurus rambut (catok), vitamin dan serum rambut (seperti Ellips, Makarizo, dan L'Oreal) serta *hair pomade* (seperti Barber dan Kenny, bagi *dance cover* laki-laki). Agar tatanan rambut tetap bertahan lama saat melakukan koreografi yang energik di atas panggung, *dance cover* menggunakan *hair spray* (Barbara, Rudy Hadisuwarno, ACL Hair Spray) sebagai merek andalan mereka.

Mewarnai, meluruskan, dan menata rambut untuk berpenampilan menarik menyerupai *idol K-pop*, membuat rambut *dance cover* rentan mengalami kerusakan (kering, kaku, kasar, rontok, berketombe, dan bercabang). Oleh karenanya, mereka memberikan atensi lebih dengan melakukan perawatan dengan produk masker, serum, vitamin, dan minyak rambut yang dilakukan di rumah dengan produk-produk yang disesuaikan dengan kondisi rambut mereka. Berikut ungkapan Jen0, Tiffany, dan Jennie berkaitan dengan penjelasan tersebut:

“Setelah tampil, *special treatment*-nya kurang lebih sama kayak perawatan biasanya, cuma kalo ini habis keramas pake kondisioner terus pake *hair mask* Samantha, dan habis dibilas tunggu kering sedikit baru pake serum rambut Makarizo, karena kan habis dicatok, pake *pomade* sama *hairspray* takutnya rontok atau apa” (Jeno, 25 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Bagi Jen0, masker Samantha dan serum Makarizo menjadi produk perawatan yang digunakan untuk menguatkan akar rambut dan menghaluskan rambut dari pemakaian *pomade* dan *hairspray*.

“Karena seringka gonta-ganti warna rambut jadi rambutku rusakmi, kering sama kaku. Biar bisaki halus, lembut saya pake samponya Loreal sama serumnya, sama saya juga

rawat pake *hair mask*-nya Makarizo” (Tiffany, 19 tahun, model, *dance cover*).

Untuk mengembalikan rambut halus dan lembut dari kerusakan, Tiffany mengandalkan sampo dan serum dari Loreal serta masker rambut Makarizo.

“Rawat rambut pake *hair oil*-nya L’Oreal tiap habis keramas biar rambutku tetap halus dan nda kasar” (Jennie, 27 tahun, *freelancer, dance cover*).

Lain halnya dari Jeno dan Tiffany yang merawat rambut dengan *double haircare* (masker dan serum rambut), Jennie hanya menggunakan minyak rambut Loreal setelah keramas guna menghaluskan rambut.

Hal lainnya yang menjadi perhatian *dance cover* adalah kulit badan agar senantiasa saat mengenakan kostum terbuka tampilan kulit terlihat putih, halus, dan mulus, yang akan dibahas pada sub-sesi berikut ini.

V.1.3 Kulit Badan

Bagian ini akan menguraikan terkait produk-produk yang digunakan *dance cover* dalam mencerahkan, melembabkan, dan menghaluskan kulit badan agar terlihat optimal saat tampil di atas panggung dan aktivitas sehari-hari. Berikut **Tabel V.5** yang berisi produk-produk perawatan dan pencerah kulit badan (*bodycare*) yang digunakan *dance cover*:

Tabel V.5 Produk Perawatan dan Pencerah Instan Kulit Badan	
Nama Produk	Fungsi Produk
Scarlett Brightening Body Lotion	Digunakan untuk mencerahkan dan melembabkan kulit badan
Scarlett Body Scrub	Digunakan untuk membersihkan dan menghaluskan kulit badan
Berlala Body Spray Tone Up	Digunakan untuk memutihkan kulit badan dengan instan

Black Pome Whitening Body Lotion	
Koejisan Skin Lightening Soap	Digunakan untuk membersihkan dan memutihkan kulit badan

Dambaan kulit cerah, halus, dan bersih juga menjadi fokus *dance cover* untuk tampil optimal. Scarlett merupakan merek yang dikonsumsi seluruh anggota *dance cover* dalam melakukan perawatan harian dan saat akan tampil (seperti lotion badan dan *body scrub*). Scarlett lotion badan membuat kulit tampak satu tingkat lebih cerah secara instan setelah diusapkan ke tangan dan kaki, serta *body scrub* Scarlett mampu menghaluskan dan mencerahkan kulit badan seketika setelah pemakaian, seperti yang diungkapkan Rose berikut ini:

“*Body lotion* Scarlett ini dipake tiap hari habis mandi sama kalo mau nampil karena ada efek *whitening*-nya, jadi kalo abis dipakai di tangan sama kaki efek putihnya langsung keliatan. *Body scrub*-nya juga dipake tiap minggu atau tiap mau nampil, kalo habis pake langsung kulit kayak halus dan cerahan” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

Tak cukup hanya dengan Scarlett, bagi Dayeon yang memiliki kulit gelap, ia bereksperimen mencampurkan sabun badan Koejisan dan susu Bear Brand untuk mempercepat pemutihan kulit badannya, sebagaimana yang dikemukakan Dayeon berikut ini:

“Biar kulitku lebih putih, saya masak ini sabun Koejisan sama susu Beruang, saya taunya dari Tiktok karena banyak bilang bagus, bisa bikin cepat putih, tapi ternyata setelah kumasak dan diadukan ini sabunya nda tahan, empat hari basimi jadi saya nda pake lagi, pakenya cuma Koejisan to’ saja dan bikin putihji juga” (Dayeon, 19 tahun, model, *dance cover*).

Ungkapan Dayeon menunjukkan bahwa mengombinasikan susu dan sabun pencerah dengan cara dimasak dan didiamkan hingga padat, tidak membuahkan hasil (busuk/basi dalam beberapa hari), hal ini terjadi karena

susu yang bernutrisi tinggi tidak dapat bertahan lama setelah dibuka sebab berisiko terkontaminasi bakteri (Suwito, 2010:97). Dengan demikian, Dayeon hanya menggunakan Koejisan untuk memutihkan kulit badannya.

Selain menggunakan *bodycare*, *dance cover* juga intensif melakukan perawatan (seperti lulur, masker *whitening*, dan *spa*) di salon kecantikan satu kali sebulan dan atau saat akan tampil untuk memaksimalkan penampilan di atas panggung, berikut ungkapan Yuna dan Tiffany:

“Luluran di salon kecantikan sekalian pake masker *whitening* biar cerahan kulitku dan bersih, rutin sekali sebulan sama kalau mau nampil” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

“Untuk *body treatment* saya biasanya ke tempat lulur di Aphrodite sebulan sekali terus kalo luluran di rumah tiap minggu pake Scarlett. Tujuannya biar bersihji sih, bukan untuk mau betul-betul seputih *idol* karena kan tidak bisa dan sukaja sama warna kulit normal” (Yuna, 24 tahun, *freelancer*, *dance cover*).

Produk pencerah dan pemutih instan (seperti *body spray* dan *body lotion*) kerap digunakan Dayeon dan Tiffany saat akan tampil menggunakan Berlala Whitening Body Spray dan Black Pome Whitening Body Lotion untuk memutihkan kulit badan di area pergelangan tangan, paha, dan betis dengan instan serta menyamaratakan antara warna kulit badan dan wajah. Berikut ungkapan keduanya:

“Kalau mau nampil saat itu juga, saya pake *hand and body* pemutih Blackpome dicampur sama Scarlett. Pake ini biar lebih cerah toh, apalagi kan kalo nampil terus pake baju yang ketek-ketek (terbuka). Kusuka ini yang Black Pome karena dia tidak cepat hilang, jadi tahan lamaki dan ada juga kandungan *glitter*-nya jadi kayak bikin *shining*, *glowing* dan buatka lebih putih, lebih mirip dan lebih cantik” (Dayeon, 19 tahun, model, *dance cover*).

“Kalau mau nampil, pakai *body spray* BERLALA untuk angkat warna kulit biar warna tangan sama muka sesuai. Ini *body*

spray kasi naik 2 tingkat lebih cerah, saya kasinya (semprot) di tangan dan kaki. Kalau kelupaan bawa, alternatifnya pake *foundation* kalo kulitku beda sekalimi warnanya sama muka” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Merawat dengan membersihkan, menghaluskan, dan mencerahkan kulit badan menjadi hal wajib yang dilakukan *dance cover* dalam mewujudkan tampilan tubuh dan penampilan ideal untuk lebih percaya diri dan tampil optimal saat berada di atas panggung.

Berbagai upaya yang dilakukan *dance cover* dalam mewujudkan penampilan dan tubuh ideal dengan memberikan perhatian lebih terhadap wajah, rambut, dan badan dengan produk-produk kosmetik perawatan dan dekoratif (riasan). Hal ini selaras dengan yang dikemukakan (Foucault dkk, 2000:226) tentang “*techonology of the self*” yang menjelaskan bahwa manusia kerap (dan seharusnya) melakukan upaya ‘*know yourself*’, yaitu apa yang perlu diperbaiki, diubah, dan diperoleh dengan cara sendiri ataupun bantuan orang lain. Kemudian dilanjutkan dengan ‘*take care of yourself*’ atau merawat (termasuk merias) diri untuk mewujudkan harapan untuk tampilan ideal dalam mencapai kebahagiaan dan kesempurnaan.

V.2 Efek Penggunaan Produk Kosmetik Terhadap Tubuh dan

Penampilan

Usaha untuk merealisasikan *look like an idol K-pop* dengan penggunaan produk kosmetik mulai dari perawatan dan riasan menuai efek positif dan negatif terhadap tubuh dan penampilan *dance cover*. Berkaitan dengan penampilan dan tubuh, ketidaknyamanan akan efek dari produk kosmetik biasanya ditolerir jika efek yang diharapkan seimbang dengan efek negatif yang ditimbulkan (Idrus dan Hyman 2014:791). Bab ini akan

memaparkan mengenai efek positif dan negatif yang diakibatkan oleh penggunaan produk kosmetik mulai dari *makeup*, *facecare*, *haircare*, *hairstyling*, *bodycare*, dan *body whitening* terhadap kulit (wajah dan badan) dan rambut *dance cover*.

V.2.1 Efek Produk Riasan Wajah (*Makeup*) terhadap Kulit Wajah dan Penampilan

Sub-bab ini akan menguraikan tentang **efek positif dan negatif produk riasan wajah terhadap kulit wajah** serta **keterkaitan antara produk riasan wajah terhadap penampilan *dance cover***.

V.2.1.1 Efek Produk Riasan Wajah (*Makeup*) terhadap Kulit Wajah

Signifikansi riasan wajah membantu *dance cover* untuk memaksimalkan penampilan saat tampil di atas panggung dan hari-hari biasa. Produk-produk yang digunakan seperti *foundation*, *concealer*, bedak tabur, *cushion*, *blush on*, *contour* yang intensif rentan menyumbat pori-pori kulit wajah dan menimbulkan iritasi (jerawat, bruntusan, komedo).

Mengenai kerentanan iritasi tersebut, hal ini berkaitan dengan seimbangny totalitas dalam merias dan merawat wajah. *Dance cover* melakukan metode *double cleansing* dan *triple cleansing* setelah tampil. Sebagaimana yang diungkapkan Rose dan Jeni berikut ini:

“Kalau bicara tentang efeknya ini *makeup* di kulit itu tergantung bagaimana kita bersihkan dan rawat. Karena produk yang dipake itu produk aman kayak Make Over, dll. Kalau habis *makeup full* saya pasti *double cleansing*, bersihkan sebersih-bersihnya biar terangkat semua ini *makeup* di mukaku, habis itu dilembabkan lagi pake toner, dan rangkain lainnya. Jadi tidak adaji efek negatifnya selagi kita bersihkan betul-betul ini *makeup*” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

“Itumi kenapa saya sampe *triple cleansing* kalo habis nampil *dance* biar kulit muka ini tetap aman, karena iritasinya muka itu bukan dari produknya tapi dari kitanya yang tidak total kalo bersihkan, karena kita-kita ini anak AEON pake produk kayak Maybelline, Make Over, Loreal yang kayak terjaminmi bagus. Sampai sekarang nda pernahka sih jerawat karena dari produknya, palingan karena lalaja bersihkan atau kurang bersih caraku” (Jeno, 25 tahun, model, *dance cover*).

Pendapat kedua informan di atas menunjukkan bahwa produk *makeup* tidak menjadi aspek timbulnya efek negatif terhadap kulit wajah sebab produk yang digunakan merupakan produk yang lulus uji BPOM (seperti Maybelline, Make Over, dan Loreal) melainkan karena metode pembersihan riasan yang kurang efektif. Sehingga, *double* dan *triple cleansing* sangat penting bagi *dance cover* dalam menghindari munculnya jerawat dan permasalahan kulit lainnya.

Tak hanya metode pembersihan riasan, alat rias (*tools makeup*) juga turut berperan dalam menimbulkan jerawat, bruntusan, dan gatal pada kulit wajah. Sebagaimana yang dikemukakan Yuna dan Jihyo berikut ini:

“Palingan itu yang bikin jerawat dari *tools makeup*-nya kayak *brush* atau *sponge makeup* kalo dipake ganti-gantian sama teman kalo *makeup* mau nampil, sama ini juga karena biasa *brush makeup*-nya yang nda bersih” (Yuna, 24 tahun, *freelancer, dance cover*).

“Biasanya itu kalo habis *makeup* muncul jerawat atau gatal karena baku ganti-gantiki alat *makeup* karena kan kalo mau nampil *makeup*-nya sama-samaki semua, jadi disitumi biasa baku pinjam atau nda ditaumi siapa *brush* bedak dipake. Bisa jadikan kalo punyaanya temanta itu kotorki *brush*-nya atau kitanya sendiri yang kurang bersihkan jadinya pas kena muka munculmi jerawat. Kalo dari produknya sendiri itu nda sih, karena produk yang dipake itu anu bagusji” (Jihyo, 22 tahun, *frontliner bank BCA, dance cover*).

Kutipan di atas menunjukkan bahwa penggunaan alat rias wajah (seperti *brush* dan *spons*) yang kurang bersih dan digunakan bergantian

dengan *dance cover* lainnya dalam meratakan *loose powder*, *foundation*, dan produk lainnya menjadi faktor penyebab timbulnya jerawat, bruntusan, dan gatal setelah merias wajah.

Jika bagian tubuh (kulit wajah) tidak mengalami efek negatif dari penggunaan produk riasan, lain halnya dengan bagian bulu mata yang acap kali terkena maskara dan bibir yang intensif dipoles dengan *lip cream/tint/gloss*. Berikut ungkapan Rose dan Tiffany mengenai hal tersebut:

“Kalau dari kulit muka memang ndadaji dampak yang gimana-gimana. Iniji biasa kalo seringki pakai maskara sama bulu mata palsu, buat bulu mata ta jadi gampang rontok, keliatanmi itu rontoknya kalo dibersihkanmi maskara. Sama juga dengan bibir, keseringan pake *lip cream* itu bikin bibir kering, jadi harus selalu pake pelembab bibir biar bibir nda pecah-pecah. Biarpun ki begitu, tetapji kupake karena itu yang bikin tambah cantik” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

“Pake *lip cream* sering-sering itu bikin bibir kering, jadi kalo saya biasanya pakeka pelembab bibir sama rajinka juga *treatment* bibir biar bibirku tetap *plumpy*. Maskara juga itu, keseringan dipake bikin rontok bulu mata, tapi maumi diapa harus dipake biar kentara diliat bulu mata ta mau itu pas nampil atau hai-hariji apalagi itu *lip cream lip tint* anu tidak bisa di skip untuk tidak dipake biar nda pucatki kelihatan” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Kutipan dua informan di atas mengungkapkan bahwa ketidaknyamanan akan efek kerontokan bulu mata dan bibir kering ditolerir oleh Rose dan Tiffany sebab efek negatif seimbang dengan efek yang diinginkan yakni mempercantik tampilan bibir. Rose melakukan perawatan terhadap bibir dengan menggunakan produk pelembab bibir dan Tiffany mengunjungi klinik kecantikan untuk melakukan *treatment* agar bibir tetap lembab.

V.2.1.2 Efek Produk Riasan Wajah (Makeup) terhadap Penampilan

Dance cover mengandalkan rangkaian produk riasan wajah dalam memodifikasi penampilan untuk merepresentasikan diri layaknya *idol K-pop* saat tampil di atas panggung. Keterkaitan produk riasan dengan penampilan dapat dilihat pada **Tabel V.6** berikut ini:

Tabel V.6 Efek Produk Riasan Terhadap Penampilan Wajah			
Nama Produk	Efek yang Diharapkan	Efek Positif	Efek Negatif
Face Primer			
Emina Primer Pore Ranger	Menyamarkan pori-pori, menghaluskan tekstur wajah, dan mempertahankan riasan	Tampilan pori-pori tersamarkan dan riasan wajah tahan lama tidak bergeser (<i>patchy</i>)	-
Maybelline Skin Pore Eraser			
Foundation			
Loreal Infallible Matte Cover Foundation	Menutupi noda gelap, garis halus, bekas jerawat, dan warna kulit asli, memberikan tampilan halus dan cerah pada wajah	Tampilan warna kulit merata, bekas jerawat dan noda gelap tertutupi	-
Make Over Powerstay Liquid Foundation			
Maybelline Superstay Full Coverage Foundation			
Make Over Cushion Powerstay Demi-Matte	Meratakan warna kulit wajah, menyamarkan tampilan pori-pori, dan menutupi bekas jerawat	Tampilan wajah lebih halus dan warna kulit merata, area gelap bawah mata dan bekas jerawat tertutupi	-
Concealer			
Esqa Flawless Liquid Concealer	Menutupi noda bekas jerawat, bekas luka, area gelap bawah mata, dan jerawat sebelum menggunakan <i>foundation</i>	Noda gelap dan area gelap bawah mata tertutupi	-
Loreal Infallible Concealer			
Maybelline Fit Me Concealer			
Loose Powder			
Make Over Translucent Face Loose Powder	Mengunci riasan wajah agar tidak <i>crack</i> (bergeser) dan	Riasan terlihat lebih halus dan	-

Maybelline Loose Finishing Powder	memperhalus tampilan riasan wajah	menyatu dengan kulit wajah	
Blush On			
Make Over Matte Blusher	Perona pipi dan menegaskan bentuk tulang pipi	Tampilan wajah lebih segar dan pipi terlihat merona	-
Contour			
Focallure Contour	Meniruskan dan menegaskan tampilan wajah.	Meniruskan pipi, hidung terlihat mancung dan menegaskan bentuk wajah.	-
Mizzu Contour	Meniruskan wajah	Meniruskan pipi, hidung terlihat mancung dan menegaskan bentuk wajah	-
Highlighter			
Focallure Highlighter	Memberikan efek kilau pada dahi, tulang alis, tulang pipi, dagu saat terkena cahaya	Memberikan efek kilau pada dahi, tulang alis, tulang pipi, dagu saat terkena cahaya	-
Setting Spray			
Luxcrime Setting Spray	Riasan wajah tahan lama tidak mudah luntur dan riasan terlihat mengilap dan menempel dengan kulit wajah.	Riasan wajah tahan lama dan menempel dengan sempurna di kulit wajah	-
Pixy Aqua Setting Spray			
Eyebrow (Pensil Alis)			
Etude House Eyebrow	Menggambar dan menegaskan bentuk alis	Bentuk alis lebih tegas dan nyata	-
Implora Eyebrow Pencil			
Eyeliner			
Maybelline Eyeliner	Mempertegas garis mata	Mata terlihat tegas dan garis mata lebih jelas	-
Pinkflash Waterproof Eyeliner			
Maskara			
Maybelline Mascara	Melentikkan, mempertebal, dan memanjangkan tampilan bulu mata	Bulu mata tebal dan lentik	-
Eyeshadow			
Focallure Palette Eyeshadow	Menghias kelopak mata dan membuat	Kelopak mata berwarna dan	-

Y.O.U Eyeshadow Palette	tampilan mata lebih segar	tampilan wajah asli berubah (termodifikasi)	
Lip Cream			
Improla Lip cream	Pewarna bibir	Tampilan warna bibir asli berubah sesuai dengan warna yang digunakan	-
Pinkflash Lip cream			
Rollover Reaction Lip cream			
Lip Tint			
A'pieu Lip tint	Memberikan tampilan bibir merah alami	Bibir merah alami	-
Y.O.U Lip tint			
Lip Gloss			
Glassy Lip Gloss	Membuat tampilan bibir mengilap (<i>glossy</i>)	Tampilan bibir berkilau dan mengilap	

Dilihat dari **Tabel V.3**, seluruh produk riasan wajah berefek positif memaksimalkan tampilan wajah *dance cover* dalam hal ini mengubah tampilan wajah asli menjadi semirip mungkin dengan *idol K-pop* yang diperankan. Efek penggunaan riasan terhadap penampilan juga ditemukan dalam riset (Putri, 2017; Kusumawati, 2017) dua riset ini mengungkapkan bahwa produk riasan sangat signifikan dalam mengubah tampilan wajah untuk terlihat cantik dan menarik.

V.2.2 Efek Produk *Facecare* terhadap Kulit Wajah dan Penampilan

Pada sub-bab ini akan dibahas mengenai dampak positif dan negatif penggunaan produk *facecare* atau perawatan wajah terhadap tubuh (dalam hal ini kulit wajah) dan penampilan *dance cover*.

V.2.2.1 Efek Produk *Facecare* terhadap Kulit Wajah

Perlakuan merawat wajah dengan *facecare* menjadi suatu kewajiban bagi *dance cover* dalam mengimbangi intensifnya merias wajah. Produk *facecare* mengandung bahan-bahan kimia yang diformulasikan untuk

menjaga dan melindungi kulit wajah, sehingga produknya benar-benar menyerap ke dalam lapisan kulit. Efek positif dan negatif yang ditimbulkan dari penggunaan *facecare* dapat dilihat dalam **Tabel V.7** berikut ini:

Tabel V.7 Efek Penggunaan Facecare Terhadap Kulit Wajah			
Nama Produk	Efek yang Diharapkan	Efek Positif	Efek Negatif
Face Cleanser			
Biore Cleansing Oil	Membersihkan kotoran wajah, menghapus riasan <i>waterproof</i> (tahan air) secara menyeluruh, dan mengangkat minyak berlebih pada wajah	Membersihkan dan melembabkan wajah	-
Dear Me Beauty Cleansing Balm			
Garnier Micellar Cleansing Water			
Face Wash			
Senka Facial Wash	Membersihkan wajah secara optimal dari sisa kotoran, menjaga kelembapan kulit wajah	Kulit wajah bersih dan lembab	-
Safi White Acne Cleanser	Membersihkan dan riasan wajah, merawat dan mengatasi kulit berjerawat, melembabkan kulit wajah	Bekas jerawat memudar, kulit wajah bersih dan lembab	-
NuFace Acne Prone Facial Wash			
Toner Wajah			
Avoskin Miraculous Refining Toner	Mengeksfoliasi kulit wajah, mengatasi jerawat, mencerahkan wajah	Jerawat mereda, kulit wajah cerah dan halus	Kulit wajah terasa perih
Some by Me AHA/BHA/PHA Toner	Mengangkat sel kulit mati di wajah	Mencerahkan dan menghaluskan wajah	-
Pyungkang Yul Toner	Melembabkan dan mencerahkan kulit wajah	Kulit wajah lembab	-
Y.O.U Glow Up Toner			
Serum Wajah			
Avoskin Alpha Arbutin	Memudarkan bekas jerawat dan mencerahkan wajah	Tidak menimbulkan jerawat, mencerahkan dan melembabkan wajah	-
Azarine Niacinamide Serum			

Somethinc Niacinamide Serum			
Bio Aqua Niacinamide Essence Serum	Melembabkan dan mencerahkan wajah	Melembabkan wajah	-
Nacific Whitening Essence Serum			
Avoskin Salicylic Acid	Mengangkat sel kulit mati, merawat kulit berjerawat, dan menghaluskan wajah	-	Kulit wajah merah-merah
Somethinc AHA/BHA Serum			Kulit wajah perih dan gatal
Azarine Anti Acne Serum	Mengeringkan dan mengempeskan jerawat, meredakan kemerahan, merawat kulit sensitif, dan mencegah timbulnya jerawat	Jerawat dan bruntusan mereda, melembabkan wajah	-
Essence			
SK-II Essence	Melembabkan wajah	Melembabkan wajah	-
Moisturizer			
Cosrx Moisturizing Lotion	Melembabkan wajah	Melembabkan wajah	-
Y.O.U Night Cream	Melembabkan dan mencerahkan wajah	Melembabkan wajah	-
Y.O.U Day Cream			
Skintific 5x Ceramide Moisturizer	Meredakan kemerahan dan jerawat, melembabkan wajah	Kemerahan dan jerawat mereda, melembabkan wajah	
Sunscreen			
Azarine Sunscreen	Melindungi wajah dari sinar matahari Kulit wajah tidak kusam dan belang		-
Bioderma Phitoderm Spf 100 PA ++			
Masker Wajah			
Azarine Deep Cleansing Clay Mask	Membersihkan pori-pori, mengangkat komedo, mengontrol	Menghaluskan wajah dan mencerahkan wajah	-

Himalaya Neem Scrub Mask	minyak wajah, dan mencerahkan		
Namo Id Milk Organic Mas	Mencerahkan dan melembabkan wajah	Melembabkan wajah	-
Namo Id Green Tea Organic Mask	Membersihkan wajah	Menghaluskan dan melembabkan wajah	-
Garnier Sakura White Sheet Mask	Melembabkan dan mencerahkan wajah seketika	Melembabkan, menghaluskan, dan mencerahkan wajah	-
Garnier Hydra Bomb Sheet Mask			
Mediheal Sheet Mask; Nature Republic Sheet Mask			

Tabel V.7 di atas menunjukkan minimnya efek negatif yang dirasakan *dance cover* dalam penggunaan produk *facecare*. Hal ini dipicu oleh merek produk yang digunakan merupakan merek yang sudah berlisensi BPOM (seperti Garnier, Skintific, Wardah, Avoskin, Azarine, Somethinc, dsb) dan mengandung bahan-bahan kimia yang aman bagi kulit wajah seperti alpha arbutin, niacinamide, centella asiatica, salicylic acid, polyhydroxy acid, dll.

Kendati, efek negatif seperti jerawat, gatal, dan kemerahan timbul jika produk yang di coba ternyata tidak cocok dengan kulit wajah, maka diatasi dengan menghentikan penggunaan dan berpindah ke produk lain dengan kembali menerapkan prinsip “coba-coba”. Lain halnya jika ketidaknyamanan yang dirasakan setimpal dengan efek yang diharapkan. Seperti produk eksfoliasi serum AHA/BHA dan Salicylic Acid dengan kandungan acid dan retinoid yang menyebabkan rasa perih beberapa saat setelah pemakaian. (Ellora, 2019) mengungkapkan bahwa efek negatif tersebut merupakan tanda bahwa produk eksfoliasi sedang bekerja

memperbaiki lapisan kulit terluar (*skin barrier*) dan menghasilkan kulit wajah halus.

Efek positif dari penggunaan *facecare* tidak instan seperti halnya melakukan perawatan di klinik kecantikan. Kandungan yang terdapat dalam produk *facecare* membutuhkan waktu selama satu sampai tiga bulan pemakaian sebelum hasilnya terlihat (Rahmawaty 2020:7). Beberapa kandungan yang terdapat dalam produk *facecare* yang populer di kalangan *dance cover*, yaitu: *pertama*, **niacinamide dan alpha arbutin** yang mencerahkan dan melembabkan wajah cerah, memudahkan bekas jerawat dan flek, meratakan warna kulit; *kedua*, **centella asiatica dan ceramide** ampuh meredakan jerawat dan kemerahan serta melembabkan kulit wajah; *ketiga*, kandungan **hyaluronic acid** menjadikan wajah lebih terhidrasi dan lembab.

Efek positif yang didapatkan dari penggunaan *facecare* juga berkaitan dengan penampilan *dance cover*, yang akan dibahas pada *section* berikut ini:

V.2.2.2 Efek Produk *Facecare* terhadap Penampilan

Kulit wajah cerah dan lembab merupakan dambaan *dance cover* dalam merealisasikan riasan wajah yang halus dan *flawless* saat tampil di atas panggung serta riasan *no makeup makeup look* dalam aktivitas sehari-hari. Keterkaitan produk *facecare* dengan penampilan *dance cover* dapat dilihat pada **Tabel V.8** berikut ini:

Tabel V.8 Efek Penggunaan Facecare Terhadap Penampilan			
Nama Produk	Efek yang Diharapkan	Efek Positif	Efek Negatif
Face Cleanser			
Biore Cleansing Oil	Membersihkan kotoran wajah, menghapus riasan <i>waterproof</i> (tahan air) secara menyeluruh	Kulit wajah bersih dari riasan tebal dan <i>waterproof</i>	-
Dear Me Beauty Cleansing Balm			
Garnier Micellar Cleansing Water			
Face Wash			
Senka Facial Wash	Membersihkan wajah secara optimal dari sisa riasan dan kotoran	Wajah bersih	-
Safi White Acne Cleanser			
NuFace Acne Prone Facial Wash			
Toner Wajah			
Avoskin Miraculous Refining Toner	Wajah halus dan lembab, sehingga riasan wajah juga terlihat <i>flawless</i>	Riasan wajah terlihat halus dan menyatu dengan kulit wajah	-
Some by Me AHA/BHA/PHA Toner			
PyungKang Yul Toner			
Y.O.U Glow Up Toner			
Serum Wajah			
Avoskin Alpha Arbutin	Wajah halus dan lembab, sehingga riasan terlihat <i>flawless</i> saat menempel di kulit wajah	Riasan wajah terlihat lebih halus	-
Azarine Niacinamide Serum			
Somethinc Niacinamide Serum			
Bio Aqua Niacinamide Essence Serum			
Nacific Whitening Essence Serum			
Somethinc Hyaluronic Acid Serum			
Avoskin Salicylic Acid			

Something AHA/BHA Serum			
Azarine Anti Acne Serum			
Essence			
SK-II Essence	Produk ini dicampurkan dengan <i>foundation</i> agar <i>foundation</i> lebih menyatu dengan kulit wajah dan terlihat <i>flawless</i>	Hasil <i>foundation</i> terlihat <i>flawless</i>	-
Moisturizer			
Cosrx Moisturizing Lotion	Melembabkan wajah sebelum menggunakan riasan	Riasan terlihat halus dan menyatu dengan kulit wajah	-
Y.O.U Night Cream			
Y.O.U Day Cream			
Skintific 5x Ceramide Moisturizer			
Sunscreen			
Azarine Sunscreen Serum	Melindungi wajah dari sinar matahari	-	-
Bioderma Phitoderm Spf 100 PA ++		-	
Masker Wajah			
Azarine Deep Cleansing Clay Mask	Membuat tampilan wajah lebih bersih, lembab, dan cerah	Riasan wajah mudah diaplikasikan di kulit wajah. Riasan terlihat lebih menyatu dan <i>flawless</i>	-
Himalaya Neem Scrub Mask			
Namo Id Milk Organic Mas			
Namo Id Green Tea Organic Mask			
Garnier Sakura White Sheet Mask			
Garnier Hydra Bomb Sheet Mask			
Mediheal Sheet Mask; Nature Republic Sheet Mask			

Tabel V.8 di atas menunjukkan bahwasanya wajah lembab, halus, dan cerah merupakan efek positif dari pemakaian *facecare*. Efek tersebut berperan penting dalam mewujudkan hasil riasan wajah yang menyatu dan halus (*flawless*).

V.2.3 Efek Produk *Haircare* dan *Hairstyling* terhadap Rambut dan Penampilan

Sebagai simbol identitas individu selain daripada wajah, rambut menjadi bagian tubuh yang intensif dirawat dan ditata menggunakan produk *haircare* dan *hairstyling*. Untuk itu, sub-sessi ini akan menguraikan terkait efek yang ditimbulkan dari pemakaian produk-produk tersebut terhadap rambut dan penampilan.

V.2.3.1 Efek Produk *Haircare* dan *Hairstyling* terhadap Rambut

Berikut **Tabel V.9** yang memaparkan mengenai efek positif dan negatif yang ditimbulkan oleh acapnya penggunaan produk *haircare* dan *hairstyling* terhadap rambut *dance cover*.

Tabel V.9 Efek Produk Haircare dan Hairstyling terhadap Rambut			
Nama Produk	Efek yang Diharapkan	Efek Positif	Efek Negatif
Toner Rambut			
Makarizo Hair Tonic	Mengurangi rambut rontok	Akar rambut kuat, rambut rontok berkurang	-
Serum Rambut			
Makarizo Honey Dew Nutriv Serum	Merawat rambut rusak, melembutkan rambut	Rambut halus dan tidak kaku (<i>freeze</i>)	-
Salsa Hair Serum	Mengatasi rambut rusak dan bercabang		
Vitamin Rambut			
Ellips Hair Vitamin	Melindungi rambut dari hawa panas alat penataan (catok) dan	Rambut tidak kering dan mudah diatur	-
Makarizo Hair Vitamax			

	memperbagus tatanan rambut		
Minyak Rambut			
Hairfood Smoothing Treatment	Melembutkan rambut dan melindungi rambut dari hawa panas alat <i>styling</i> (catok)	Rambut lembut	-
L'Oreal Elseve Oil			
Masker Rambut			
Dove Camomile Hair Mask	Membersihkan rambut, menghaluskan, melembutkan dan menguatkan akar rambut	Rambut lembut dan halus, kerontokan pada rambut berkurang	-
Lae Sa Luay Hair Smooth Keratin			
Makarizo Hair Creambath			
Samantha Hair Creambath			
Pewarna Rambut			
Miranda Hair Colour	Mewarnai rambut	Warna bagus	Rambut kering dan kaku
Miranda Hair Colour Bleaching	Mengoptimalkan pewarnaan rambut	Warna lebih menyatu	
Pelindung Rambut			
Olaplex No.3 Repair, Protect, and Strengthen Hair	Melindungi rambut dari pewarnaan	Rambut tidak terlalu kering akibat pewarnaan	-
Hair Spray			
ACL Hair Spray	Menyempurnakan tatanan rambut	-	Rambut kering dan berketombe
Barbara Hair Spray			
Rudy Hadisuwarno Styling Hair Spray			
Hair Pomade			
Barber Pomade	Menyempurnakan tatanan rambut		Kulit kepala dan rambut berminyak
Kenny Hair Pomade			

Tabel V.9 di atas menunjukkan bahwa produk pewarna (*hair colour*) dan produk penataan (*hairspray* dan *pomade*) menimbulkan efek negatif bagi rambut dan kulit kepala (seperti rambut kering, berketombe, dan kulit kepala berminyak). Untuk mengatasi, *dance cover* mengandalkan produk

perawatan rambut yang meliputi toner, serum, minyak, dan masker rambut yang membantu membersihkan dan memulihkan kerusakan akibat modifikasi (mengubah bentuk dan warna rambut) yang dilakukan *dance cover* dalam memaksimalkan kemiripannya dengan *idol K-pop* saat berada di atas panggung. Efek positif yang dihasilkan dari pemakaian produk *haircare* yakni mengurangi ketombe, melembutkan, dan menguatkan akar rambut.

V.2.3.2 Efek Produk *Haircare* dan *Hairstyling* Terhadap Penampilan

Tak hanya rambut dan kulit kepala, produk *haircare* dan *hairstyling* juga berkaitan dengan penampilan. Berikut **Tabel V.10** yang menunjukkan efek positif dan negatif dari pemakaian produk perawatan dan penataan rambut terhadap penampilan.

Tabel V.10 Efek Produk <i>Haircare</i> dan <i>Hairstyling</i> terhadap Penampilan			
Nama Produk	Efek yang Diharapkan	Efek Positif	Efek Negatif
Toner Rambut			
Makarizo Hair Tonic	Rambut halus dan mudah diatur	Menghaluskan rambut	-
Serum Rambut			
Makarizo Honey Dew Nutriv Serum	Rambut lembut dan tidak kaku	Melembutkan rambut sehingga rambut mudah diatur	-
Salsa Hair Serum			
Vitamin Rambut			
Ellips Hair Vitamin	Melindungi rambut dari hawa panas alat penataan (catok) dan memperbagus tatanan rambut	Rambut mudah diatur dan tidak kering saat ditata (dicatok)	-
Makarizo Hair Vitamax			
Minyak Rambut			
Hairfood Smoothing Treatment	Melembutkan rambut dan melindungi rambut	Rambut tetap halus dan lembut	-

L'Oreal Elseve Oil	dari hawa panas alat <i>styling</i> (catok)		
Masker Rambut			
Dove Camomile Hair Mask	Menghaluskan dan melembutkan rambut	Rambut lembut dan halus	-
Lae Sa Luay Hair Smooth Keratin			
Makarizo Hair Creambath			
Samantha Hair Creambath			
Pewarna Rambut			
Miranda Hair Colour	Mewarnai rambut	Warna rambut merata	Rambut kering dan kaku
Miranda Hair Colour Bleaching	Mengoptimalkan pewarnaan rambut		
Pelindung Rambut			
Olaplex No.3 Repair, Protect, and Strengthen Hair	Melindungi rambut dari pewarnaan	Rambut tidak terlalu kering akibat pewarnaan	-
Hair Spray			
ACL Hair Spray	Menyempurnakan tatanan rambut	Tatanan rambut tahan lama dan rapih	Rambut kasar
Barbara Hair Spray			
Rudy Hadisuwarno Styling Hair Spray			
Hair Pomade			
Barber Pomade	Menyempurnakan tatanan rambut	Tatanan rambut rapih dan tahan lama	Rambut mudah lepek
Kenny Hair Pomade			

Dilihat dari **Tabel V.10** di atas menunjukkan bahwa kerusakan yang diakibatkan oleh produk pewarnaan dan penataan rambut seimbang dengan efek positif yang didapatkan dalam memaksimalkan penampilan *dance cover* saat tampil. Seperti halnya produk Miranda yang digunakan untuk mengubah warna rambut, hasil yang diperoleh memang maksimal namun pada saat yang sama menjadikan rambut kering dan kaku, begitupun dengan produk *hair spray* dan *pomade* yang berfungsi

membantu dalam penataan rambut saat melakukan koreografi dan mengakibatkan rambut kering dan berketombe. Meski demikian, hal ini tidak menghentikan *dance cover* untuk melakukan modifikasi terhadap rambut, sebab hal tersebut menjadi bagian dari totalitas untuk merepresentasikan diri semirip mungkin dengan *idol K-pop* saat tampil di atas panggung. Di luar dari modifikasi yang dilakukan *dance cover*, produk *haircare* juga berperan penting dalam mengoptimalkan tampilan rambut yang halus, lembut, dan mudah ditata.

V.2.4 Efek Penggunaan Produk *Bodycare* dan *Body Whitening* Terhadap Kulit Badan dan Penampilan

Bagian ini akan mengurai tentang efek positif dan negatif terhadap kulit badan dan penampilan dari produk *bodycare* dan *body whitening* yang kerap digunakan *dance cover*.

V.2.4.1 Efek Penggunaan *Bodycare* dan *Body Whitening* Terhadap Kulit Badan

Berikut **Tabel V.11** yang memuat efek positif dan negative yang ditimbulkan produk perawatan dan pemutih terhadap kulit badan.

Tabel V.11 Efek Produk <i>Bodycare</i> dan <i>Body Whitening</i> terhadap Kulit Badan			
Nama Produk	Efek yang Diharapkan	Efek Positif	Efek Negatif
Scarlett Brightening Body Lotion	Mencerahkan dan melembabkan kulit badan	Melembabkan dan mencerahkan	-
Scarlett Body Scrub	Membersihkan dan melembabkan kulit badan	Melembabkan	-
Berlala Body Spray Tone Up	Memutihkan kulit badan dengan instan	-	Kulit badan kering

Black Pome Whitening Body Lotion	Memutihkan kulit badan dengan instan	-	Kulit badan kering
Koejisan Skin Lightening Soap	Membersihkan dan memutihkan kulit badan	-	-

Bagi *dance cover* yang memiliki warna kulit kuning langsung (seperti Dayeon, Tiffany, dan Yuna) mereka menggunakan produk *body whitening* untuk memutihkan kulit badannya secara instan saat tampil di atas panggung. Meski efek yang diharapkan sesuai, produk ini alih-alih menimbulkan efek negatif terhadap kulit badan dimana produk *body whitening* menjadikan kulit kering. Bentuk inisiatif yang dilakukan *dance cover* dalam memulihkan yakni dengan mengandalkan produk *body lotion* dan *body scrub* merek Scarlett yang memberikan efek lembab dan cerah.

V.2.4.2 Efek Penggunaan Produk *Bodycare* dan *Body Whitening* Terhadap Penampilan

Tak hanya berdampak ke kulit badan, produk *bodycare* (seperti *body lotion* dan *body scrub*) dan *body whitening* juga berefek positif terhadap maksimalnya penampilan *dance cover*. Sebagaimana yang dipaparkan pada **Tabel V.12** berikut ini.

Tabel V.12 Efek Produk <i>Bodycare</i> dan <i>Body Whitening</i> terhadap Penampilan			
Nama Produk	Efek yang Diharapkan	Efek Positif	Efek Negatif
Scarlett Brightening Body Lotion	Mencerahkan dan melembabkan kulit badan	Kulit terlihat cerah seketika	-
Scarlett Body Scrub	Membersihkan dan Melembabkan kulit badan	Kulit terlihat bersih dan halus	-
Berlala Body Spray Tone Up	Memutihkan kulit badan dengan instan	Kulit badan setingkat lebih putih	-
Black Pome Whitening Body Lotion	Memutihkan kulit badan dengan instan		-

Koejisan Skin Lightening Soap	Membersihkan dan memutihkan kulit badan		-
----------------------------------	---	--	---

Produk *body lotion* dan *body scrub* menjadikan tampilan kulit lebih halus dan terlihat cerah. Dalam mengoptimalkan tampilan warna kulit, pemakaian *body spray* memutihkan kulit dengan sekali semprot tanpa menimbulkan efek negatif terhadap penampilan. Efek positif yang ditimbulkan dari pemakaian produk tersebut juga memaksimalkan penampilan *dance cover* saat tampil di atas panggung mengenakan kostum terbuka dan meningkatkan kepercayaan diri.

V.3 Kosmetik Menjadi Bagian dari Kehidupan Sosial *Dance Cover*

Bab ini akan mengurai tentang keterkaitan produk kosmetik dengan kehidupan sosial *dance cover*. Keterkaitan yang dimaksud yakni merawat dan merias menggunakan produk kosmetik disesuaikan dengan ruang sosial tempat *dance cover* berinteraksi serta perilaku tersebut dilakukan untuk mengoptimalkan presentasi diri, membangun impresi, menunjukkan identitas sebagai *idol K-pop*, dan kemudahan dalam mendapatkan pekerjaan.

Ritzer (2011:xxxv) mengungkapkan bahwa tubuh telah menjadi objek yang lebih diperhatikan oleh masyarakat ketimbang objek lain, seperti kendaraan, rumah, atau gawai. Sebagaimana yang dikatakan Ritzer, tubuh memiliki korelasi erat dengan penampilan sehingga kerap dioptimalkan untuk meningkatkan daya tarik estetika visual. Perbincangan mengenai tampilan tubuh dari kepala hingga kaki takkan ada habisnya dan individu

akan terus melakukan berbagai cara untuk terlihat menarik, salah satunya adalah merawat dan merias tubuh dengan mengandalkan kosmetik.

Perilaku merawat dan merias tubuh yang dilakukan *dance cover* disesuaikan dengan ruang sosial tempat mereka berinteraksi dan berkumpul dalam mengekspresikan diri. Secara sederhana, ruang sosial memiliki kontrol atas penampilan dan produk kosmetik yang digunakan. Saat akan tampil, *dance cover* merawat dan merias tubuh dengan pelbagai produk kosmetik secara totalitas sebagaimana merepresentasikan diri persis sama dengan *idol k-pop* di depan penggemar. Berbeda halnya saat berada di **lingkup keluarga, kerabat, teman sebaya, teman daring (sosial media)**, *dance cover* menggunakan produk lebih minim (berdandan *Korean look*) untuk tetap terlihat menarik. Artinya, ada perbedaan antara merepresentasikan diri saat tampil dan di lingkup keseharian. Berikut ungkapan Yijin dan Rose mengenai hal tersebut:

“Kalo lagi mau latihan itu cuma pake *lip tint* karena kan anak-anakji yang liat dirumah juga begitu, tapi kalo mau keluar atau ketemu banyak orang kayak *hangout* misalnya atau lagi kerja pastinya *makeup* sama optimalkan *facecare* juga, biar keliatan *fresh* sama menarik toh diliat sama orang. Beda lagi kalo mau tampil, kalo ini pastimi kita *makeup* tebal karena untuk ubah muka dan keliatan betul-betul mirip toh, jadi kayak pake kosmetiknya tergantungji dimanaki” (Yijin, 26 tahun, *freelancer, dance cover*).

“Saya kalo pake *makeup* tidak selamanya *bold*, itu tergantung mau kemana, ketemu siapa, kalo kayak keluar jalan ke mal ya pake *makeup* ringanji begitupun kalo lagi kerja, nah sama ini juga pake *facecare* nya. Kalo mau tampil *prepare facecare* nya banyak biar *makeup* nya *flawless*, tapi kalo hari-hari ndaji, *makeup* nya yang *Korean look* saja dan orang-orang *notice* kalo kita anak *K-pop*” (Rose, 25 tahun, pegawai bank Mandiri, *dance cover*).

Bagi anggota *dance cover*, merawat dan merias tubuh menjadi strategi dalam mengoptimalkan presentasi diri untuk terlihat menarik dan memukau di pandangan orang lain. Selaras dengan hal tersebut, berikut pendapat dari Yuna dan Chanwo:

“Merawat dan merias tubuh itu penting apalagi itu buatka lebih percaya diri dan bangun *impression* ke orang lain” (Yuna, 24 tahun, *freelancer, dance cover*).

“Apalagi di saat-saat tertentu biasanya lagi mau tampil nge-*dance* atau dikantor dan ketemu sama orang lain dan dipuji kayak “cakepmu atau bersihnya mukamu” atau pujian apapun itu, nah itulah yang kumau dengar dari orang-orang yang ketemu saya” (Chanwo, 27 tahun, model, *frontliner bank BCA, dance cover*).

Kutipan di atas menunjukkan bahwa strategi merawat dan merias tubuh adalah sebuah obsesi dalam menegaskan tampilan tubuh kepada orang lain. Sebagaimana yang dikemukakan Baudrillard (2011:165) bahwa orang-orang akan bersikeras secara sistematis untuk meyakinkan penampilan dirinya kepada individu lain. Hal ini juga berkaitan dengan kutipan dalam buku (Baudrillard, 2011:169) yakni “aku mulai sering mengunjungi salon kecantikan, laki-laki yang melihatku setelah ini melihatku lebih bahagia, lebih cantik”. Kutipan tersebut menjelaskan bahwa mendapatkan pujian adalah suatu kepuasan yang menandakan tubuh menjadi objek dari obsesi untuk selalu tampil memukau. Hal ini juga sejalan dengan yang dikemukakan (Foucault, 2000:226) bahwa perilaku merawat dan mengubah tampilan tubuh adalah strategi untuk mencapai kebahagiaan dan kesempurnaan.

Representasi diri kepada orang lain melalui daya tarik wajah, rambut, dan warna kulit dilakukan sesuai dengan parameter budaya yang dikonsumsi (Rudd, 1997:59). Budaya *Korean-pop* yang digandrungi *dance cover*, menciptakan standar penampilan ideal bagi mereka. Mulai dari wajah, rambut, dan warna kulit, *dance cover* ingin menegaskan dirinya sebagai *idol K-pop* versi Indonesia. Dalam studi antropologi mengungkapkan secara ekstensif bahwa penampilan dapat menandakan suatu identitas (Anderson, 2012:17), sebagaimana ditegaskan dengan dua pendapat dari Rose dan Tiffany berikut ini:

“Produk-produk kosmetik ini sangat membantu untuk tampil seperti *idol*. Habis pake kosmetik seperti face care, makeup, dan lain-lain itu buat lebih percaya diri, happy, dan orang-orang bisa puji kita bilang lucu kayak *idol*” (Rose, 25 tahun, pegawai Bank Mandiri, *dance cover*).

“Dengan rawat diri buatka lebih bersih dan kalau sudah *makeup* lebih pede dan kadangkali dibilangi mirip *idol*. Penggunaan produk kosmetik itu penting semua menurutku entah itu *body care*, *skincare*, dan lain-lain” (Tiffany, 21 tahun, model, *freelancer*, *dance cover*).

Kutipan tersebut menjelaskan bahwa kosmetik menjadi elemen untuk menciptakan identitas sosial, dimana hiasan dan dandanan *dance cover* mampu menjadi sinyal kuat dalam menunjukkan dirinya sebagai *idol K-pop*. Untuk itu, kosmetik tak hanya sebagai praktik kecantikan, pun juga menjadi sebuah ekspresi identitas (Davis, 1995; Gimlin, 2000; McCabe dkk, 2020:660)

Kecantikan juga berfungsi sebagai nilai tanda. (Baudrillard, 2011:107) mengemukakan bahwa “cantik” adalah satu dari modalitas syarat wajib fungsional yang berlaku bagi wanita dan pria dalam kesuksesan

mendapatkan pekerjaan. Baudrillard (dalam O'Connor & Gladstone, 2018:43) menegaskan bahwa orang dengan penampilan menarik lebih mudah membentuk jaringan sosial dan lebih berpeluang dalam mendapat pekerjaan. Berkaitan dengan pernyataan tersebut, anggota *dance cover* percaya bahwa penampilan merupakan objek yang paling diperhatikan dalam ruang sosial, sehingga mereka merawat dan merias tubuhnya dari rambut, wajah dan badan dengan menggunakan kosmetik dengan tujuan untuk memaksimalkan penampilan sebagai modal dalam menunjang karir mereka. Sebagaimana dikemukakan oleh Jeno dan Jennie berikut ini:

“Merawat tubuh itu harus, karena ini jadi aset dan investasi saya untuk kedepannya karena sekarang kita tidak bisa memungkiri kalo di dunia pekerjaan, penampilan menjadi hal yang sangat diperhatikan oleh petinggi-petinggi dan pejabat-pejabat yang ada di perusahaan karena kalau kita gak bisa menampilkan diri kita dengan baik ntah itu outfit, wajah yg keliatan fresh segar tiap harinya, pasti orang juga bilangnye “males banget liat orang ini, tidak menjaga penampilan” (Jeno, 25 tahun, model, *dance cover*).

“Menurutku tubuh wajib banget buat diperhatikan mulai dari *head to toe* sih, karena itu akan berpengaruh kemana-mana. Orangkan liatnya juga dari fisik kalau kita ngerawat tubuh itu bisa jadi daya tarik, misal kerjaan juga. Menurutku kalo nyari kerja, pasti mereka liatnya dari segi fisiknya apakah sesuai standar apa tidak. Penting dan mesti harus paling diperhatikan adalah tubuh” (Jennie, 27 tahun, *freelancer, dance cover*).

Kutipan di atas menunjukkan signifikansi merawat dan merias sebagai modal dalam mendapatkan pekerjaan. Hal ini menunjukkan bahwa keterikatan hubungan antara *dance cover* dengan kosmetik, menjerat mereka untuk terus menggunakannya. Penjelasan ini bersinggungan dengan tubuh sebagai objek obsesi budaya konsumerisme dimana seseorang berpijak pada transformasi “sebelum dan sesudah”. Polarisasi ini menciptakan citra baru sebagai suatu perubahan gaya dan kualitas

hidup yang lebih baik (Featherstone, 2010:197), sebagaimana dikemukakan oleh Taemin berikut ini:

“Produk kosmetik itu jadi barang yang penting, karena rawat muka, rambut, sama badan itu harus, jadi kalo habis beli lagi bahkan sebelum habis pun harusmi beli, biar nda ke *skip*. Begitupun juga dengan *makeup*, *styling* rambut, biar bisaki dilirik sama orang bilang *ih bersihnya itu, cakepnya*. Sama kalo mau cari kerja juga pasti yang diliat itu *look*, apalagi kalo jadi *dancer*, kasi menarik penampilan itu wajib, jadi memang itu harus, dan yang kurasakan setelah saya rawat kulitku, rambutku, sama *makeup* juga adalah *i'm so proud of myself* karena *I love myself so much* saat bisa menunjukkan *the best of me*” (Taemin, 26 tahun, *freelancer, dance cover*).

Ungkapan Taemin menunjukkan hasrat untuk terus tampil optimal dengan menjadikan kosmetik sebagai barang wajib yang terus menerus dikonsumsi dalam mewujudkan kepuasan atas penampilan yang diinginkan. Selaras dengan hal tersebut, tubuh menjadi sebuah kunci kenikmatan dan aktivitas budaya konsumen yang menstimulasi untuk terus mengonsumsi alih-alih menciptakan gaya hidup (Featherstone, 2010:197).

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1 Kesimpulan

Produk kosmetik signifikan berperan mengoptimalkan penampilan *AEON dance cover* dalam kehidupan sosial mereka, mulai dari kepala hingga kaki yang merupakan aset sebagai *dancer K-pop*. Wajah merupakan bagian tubuh yang paling menarik perhatian dan diutamakan. Dikarenakan wajah menjadi aspek totalitas untuk menentukan mirip atau tidaknya dengan *idol K-pop*. Riasan sempurna didapatkan dari penggunaan *facecare* yang maksimal. Oleh karenanya, produk kosmetik yang paling banyak digunakan dan bergantung bagi diri *dance cover* adalah *facecare* dan *makeup*.

Aspek totalitas kedua adalah rambut, sebab rambut merupakan bagian tubuh yang nampak dari kejauhan oleh penonton/penggemar. Perubahan bentuk dan warna rambut dilakukan untuk lebih mendapatkan kesan mirip dengan *idol K-pop* yang ditiru. Perawatan rambut juga menjadi poin penting agar rambut tetap bersih, halus, dan lembut meski acap kali dimodifikasi.

Kulit badan merupakan aspek eksternal ketiga yang berkaitan dengan performa di atas panggung. *Dance cover* yang memiliki warna kulit agak gelap, menggunakan *tone up body spray* dan *body lotion* untuk meningkatkan kecerahan kulit di bagian lengan, pergelangan tangan, betis, dan paha saat tampil. Sebelum tampil, *dance cover* juga kerap melakukan perawatan kulit badan (*body scrub* dan luluran di

salon kecantikan) dan efek yang dirasakan sepanjang perawatan menunjang penampilan.

Bereksperimen dengan cara penggunaan dan kombinasi produk, *dance cover* menerapkan prinsip “coba-coba” untuk memperoleh apa yang “cocok” dalam penggunaan produk kosmetik. Efek negatif yang minim dibanding efek positif dikarenakan produk dekoratif dan perawatan digunakan secara seimbang serta produk-produk yang digunakan telah berlisensi BPOM dan mengandung bahan kimia yang aman bagi tubuh. Penggunaan produk kosmetik pun sangat menunjang penampilan *dance cover* di atas panggung dan hari-hari biasa dalam merepresentasikan diri layaknya *idol K-pop* dan atau *idol bias*.

Produk kosmetik signifikan berperan mengoptimalkan penampilan *AEON dance cover* dalam kehidupan sosial mereka, mulai dari kepala hingga kaki yang merupakan aset sebagai *dancer K-pop*. Merawat dan merias diri menjadi “kewajiban”, bukan karena keinginan melainkan “keharusan” untuk mendapatkan impresi, menunjukkan identitas, dan sebagai modal dalam mendapatkan pekerjaan (di luar dari *dance cover*). Dengan demikian, *dance cover* akan terus mengonsumsi produk kosmetik dan masuk dalam lingkaran budaya konsumerisme yang berpijak pada modifikasi tubuh “sebelum” dan “sesudah” untuk menciptakan kepuasan dengan terus tampil optimal.

VI.2 Saran

Beragamnya produk kosmetik mulai dari yang bersertifikat BPOM dan yang mengandung merkuri akan terus dihadirkan melalui promosi media sosial dan televisi untuk mewujudkan obsesi akan standar penampilan. Maka *dance cover* dan pegiat produk kosmetik lainnya diharapkan lebih berhati-hati dalam memilih produk dan memerhatikan kandungan yang terdapat didalamnya. Sebab hal tersebut rentan akan risiko terjadinya iritasi jika produk yang digunakan mengandung bahan kimia berbahaya meski efek produk sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, S., dkk. 2021. "On Being and Becoming Beautiful: The Social Construction of Feminine Beauty", *Pakistan Social Sciences Review*, 5(2):403-413, <https://pssr.org.pk/issues/v5/2/on-being-and-becoming-beautiful-the-social-construction-of-feminine-beauty.pdf>, diakses pada 16 Desember 2022.
- Adi, G. K. H. 2019. *Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea pada Penggemar K-Pop di Semarang)*. Disertasi, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Amelia, P. 2017. "Perkembangan Penggunaan Produk Kosmetik di Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2):59-64, <https://doi.org/10.24123/jeb.v21i2.1637>, diakses pada 15 April 2023.
- Akhmad, R. A., dkk. 2018. "Fenomenologi Penggunaan Televisi dan Media Sosial dalam Menyikapi Budaya Pop Korea di Kalangan Remaja Makassar", *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1):16-22, <https://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/5246/2828>, diakses pada 5 Juli 2023.
- Anderson-Fye, E. P. 2012. "Anthropological Perspectives on Physical Appearance and Body Image", *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*, 1:15-22, <https://modificazione.files.wordpress.com/2015/06/anthropological-perspectives-on-physical-appearance-and-body-images.pdf>, diakses pada 25 Agustus 2022.

- Apriliani, dkk. 2021. "Fanatisme dan Perilaku Konsumtif pada Komunitas Penggemar *K-Pop* di Karawang", *Jurnal Empowerment*, 1(1):75-84, <http://journal.ubpkarawang.ac.id/mahasiswa/index.php/Empowerment/article/view/99> , diakses tanggal 07 Februari 2022.
- Apsari, D. 2017. *Identitas Crossdress Davinci Melalui Dance Cover K-pop (Studi Etnografi Komunikasi mengenai Boygroup Davinci)*. Disertasi, Universitas Airlangga, Surabaya.
- Arum, F. M. 2019. *Perlindungan Konsumen Terhadap Jual Beli Kosmetik Melalui Instagram Ditinjau dari Hukum Positif dan Etika Bisnis Islam*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, Tulungagung.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. 2018. *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi ke-5. Online*, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/aplikasi>, diakses pada 31 Mei 2022.
- Baudrillard, J. P. 2011. *Masyarakat Konsumsi*. Jakarta: Kreasi Kencana.
- Berliana, B. 2020. *Impression Management Profesi penari Cross Dress dalam Komunitas K-pop Dance Cover Surabaya*. Disertasi, Universitas Airlangga, Surabaya
- Delafrooz, N dkk. 2017. "The Effect of Social Media on Costumer Loyalty and Company Performance of Insurance Industry", *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3):254-264, <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/4912> , diakses pada 19 Mei 2022.
- Elianti, L. D., dan Pinasti, V. I. S. P. 2018. "Makna Penggunaan *Makeup* Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta)", *E-Societas*, 7(3):1-18,

<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/societas/article/view/12536/12082> , diakses pada 20 Maret 2023.

Ellora, D. 2019. "Kulit Terasa Perih Saat Mengaplikasikan Produk Skincare? Bisa Jadi Ini Penyebabnya", *Beauty Journal.id*, <https://journal.sociolla.com/beauty/penyebab-kulit-perih-saat-menggunakan-skin-care/> , diakses pada 15 Juli 2023.

Fadilah, H. M. 2015. *Pengaruh Korean Wave terhadap Perubahan Gaya Hidup Remaja: Studi Kasus terhadap Grup Cover Dance Korean Pop di Kota Bandung*. Tesis, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Fa'izah, A.N. 2017. *Dendong dan Tetong: Bekerja dan Feminisasi Tubuh Waria di Jakarta*. Dalam *Bukan Narkoba Bisa Berbahaya: Produk Kimia, Aspirasi, dan Kehidupan Remaja* oleh Nurul Ilmi Idrus & Pande Made Kutanegara (Editor). Yogyakarta: Pustaka Pelajar, halaman 33-63.

Featherstone, M. 2010. "Body, Image, and affect Consumer Culture", *Body and Society*, 16(1):193-221, <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/1357034X09354357> , diakses pada 16 Desember 2022.

Fella, S., dan Sair, A. 2021. " 'Menjadi Korea': Melihat Cara, Bentuk dan Makna Budaya Pop Korea Bagi Remaja di Surabaya", *Journal of Urban Sociology*, 3(2):7-19, <https://journal.uwks.ac.id/index.php/sosiologi/article/view/1232/940> , diakses pada 16 Desember 2022.

Foucault, M. P., dkk. 2022. "Technology of The Self". *Dalam Essensial Works of Foucault, 1954-1984* by Michael Foucault, Paul Rabinow, and James D. Fabion. London: Penguin, pp. 223-251

- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. 2020. "Media Sosial dan Perilaku Konsumtif", *Prologia*, 4(2):435-439, <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/6997/5917>, diakses pada 25 Desember 2022.
- Hermawan, G. F. F. 2016. "Pemaknaan Gaya Hidup *Dance Cover Poison* di Kota Bandung", *E-Proceeding of Management*, 3(1):872-88, <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3320>, diakses pada 1 Maret 2022.
- Idrus, I. N., dan Kutanegara, M. P. 2017. Chemical Youth: Remaja, Metode, Aspirasi, dan Kejadian. Dalam *Bukan Narkoba Bisa Berbahaya: Produk Kimia, Aspirasi, dan Kehidupan Remaja* oleh Nurul Ilmi Idrus & Pande Made Kutanegara (Editor). Yogyakarta: Pustaka Pelajar, halaman 2-32.
- Idrus, N. I., dan Hymans, T. D. 2014. "Balancing Benefits and Harm: Chemical Use and Bodily Transformation Among Indonesia's Transgender Waria", *International Journal of Drug Policy*, 25(4):789-797, <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0955395914001637?token=9F43EE69D03A19AC2C2837F2E55E4C37A2F107A40C4691EF37D4B44FC755032D605B8B7663D96D0050D9ED0F7E5AE2B3&originRegion=eu-west-1&originCreation=20230108135459>, diakses pada 25 Desember 2022.
- Indrayani, H. 2019. "Pembentukan Identitas Diri pada Komunitas *Light Galaxy* di Semarang", *Jurnal Audience*, 2(2):176-189, <https://publikasi.dinus.ac.id/index.php/audience/article/view/2712>, diakses pada 13 April 2022.
- Juliana, F.R. 2022. "'Lapar Mata':Mahasiswi, Kecantikan, dan Perilaku Konsumtif", *Emik*, 5(1):1-22,

<https://doi.org/10.46918/emik.v5i1.1224> , diakses pada 18 Maret 2023.

Jones, D. C., dkk. 2004. "Body Image and The Appearance Culture Among Adolescent Girls and Boys: An Examination of Friend Conversations, Peer Criticism, Appearance Magazines, and The Internalization of Appearance Ideals", *Journal of Adolescent Research*, 19(3), 323-339, <https://journals.sagepub.com/doi/epdf/10.1177/0743558403258847> , diakses pada 20 September 2022.

Kartikasari, M. 2017. *Presentasi Diri Remaja Muslim dalam Dunia Hiburan (Studi Dramaturgi Grup Cover Dance K-pop A&JELL)*. Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Banten.

Kenzy, Y. M. N. 2020. "Presentasi Diri Grup *K-pop Cover Dance* (Studi Dramaturgi pada Grup *K-pop Cover Dance Sinister*". *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 3(2):104-111, <http://jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JIK/article/view/166> , diakses pada 12 Mei 2022.

Malysse, S. 2012. "The Body Appearance in Anthropology: Cultures, Stories, and Way to See It", *Opus Corpus, Anthropology of Corporal Appearance*, 001-005, https://www.academia.edu/4352027/The_Body_s_appearance_in_Anthropology_Cultures_Stories_and_Ways_to_see_it , diakses pada 17 Desember 2022.

Maraya, E. 2021. *Dekonstruksi Makna Maskulinitas Melalui Trend Korean Populer (K-Pop) pada Penggemar K-Pop di Kota Makassar*. Disertasi, Universitas Negeri Makassar, Makassar

- Maulana, I. R., dan Paramita, S. 2020. "Viral Marketing Berbasis Komunitas (Studi Kasus terhadap *Dance Cover Playcrew*)", *Prologia*, 5(1):101-107, <https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/view/8153>, diakses pada 25 Februari 2022.
- McCabe, M., dkk. 2020. "Women, Makeup, and Authenticity: Negotiating Embodiment and Discourses of Beauty", *Journal of Consumer Culture*, 20(4):656-677, <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/1469540517736558>, diakses pada 24 September 2022.
- Milania, M. K dan Muktiono, D.I. 2014. *Masculinity of Male Dance Cover Performers While Impersonating Korean Girlband*. Tesis, Jurusan Bahasa Inggris, Airlangga University, Surabaya.
- Muliyawan, D., dan Suriana, N. 2013. *A-Z Tentang Kosmetik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputerindo.
- Mustomi. D., dan Puspasari, A. 2020. "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1):133-147, https://unars.ac.id/ojs/index.php/cermin_unars/article/view/496, diakses pada 19 Mei 2022.
- Monika, Z. 2020. *Aktivitas Remaja Komunitas Dance Cover K-Pop (Studi Kasus: 2 Komunitas Dance Cover K-Pop di Kota Padang)*. Disertasi, Universitas Andalas, Padang.
- Nasrum, N., dan Bungawati, A. 2015. "The Perception of Makassar's Teenagers Toward Korean Drama and Music (Case Study On Makassar Korean Lovers Community)", *English and Literature Journal*, 2(1):66-80, <https://journal.uin->

alauddin.ac.id/index.php/elite/article/view/3383 , diakses pada 2 Maret 2022.

Noviana, R. S. 2021. *Identifikasi dan Penentuan Kadar Zat Hidrokuinon pada Krim Pemutih Racikan Klinik Kecantikan yang Beredar di Kota Jambi dengan Menggunakan Spektrofotometri UV-VIS*. Disertasi, Universitas Jambi, Jambi.

Nurhadi, Z. F. 2019. "Presentasi Diri Grup *K-Pop Cross Cover Dance* Grup *EX(SHIT)*", *Commed, Jurnal Komunikasi dan Media*, 4(1):49-63, <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/1394> , diakses pada 20 April 2022.

O'Connor, K. M., dan Gladstone, E. 2018. "Beauty and Social Capital: Being Attractiveness Shapes Social Networks", *Social Networks*, 5(2):42-47, <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378873315301428?via%3Dihub> , diakses pada tanggal 20 Desember 2022.

Pea, I. C. R. 2020. "Riasan Wajah Sebagai Bagian Gambar Diri: Bukan Sekadar Kewajiban Atau Hasrat", *Indonesian Journal of Theology*, 8(1):42-61, <https://indotheologyjournal.org/index.php/home/article/view/154/199> , diakses pada 30 Oktober 2022.

Perdini, T. A., dkk. 2022. "Self-Presentation Analysis of The K-pop Dance Cover Community Member", *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(10):139-149, <https://ijmmu.com/index.php/ijmmu/article/view/4016/3543> , diakses pada 9 Desember 2022.

Purbohastuti. 2017. "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi", *Jurnal Tirtayasa Ekonomika*, 12(2):212-231,

<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JTE/article/view/4456>, diakses pada 20 Maret 2022.

Puspita, A dkk. 2018. *Komodifikasi Dancer K-Pop Dance Cover (Studi Analisis Deskriptif Komodifikasi Motif Sosial dan Ekonomi Dancer K-Pop Dance Cover pada U-Cee (Universe Cover Ease Entry Solo)*. Disertasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.

Putri, C.R. 2017. Tubuhku, Modalku: Upaya memaksimalkan penampilan Sexy Dancer di Yogyakarta. Dalam *Bukan Narkoba Bisa Berbahaya: Produk Kimia, Aspirasi, dan Kehidupan Remaja* oleh Nurul Ilmi Idrus & Pande Made Kutaneegara (Editor). Yogyakarta: Pustaka Pelajar, halaman 65-96.

Putri, V. K., dan Reese, M. 2016. "The Impact of Korean Wave on Young Indonesian Females and Indonesian Culture in Jabodetabek Area", *Emerging Markets: Business and Management Studies Journal* 4(1):35-53, <https://journal.sgu.ac.id/ijembm/index.php/ijembm/article/view/60/24> , diakses pada 3 Januari 2023.

Rahmawaty, A. 2020. "Skincare Role That can Treat or Damage Skin Barrier", *Berkala Ilmiah Mahasiswa Farmasi Indonesia*, 7(1):005-010, <https://bimfi.e-journal.id/bimfi/article/view/32/11> , diakses pada 25 Oktober 2022.

Rarasati, O. A., dan Pinasti, V. I. S. 2018. *Realita Belakang Panggung K-pop Cross Cover Dance (Studi pada Grup K-pop Cross Cover Dance War School)*. Tesis, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.

Rudd, N. A. 1997. "Cosmetics Consumption and Use Among Women: Ritualized Activities That Construct and Transform The Self",

Journal of Ritual Studies, 11(2): 59-77,
<https://www.istor.org/stable/44368986>, diakses 29 November 2022.

Rodgers, C. 2022. "How to Determine Your Skin Type, Color dan Undertones. *Loreal Paris*.<https://www.skincare.com/expert-advice/skin-care-advice/skin-color-chart#:~:text=Whereas%20there%20are%20generally%20three,a%20vast%20spectrum%20of%20tones>, diakses 12 Juni 2023.

Sabrina, D., dan Utami, L. S. R. 2020. "Pembentukan Identitas Diri Para Pelaku *Cover Dance K-Pop* di Jakarta", *Jurnal Koneksi*, 3(2):351-357, <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/6391>, diakses pada 13 April 2022.

Setyani, Y dan Muktiono, D, I. 2017. *The Meaning of Imitation amongst K-Pop Cover Dancers in Surabaya*. Tesis, Jurusan Bahasa Inggris, Universitas Airlangga, Surabaya.

Setyarsih, E. 2016. "Hubungan antara Fanatisme Penggemar Boyband Korea (Super Junior) dengan Solidaritas Sosial di Komunitas ELF Surakarta", *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2):3-62, <https://jurnal.uns.ac.id/jas/article/view/18196/14838> , diakses pada 3 Januari 2023.

Setiadin, R. R. 2020. *Dramaturgi dalam Identitas Dance Cover Daphney*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Jakarta, Jakarta.

Sertifikasi Sarana Kosmetika. 2020. Direktorat Pengawasan Kosmetik. Jakarta: Badan Pengawasan Obat dan Makanan

Siena, B., dan Claire, L. 2020. *The Korean Beauty Industry: How does it Affect its Society?*, Mossiat Amélie, <https://www.lem.lu/pdf/memoires/201920/BARONE,%20Siena;%20>

[LEONARD,%20Claire \(3CG\) The%20Korean%20Beauty%20Industry.pdf.pdf](#) , diakses pada 16 Desember 2022.

Spradley, James P. 1979. *The Ethnographic Interview*. Belmont, California: Wadsworth Group.

Suwito, W. 2010. “Bakteri yang Sering Mencampuri Susu: Deteksi, Patogenesis, Epidemiologi, dan Cara Pengendaliannya”, *Jurnal Litbang Pertanian*, 29(3):96-100, <https://media.neliti.com/media/publications/122473-ID-bakteri-yang-sering-mencemari-susu-detek.pdf> , diakses pada tanggal 5 November 2022.

Synnot, Anthony. 2003. *Tubuh Sosial Simbolisme, Diri, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Jalasutra.

Tresna, K. A. A. D., dkk. 2021. “Celebrity Worship and Body Image Among Young Girls Fans of K-pop Girls Groups”, *Humanitas Indonesian Physiological Journal*, 18(2):100-111, http://repository.ubaya.ac.id/40110/3/Monique_Celebrity%20worship%20and%20body%20image%20among%20young%20girls%20fans%20of%20K-pop%20girl%20groups%20%28Humanitas%20Vol.%2018%20%282%29%2C%20August%202021%29.pdf , diakses pada 25 Desember 2022.

Widiastuti, R. 2016. “Membaca Rambut Perempuan di Media Massa”, *Jurnal Komunikasi*, 2(2):373-382, <https://journal.uui.ac.id/jurnal-komunikasi/article/view/6287/5666> , diakses pada 2 November 2022.

Wiharsari, J. C. 2019. *Konsep Kecantikan dan Pemanfaatan Produk Kosmetik Wajah pada Mahasiswa Surabaya*. Disertasi, Universitas Airlangga, Surabaya.

- Windiani, W., dan Rahmawati, F. N. 2016. "Menggunakan Metode Etnografi dalam Penelitian Sosial", *DIMENSI-Journal of Sociology*, 9(2):87-92, <file:///Users/andiirmasaraswati/Downloads/3747-8979-1-SM.pdf>, diakses pada 17 Juni 2022.
- Wulandari, S. A., dkk. 2019. "Classification of Normal, Oily and Dry Skin Types Using a 4-Connectivity and 8-Connectivity Region Properties Based On Average Characteristic of Bound", *J. Transform*, 17(01), 78-87, <https://journals.usm.ac.id/index.php/transformatika/article/viewFile/1341/1081> , diakses pada 7 Oktober 2022.
- Yuliana, B. 2018. *Identitas Diri Remaja Penyuka Musik Pop Korea dalam Dance Cover (Studi Deskriptif Tentang Interaksionisme Simbolik Remaja dalam Kelompok Dance Cover di Jakarta)*. Skripsi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta.