

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan ini negara Korea Selatan berhasil menyebarkan budaya populer mereka ke dunia internasional. Menurut Mukerji dalam Adi (1991:10), budaya populer merupakan kepercayaan, objek, dan praktik yang tersebar secara meluas di masyarakat. Salah satu fenomena terbesar budaya populer Korea Selatan yang kita ketahui adalah *Korean Wave*. Pada mulanya *Korean Wave* berkembang pesat ketika drama Korea yang berjudul “*What is Love All About*” disiarkan oleh salah satu stasiun TV di China. Semenjak saat itu aspek-aspek budaya yang lainnya juga ikut terkenal seperti *K-food*, *Kpop*, *K-Fashion*, dan *K-beauty*. Pola perilaku masyarakat Indonesia khususnya dikalangan generasi Z berubah secara tidak langsung akibat dari terpengaruhnya *Korean Wave*. Segala suatu hal yang ditampilkan oleh media tentang Korea Selatan terlihat menarik oleh generasi Z.

Generasi Z sekarang ini banyak yang menggunakan *make up* untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka terutama perempuan. *Make up* merupakan seni merias wajah dengan tujuan mempercantik dan menutupi kekurangan pada kulit wajah menggunakan alat *make up* dan kosmetik untuk membuat wajah lebih terlihat ideal. *Make up* dalam bahasa Indonesia artinya sama dengan berdandan. Menurut (KBBI, 2005), dandan memiliki arti menggunakan pakaian dan alat – alat rias, memperbaiki, dan menjadikannya lebih rapi. *Make up* meliputi bedak, *lipstick*, *blush on*, *eyeshadow*, dan yang lainnya. kosmetik yang penggunaannya di wajah :

1. Bedak : campuran tepung pati dengan bahan pengharum terkadang juga dicampur dengan pelembab, antiseptik, dan penahan sinar ultraviolet. Bedak

berfungsi untuk menutupi flek – flek hitam, menutupi kulit berjerawat, membuat wajah lebih berseri, dan meratakan warna kulit.

2. *Lipstick* : kosmetik yang digunakan untuk mewarnai bibir sehingga membuat ekspresi pada wajah lebih menarik
3. *Blush on* : bedak kemerahan yang membuat pipi terlihat lebih merona sehingga penampilan terlihat lebih muda.
4. *Eyeshadow* : salah satu jenis kosmetik yang diaplikasikan di area kelopak mata. Fungsi dari *eyeshadow* adalah untuk mempercantik kelopak mata dan membuat penampilan terlihat lebih *fresh*.

Di Korea Selatan sendiri, *make up* sangat luar biasa berkembang karena mayoritas masyarakat mereka menjadikan kecantikan sebagai hal yang sangat digemari. Mereka melakukan *branding* bahwa wanita harus selalu tampil cantik sebagai contohnya ketika mereka berusia 17 tahun orang tua mereka akan menghadiahkan operasi plastik sebagai kado ulang tahun sesuai dengan keinginan mereka dan membuat mereka tampil lebih cantik. Anggapan bahwa tren *make up* di Korea Selatan sebagian besar telah menjadi tolak ukur standar kecantikan perempuan di Asia, berbagai produk *make up* korea berhasil di ekspor ke berbagai negara. Hal ini terbukti dengan data yang berasal dari Kementerian Keamanan Obat dan Makanan di Korea Selatan bahwa pada tahun 2017 perdagangan *make up* korea keluar negeri meningkat 36,6% dari 2.9 triliun won menjadi 3.92 triliun won dan Indonesia menjadi salah satu negara yang mengimpor *make up* Korea. Pada tahun 2018, berdasarkan dari data Kementerian Perindustrian 22,31% dari USD 850,15 juta adalah nilai mengimpor produk Korea Selatan.

Di Indonesia *make up* bukan lagi sebuah keinginan (*wants*), tetapi sebuah kebutuhan (*needs*). Melihat fakta tersebut Indonesia menjadi pasar yang menarik bagi negara Korea Selatan ditambah lagi pengaruh *Korean Wave* mulai dari K- drama lalu ke Kpop kemudian ke era *make up*. *Korean make up* marak digunakan di Indonesia karena ternyata jenis kulit wanita Indonesia dan wanita Korea sama meskipun warnanya sedikit berbeda kalau wanita Indonesia cenderung memiliki kulit yang berwarna sawo matang, sedangkan warna kulit wanita Korea cenderung lebih cerah dan berwarna putih. Sepanjang Juli – September 2019, ZAP Clinic dan MarkPlus Online melakukan survei dengan responden perempuan sebanyak 6.460 orang tentang perilaku tiga generasi di dunia kecantikan yaitu generasi X(45-65 tahun), Gen Y (23-44 tahun), dan Gen Z (13-22 tahun). Dan hasil survey menunjukkan bahwa Generasi Z tiga kali lebih banyak menggunakan *make up* dibandingkan dengan Gen X dan Gen Y. 3 generasi tersebut menggunakan *make up* untuk menutupi wajah yang jerawat, bekas jerawat, dan mata panda (ZapClinic:2020).

Para penggemar Kpop di kalangan generasi Z mulai mengikuti tren *make up* wanita Korea selatan yang sering disebut *make up no make up* yaitu kondisi dimana tetap memakai *make up* tetapi tetap terlihat alami seperti tidak memakai *make up*. Tren *make up* ala Korea berhasil membuat para perempuan gen Z tertarik mempelajari berbagai tema *make up* Korea dari berbagai sumber seperti youtube, pinterest, dan lain – lain. *Make up* ala Korea dinilai sangat cocok untuk generasi Z karena *make up*nya tidak terlalu berlebihan.

Untuk mahasiswi sendiri *make up* berfungsi untuk mempercantik diri mereka. Dengan perkembangan zaman yang semakin *modern*, mereka harus terus mengikuti perkembangan yang terjadi di Indonesia bahwa kecantikan itu harus dirawat oleh

setiap wanita. Mahasiswa menyadari bahwa perempuan yang terlihat lebih cantik dan menarik akan diperlakukan lebih spesial daripada perempuan yang biasa saja dan hal ini menjadi salah satu faktor yang membuat mereka senang menggunakan *make up* dengan tujuan agar terlihat lebih tredi, menarik, dan modis.

Melihat kondisi di Universitas Nasional, diperkirakan bahwa Kpop juga mempengaruhi mahasiswa jurusan Bahasa Korea di Universitas Nasional terutama yang termasuk dalam gen Z untuk merias wajah mereka dengan *make up* gaya korea. Peneliti berasumsi bahwa mahasiswa gen Z di Universitas Nasional saat ini, merias wajah mereka dengan gaya *Korean make up* dipengaruhi oleh ketertarikan mereka terhadap *Korean Pop*.

Kepopuleran Kpop yang semakin hari semakin berkembang membuat peneliti tertarik untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi alasan mengapa perempuan gen Z di jurusan Bahasa Korea Universitas yang merupakan penggemar Kpop banyak yang mengikuti *make up* ala Korea.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan diatas maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi perempuan gen Z merias wajah mereka dengan *make up* ala idol kpop ?
2. Gaya *make up* idol korea seperti apa yang paling disukai mahasiswa jurusan Bahasa Korea ?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui faktor apa saja yang menjadi pengaruh perempuan gen Z merias wajah mereka dengan *make up* ala idol Kpop
2. Mengetahui gaya *make up* idol korea seperti apa yang paling disukai mahasiswi jurusan Bahasa Korea.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan para penggemar Kpop tentang pengaruh Kpop terhadap gaya *make up* perempuan gen Z di Universitas Nasional dan mengetahui tujuan perempuan gen Z di Universitas Nasional mengapa menggunakan *make up*.

1.5 Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2019:18), metode penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilandasi oleh filsafat *postpositivisme* yang digunakan untuk meneliti objek yang alamiah dimana si peneliti sebagai instrumen kunci dan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis datanya bersifat kualitatif, dan hasil penelitiannya lebih menekankan makna dari generalisasi. Penelitian ini dilakukan di Universitas Nasional yang terletak di Jl. Sawo Manila, Pejaten, Jakarta Selatan. Subjek penelitian ini adalah mahasiswi dengan rentan usia 18 – 21 tahun.

1.6 Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dengan cara melakukan wawancara dan sumber datanya adalah narasumber individu. Menurut Umi Narimawati (2008;98), dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif” data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama. Datanya tidak tersedia dalam bentuk file – file melainkan tersedia melalui narasumber, yaitu orang yang dijadikan objek penelitian atau sebagai sarana mendapatkan data atau informasi.

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang dihasilkan secara tidak langsung melalui media perantara dan dicatat oleh orang lain (Indriantoro 1999:147). Sumber data sekunder dipenelitian ini diperoleh dari jurnal, artikel, *e-book*, dan pustaka lain yang dijadikan rujukan untuk penelitian ini.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi data. Menurut Sugiyono (2015:83), triangulasi data adalah teknik pengumpulan data dengan cara menggabungkan sumber dan data yang telah ada. Data yang diperoleh dihasilkan melalui membandingkan data hasil wawancara yang dilakukan oleh 10 narasumber dengan hasil observasi di lapangan.

Menurut Ridwan dalam Buchari Alma (2015: 10), populasi merupakan karakteristik hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian secara keseluruhan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Mahasiswi Bahasa Korea angkatan 2022 yang berjumlah 112 orang. Yang terdiri dari 98 orang mahasiswi kelas reguler dan 14 orang mahasiswi kelas karyawan.

1.7 Sistematika penulisan

Penelitian ini memiliki rumusan sistematika sebagai berikut :

Bab 1 merupakan bab pendahuluan. Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, sumber data, dan sistematika penulisan.

Bab 2 merupakan bab kerangka teori. Bab ini terdiri dari tinjauan pustaka dan landasan teori.

Bab 3 merupakan bab analisis dan pembahasan. Bab ini terdiri dari analisis, pembahasan, dan hasil pembahasan.

Bab 4 terdiri dari kesimpulan dan saran.

