

## **PERBEDAAN PENERAPAN TEKNIK FLAWLESS COMPLEXION OLEH MUA GENERASI Z DAN MILENIAL SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KOMPETENSI MAHASISWA TATA KECANTIKAN**

**Dina Akmalina<sup>1</sup>, Sarah Sakila Ramadhani<sup>2</sup>, Nadiya Nur Fakhira<sup>3</sup>, Mia Hafizah  
Tumangger<sup>4</sup>, Amanda Silvi<sup>5</sup>, Pramesti Adika Ratri<sup>6</sup>, Diannita Sari Yusuf<sup>7</sup>**  
[dinaakmalina20@students.unnes.ac.id](mailto:dinaakmalina20@students.unnes.ac.id)<sup>1</sup>, [sarahsakila27@students.unnes.ac.id](mailto:sarahsakila27@students.unnes.ac.id)<sup>2</sup>,  
[nadiyanurfakhira24@students.unnes.ac.id](mailto:nadiyanurfakhira24@students.unnes.ac.id)<sup>3</sup>, [miahafizahtumangger30@mail.unnes.ac.id](mailto:miahafizahtumangger30@mail.unnes.ac.id)<sup>4</sup>,  
[byamandasilvi@gmail.com](mailto:byamandasilvi@gmail.com)<sup>5</sup>, [pramestiadika@mail.unnes.ac.id](mailto:pramestiadika@mail.unnes.ac.id)<sup>6</sup>, [diannita0706@gmail.com](mailto:diannita0706@gmail.com)<sup>7</sup>  
**Universitas Negeri Semarang**

### **ABSTRAK**

Industri kecantikan di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri dan perkembangan media sosial. Salah satu tren yang populer adalah teknik flawless complexion, yaitu teknik rias wajah untuk menghasilkan tampilan kulit halus, natural, dan tahan lama. Perkembangan media sosial turut memengaruhi perbedaan gaya rias antara MUA Generasi Z dan Milenial. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan penerapan teknik flawless complexion oleh MUA Generasi Z dan Milenial, menganalisis perbedaannya, serta mengetahui implikasinya terhadap kompetensi mahasiswa Tata Kecantikan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif komparatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa MUA Generasi Z lebih mengutamakan hasil makeup natural, ringan, dan skin-like dengan teknik layering minimalis serta pengaruh kuat media sosial. Sementara itu, MUA Milenial cenderung menggunakan teknik layering kompleks, full coverage, dan fokus pada ketahanan makeup formal. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa penguasaan teknik makeup modern dan klasik, kemampuan adaptasi tren, kreativitas, serta literasi digital menjadi kompetensi penting bagi mahasiswa Tata Kecantikan agar siap bersaing di industri kecantikan era digital.

**Kata Kunci:** Flawless complexion, Makeup Artist (MUA), Kompetensi Tata Kecantikan.

### **ABSTRACT**

*The beauty industry in Indonesia is experiencing rapid growth in line with increasing public awareness of self-care and the rise of social media. One popular trend is the "flawless complexion" technique, a makeup technique designed to create a smooth, natural, and long-lasting skin finish. The development of social media has also influenced the differences in makeup styles between Gen Z and Millennial makeup artists. This study aims to describe the application of the flawless complexion technique by Gen Z and Millennial makeup artists, analyze the differences, and determine its implications for the competencies of beauty therapy students. The study employs a comparative descriptive qualitative approach, utilizing data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. Data were analyzed using the Miles and Huberman model. The results indicate that Gen Z makeup artists prioritize natural, light, and skin-like makeup results achieved through minimalist layering techniques, with a strong influence from social media. Meanwhile, Millennial MUAs tend to use complex layering techniques, full coverage, and focus on the longevity of formal makeup. This study also indicates that mastery of modern and classic makeup techniques, the ability to adapt to trends, creativity, and digital literacy are essential competencies for Beauty Therapy students to be prepared to compete in the digital-era beauty industry.*

**Keywords:** Flawless complexion, Makeup Artist (MUA), Beauty Skills.

### **PENDAHULUAN**

Industri kecantikan di Indonesia tengah berada pada fase pertumbuhan yang luar biasa dan terus menunjukkan tren positif dari tahun ke tahun. Berdasarkan data Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) yang dikutip oleh Kementerian Perindustrian, jumlah pelaku usaha kosmetik di Indonesia mengalami peningkatan dari 819 usaha pada tahun 2021

menjadi 913 usaha pada tahun 2022, setara dengan pertumbuhan sebesar 20,6% (Kemenperin, 2023). Pada pertengahan tahun 2023, angka tersebut kembali melonjak menjadi 1.010 perusahaan, mencerminkan pertumbuhan sebesar 21,9% (Kemendagri, 2023). Tren ini terus berlanjut sehingga pada akhir tahun 2023, jumlah pelaku usaha kosmetik diperkirakan mencapai 1.039 pelaku, dengan 89,2% di antaranya merupakan Industri Kecil dan Menengah (IKM) (Kemenperin, 2024).

Pesatnya pertumbuhan industri kecantikan nasional tidak terlepas dari meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap perawatan diri, perubahan gaya hidup, serta besarnya populasi usia produktif yang menjadi konsumen aktif produk kecantikan. Indonesia bahkan menempati posisi kedua sebagai negara konsumen produk kosmetik halal terbesar di dunia dengan nilai konsumsi mencapai USD 5,4 miliar pada tahun 2022 (State of Global Islamic Economy 2023/24 dalam Kemenperin, 2025). Kondisi ini membuka peluang besar tidak hanya bagi pelaku industri, tetapi juga bagi tenaga profesional kecantikan, termasuk makeup artist (MUA), untuk berkontribusi aktif dalam ekosistem industri yang terus berkembang ini.

Di tengah dinamika industri kecantikan yang terus bergerak, salah satu tren yang paling dominan dan banyak diminati adalah teknik *flawless complexion*. Secara teknis, *complexion* makeup merupakan rangkaian riasan dasar yang berfungsi meratakan warna kulit, menyamarkan noda dan ketidaksempurnaan, serta menciptakan permukaan halus sebagai landasan lapisan riasan berikutnya (Guinchard, 2022). Keberhasilan teknik ini sangat bergantung pada tiga aspek utama, yakni persiapan kulit (*skin-prep*) yang disesuaikan dengan jenis kulit, teknik aplikasi *layering* yang tepat, dan pemilihan produk yang kompatibel terutama *foundation oil-free* dan *silicone primer* (Nurhayati et al., 2025).

Penelitian Azzahra, et al., (2024) menjelaskan bahwa penggunaan *foundation liquid* memberikan pengaruh signifikan terhadap hasil rias wajah *flawless* makeup pada berbagai jenis kulit, termasuk kulit berminyak dan kering. Selain itu, penelitian Burhanuddin dan Maida (2024) menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan teknik *make up natural flawless* pada remaja putri memberikan dampak positif terhadap kepercayaan diri serta penguasaan teknik *merias*. Temuan tersebut menegaskan bahwa penguasaan teknik *flawless complexion* bukan hanya sekadar tren estetika, tetapi juga merupakan kompetensi teknis yang memerlukan pemahaman mendalam mengenai produk, anatomi kulit, dan prosedur aplikasi yang sistematis.

Popularitas teknik *flawless complexion* semakin meningkat seiring berkembangnya gaya riasan Korean *makeup look* yang menonjolkan tampilan kulit bercahaya (*glass skin*), efek dewy, dan hasil riasan alami yang *flawless*. Nurhayati et al. (2025) menjelaskan bahwa adaptasi gaya riasan Korea dalam tata rias modern mendorong para pelaku industri kecantikan, baik profesional maupun pemula, untuk terus mengembangkan penguasaan teknik *complexion* yang lebih presisi, natural, dan tahan lama.

Perkembangan pesat platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah membawa perubahan besar terhadap cara tren kecantikan terbentuk, berkembang, dan dikonsumsi oleh masyarakat. Kehadiran media sosial memungkinkan tren *makeup* menyebar secara cepat dan viral sehingga mampu memengaruhi jutaan pengguna dalam waktu singkat (Anagnostou, 2024). Dalam proses tersebut, para *beauty influencer* memiliki peran penting melalui berbagai konten yang mereka unggah, seperti tutorial *makeup*, *product review*, hingga *get ready with me (GRWM)*, yang secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian serta perilaku kecantikan pengikutnya.

Selain berfungsi sebagai media promosi, media sosial juga turut membentuk standar kecantikan baru di masyarakat digital. Tren riasan wajah *flawless* yang sering ditampilkan oleh para *beauty influencer* menjadikan tampilan kulit sempurna sebagai standar kecantikan

ideal (Peng & Hakimzadeh, 2025). Kondisi ini mendorong meningkatnya permintaan terhadap jasa makeup artist (MUA) yang mampu mengikuti tren sekaligus menguasai teknik riasan viral dengan hasil yang sesuai ekspektasi konsumen berbasis media sosial. Secara global, data menunjukkan bahwa sebagian besar perempuan Generasi Z pernah membeli produk kecantikan setelah mendapatkan rekomendasi dari kreator konten, yang menunjukkan kuatnya pengaruh media sosial dalam membentuk perilaku konsumen kecantikan masa kini.

Generasi Z (lahir 1997–2012) dan Milenial (lahir 1981–1996) menjadi kelompok yang mendominasi industri kecantikan Indonesia, baik sebagai konsumen maupun pelaku profesional di bidang makeup artist (MUA). Generasi Z rata-rata menggunakan enam produk makeup, sedangkan Milenial menggunakan lima produk, yang menandakan tingginya keterlibatan kedua generasi dalam dunia kecantikan (Databoks/Jakpat, 2023). Selain itu, Generasi Z aktif mengikuti beauty influencer untuk memperoleh informasi mengenai tren makeup dan skincare terbaru (Fathoni, et al., 2025). Perkembangan media sosial juga membuat profesi MUA semakin diminati karena didukung oleh ekosistem digital seperti Instagram dan TikTok sebagai sarana promosi dan pembelajaran teknik riasan. Dalam kondisi tersebut, MUA Generasi Z dan Milenial dituntut tidak hanya menguasai keterampilan teknis, tetapi juga mampu mengikuti tren serta memahami kebutuhan konsumen berbasis media sosial (Milovanska, et al., 2023).

Penelitian ini membahas penerapan teknik *flawless complexion* oleh MUA Generasi Z dan MUA Milenial, perbedaan teknik yang digunakan oleh kedua generasi tersebut, serta implikasinya terhadap kompetensi mahasiswa tata kecantikan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan teknik *flawless complexion* yang diterapkan oleh MUA Generasi Z dan MUA Milenial, menganalisis perbedaan penerapan teknik di antara keduanya, serta mengetahui implikasinya terhadap kompetensi mahasiswa tata kecantikan. Adapun manfaat penelitian ini secara teoretis diharapkan dapat menambah kajian dalam bidang tata kecantikan dan makeup artistry, sedangkan secara praktis bermanfaat bagi mahasiswa tata kecantikan, pendidik, serta praktisi MUA dalam mengembangkan keterampilan dan pemahaman terkait teknik *flawless complexion*.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif komparatif yang dilaksanakan di Semarang pada bulan April 2026. Subjek penelitian terdiri atas MUA Generasi Z, MUA Milenial, dan mahasiswa program studi tata kecantikan yang dipilih secara purposive berdasarkan pengalaman dan keterlibatan aktif dalam praktik riasan *flawless complexion*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap proses dan hasil riasan, wawancara mendalam, serta dokumentasi berupa foto hasil makeup. Instrumen penelitian meliputi pedoman observasi, pedoman wawancara semi-terstruktur, dan lembar dokumentasi yang disusun berdasarkan indikator kompetensi teknik *flawless complexion*.

Data dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan data dari ketiga kelompok subjek, serta triangulasi teknik dengan memverifikasi hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi secara terpadu agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Generasi Z (lahir antara 1997–2012) telah mengubah lanskap industri kecantikan secara fundamental, khususnya dalam praktik tata rias wajah. Sebagai generasi yang tumbuh

beriringan dengan perkembangan teknologi digital dan media sosial, MUA (Makeup Artist) Generasi Z memiliki pendekatan yang khas dalam menerapkan teknik *flawless complexion* sebuah metode riasan yang bertujuan menghasilkan tampilan kulit wajah halus, merata, dan natural tanpa terlihat berlebihan. *Complexion* dalam konteks tata rias merujuk pada rangkaian produk base makeup yang meliputi primer, color correction, foundation, concealer, hingga powder yang diaplikasikan secara sistematis untuk menciptakan permukaan kulit sempurna sebagai dasar keseluruhan riasan (Kushwaha, 2023).

Skin preparation merupakan fondasi utama dalam menghasilkan riasan yang tahan lama, natural, dan tidak mudah geser. MUA Generasi Z menempatkan tahapan ini sebagai prioritas sebelum penggunaan produk *complexion* karena memahami bahwa kondisi kulit yang bersih, terhidrasi, dan sehat sangat memengaruhi hasil akhir makeup. Penelitian Sabrina, et al., (2025) menunjukkan bahwa persiapan kulit sesuai jenis kulit menjadi faktor paling dominan dalam keberhasilan *complexion* tahan lama. Tahapan skin preparation yang umum dilakukan meliputi pembersihan wajah, penggunaan toner, serum, moisturizer, sunscreen, hingga primer untuk menyamarkan pori-pori dan meningkatkan daya tahan makeup (Mane & Rais, 2025). Formula skin prep – primer – produk *complexion* basah – loose powder dinilai efektif menghasilkan makeup yang tidak crack dan bertahan seharian. Tren ini sejalan dengan survei Jakpat (2024) yang menunjukkan bahwa Gen Z lebih mengutamakan skincare dibanding menambah variasi produk makeup, sehingga kualitas kulit dipandang sebagai investasi estetika jangka panjang.

Setelah skin preparation selesai, MUA Generasi Z melanjutkan pada tahap pengaplikasian foundation dan concealer dengan mengutamakan hasil akhir skin-like finish yang natural dan menyerupai tekstur kulit asli. Pemilihan foundation dilakukan dengan mempertimbangkan jenis kulit klien, di mana foundation oil-free dan primer berbasis silikon dinilai paling efektif untuk menghasilkan *complexion* tahan lama di iklim tropis Indonesia (Sabrina, et al., 2025). MUA Gen Z juga menerapkan konsep *buildable coverage*, yaitu membangun coverage secara bertahap agar makeup tidak terlihat cakey dan tetap ringan di wajah (Kamila, 2024). Selain itu, perkembangan brand kosmetik lokal seperti Mad for Makeup turut mendukung kebutuhan *complexion* Gen Z melalui produk concealer yang aman untuk kulit berjerawat serta pilihan shade yang lebih sesuai dengan undertone kulit Indonesia (Muthiah, 2024). Concealer diaplikasikan secara strategis pada area bawah mata, sudut bibir, dan sisi hidung untuk menyamarkan warna kulit yang tidak merata dengan hasil tetap natural. Beberapa MUA menggunakan teknik *baking* menggunakan loose powder untuk mencegah *creasing* dan meningkatkan ketahanan makeup, terutama di area bawah mata (Ardani, 2024).

Teknik *blending* menjadi salah satu kemampuan penting yang menentukan hasil riasan terlihat natural atau tidak. MUA Generasi Z dikenal menguasai berbagai teknik *blending* yang dipelajari melalui pendidikan formal maupun tutorial media sosial, dengan prinsip bahwa kualitas *blending* sangat memengaruhi hasil akhir makeup. Dalam praktiknya, beauty blender lembap digunakan untuk *blending* foundation dan concealer dengan teknik *stippling* atau menepuk-nepuk agar hasil lebih *seamless* dan tidak meninggalkan garis produk, sedangkan kuas foundation dan kuas *blending* digunakan untuk aplikasi yang lebih presisi di area tertentu (Yoganita & Mukti, 2024). MUA Gen Z juga menerapkan teknik *layering*, yaitu mengaplikasikan produk secara bertahap dan membiarkan setiap lapisan menyatu terlebih dahulu sebelum menambahkan produk berikutnya agar makeup tidak mudah crack atau bergeser (Sabrina, et al., 2025). Area seperti garis rahang, batas rambut, dan sekitar hidung menjadi fokus utama dalam proses *blending* untuk menghindari efek *topeng* yang tidak natural. Selain itu, teknik *blending* disesuaikan dengan kondisi kulit klien, seperti penggunaan spons setengah kering untuk kulit berminyak dan spons lebih lembap

untuk kulit kering agar hasil complexion tetap menyatu dengan baik (Manvi, et al., 2024).

Hasil akhir riasan identik dengan tampilan natural, skin-like, dan tetap terlihat flawless tanpa kesan makeup berlebihan. Berbeda dengan tren makeup generasi sebelumnya yang cenderung heavy coverage, MUA Gen Z lebih mengutamakan complexion yang ringan namun tetap mampu menyamarkan ketidaksempurnaan kulit. Hasil makeup yang ideal ditandai dengan tampilan kulit yang merata, tahan lama, serta memiliki dimensi wajah yang natural melalui penggunaan contour, blush, dan highlight yang menyatu dengan complexion (Hokkanen, 2024). Untuk menjaga ketahanan makeup, MUA menggunakan setting powder dan setting spray sebagai tahap akhir agar riasan tidak mudah bergeser dan tetap terlihat segar sepanjang hari (Ramadhani & Agrevinna 2025). Selain mengikuti tren global cenderung menyesuaikan hasil riasan dengan karakter dan kebutuhan klien sehingga tampilan akhir menjadi lebih personal dan autentik. Kebanyakan lebih memilih memadukan tren dengan gaya personal dibanding sekadar mengikuti tren viral. Dalam industri tata rias Indonesia, kemampuan menghasilkan complexion flawless dan relevan dengan tren menjadi salah satu kompetensi penting agar MUA mampu bersaing di dunia profesional (Lutfi & Megasari, 2024).

Teknik layering merupakan pendekatan khas MUA Milenial dalam menciptakan complexion yang tahan lama dan memiliki coverage tinggi. Berbeda dengan MUA Gen Z yang cenderung mengutamakan hasil ringan dan natural, MUA Milenial menerapkan prinsip build to last dengan membangun lapisan makeup secara bertahap agar riasan tetap stabil sepanjang acara. Proses layering dimulai dari penggunaan primer berbasis silikon untuk meratakan tekstur kulit dan meningkatkan daya rekat foundation, kemudian dilanjutkan dengan color corrector untuk menyamarkan permasalahan kulit tertentu sebelum foundation diaplikasikan (Sabrina, 2025). Foundation full coverage dan concealer diaplikasikan tipis secara bertahap menggunakan kuas atau beauty blender agar hasil tetap halus dan tidak cakey. Teknik ini dikenal sebagai thin and build, yaitu membangun coverage sedikit demi sedikit untuk menghasilkan complexion yang kuat namun tetap rapi (Lutfia et al., 2024). Pada tahap akhir, MUA Milenial menggunakan setting powder dan teknik baking untuk mengunci makeup, kemudian disempurnakan dengan setting spray agar seluruh lapisan menyatu dan lebih tahan lama. Produk seperti primer oil control, foundation long-wear, dan concealer full coverage menjadi komponen utama dalam teknik layering makeup formal profesional (Sahni & Gowda, 2025).

Salah satu ciri khas teknik flawless complexion MUA Milenial adalah penggunaan produk dengan formula full coverage untuk menghasilkan riasan yang tahan lama dan terlihat sempurna di berbagai kondisi pencahayaan, terutama pada acara formal seperti pernikahan dan wisuda. Foundation yang digunakan umumnya berupa liquid foundation full coverage dengan hasil semi-matte hingga matte, airbrush foundation untuk coverage merata dan tahan lama, serta cream-to-powder foundation yang mampu memberikan coverage tinggi sekaligus efek set powder (Ruan & Shuai, 2025). Penelitian Fauziah dan Khairunnisa (2023) menunjukkan bahwa pemilihan foundation sangat penting dalam riasan pesta karena harus mampu mengontrol minyak sekaligus menyamarkan hiperpigmentasi yang umum pada kulit perempuan Indonesia di iklim tropis. Selain foundation, MUA Milenial juga menggunakan concealer dengan coverage tinggi untuk menutupi lingkaran mata gelap, bekas jerawat, dan ketidaksempurnaan kulit lainnya, dengan tetap memperhatikan kesesuaian formula antara concealer dan foundation agar hasil makeup tidak pecah atau bergeser. Dari sisi pemilihan produk, MUA Milenial cenderung memilih brand premium yang telah terbukti kualitas dan ketahanannya, seperti Make Over dan Maybelline menunjukkan bahwa konsumen Milenial lebih mengutamakan kualitas dan reputasi brand dibanding harga.

Ketahanan riasan menjadi prioritas utama terutama untuk kebutuhan makeup

pengantin dan wisuda yang harus bertahan selama berjam-jam. Untuk mencapai hasil tersebut, MUA lama menggunakan setting spray profesional berformula long-wear yang mampu mengunci seluruh lapisan makeup agar tidak mudah luntur (Manvi, et al., 2024). Selain itu, diterapkan pula teknik khusus seperti penggunaan primer berlapis pada area tertentu, teknik sandwich powder dengan translucent powder di bawah foundation dan di atas concealer, serta penggunaan skincare waterproof untuk menjaga makeup tetap stabil meskipun terkena keringat atau air mata. Sabrina, et al., (2025) menunjukkan bahwa faktor seperti pencahayaan, suhu ruangan, kelembapan udara, hingga kebersihan alat makeup turut memengaruhi ketahanan riasan, sehingga MUA lama biasanya menyesuaikan teknik makeup dengan kondisi acara dan kebutuhan klien. Adanya layanan touch-up berupa kit berisi bedak, concealer, lipstik, dan setting spray agar makeup tetap terjaga selama acara berlangsung. Pendekatan ini mencerminkan profesionalisme dan pengalaman MUA Milenial dalam menghasilkan riasan formal yang tahan lama dan tetap rapi sepanjang hari.

Perbandingan teknik flawless complexion antara MUA Generasi Z dan MUA Milenial mengungkap perbedaan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga merefleksikan perbedaan nilai estetika, latar belakang pendidikan, orientasi karir, dan hubungan dengan ekosistem digital yang lebih luas. Survei Jakpat (2023) yang melibatkan 1.215 responden dengan komposisi 45% Gen Z dan 49% Milenial menemukan bahwa rata-rata penggunaan produk makeup Milenial (5 produk pada 2022, turun menjadi 4 produk pada 2023) lebih banyak dibandingkan Gen Z (dari 6 produk pada 2022 menjadi 5 produk pada 2023). Data ini, meskipun mencerminkan tren minimalis yang melanda kedua generasi, mengindikasikan bahwa secara historis Milenial membangun kompleksitas riasan yang lebih tinggi—sebuah cerminan dari pendekatan teknis yang berbeda antara kedua generasi. Insight Factory by SOCO (2024) melaporkan bahwa Gen Z mendominasi 54% konsumen Sociolla pada 2023, sementara Milenial mengikuti dengan 41%, dengan perbedaan perilaku berbelanja yang signifikan: Gen Z memilih produk berdasarkan penawaran terbaik, sementara Milenial bersedia membayar lebih untuk kualitas.

Perbedaan gaya makeup antara MUA Gen Z dan MUA Milenial menunjukkan dua filosofi estetika yang berbeda. MUA Gen Z lebih mengutamakan konsep skin-like dengan hasil makeup yang natural, ringan, dan tetap memperlihatkan tekstur asli kulit sehingga tampak segar dan autentik. Sebaliknya, MUA Milenial cenderung menerapkan konsep “perfection through craft” dengan hasil riasan yang lebih tegas, full coverage, dan detail melalui teknik contouring, highlighting, serta layering produk secara presisi. Permatasari, et al., (2026) menjelaskan bahwa glam makeup yang identik dengan MUA lama menonjolkan tampilan dramatis dan mewah untuk acara formal, sedangkan natural makeup yang dekat dengan estetika Gen Z lebih menekankan kenyamanan dan kesan alami. MUA lama lebih menyukai contouring tegas, sementara tren saat ini memilih blush dan complexion yang lebih lembut serta fresh. Selain itu, pengaruh tren K-beauty turut membentuk gaya makeup kedua generasi, di mana MUA baru lebih cepat mengadopsi konsep glass skin, dewy finish, dan gradient lips, sedangkan MUA lama cenderung menyesuaikannya dengan kebutuhan makeup formal dan profesional (Wardani, 2024).

Perbedaan MUA Gen Z dan MUA Milenial juga terlihat pada filosofi pemilihan produk makeup. MUA Gen Z lebih menyukai produk multifungsi yang praktis, seperti foundation dengan SPF atau tinted lip balm yang sekaligus melembapkan, 37% generasi muda memilih produk multifungsi. Selain itu, MUA Gen Z cenderung memperhatikan kandungan skincare dalam makeup, seperti hyaluronic acid, centella asiatica, dan niacinamide, karena lebih fokus pada kesehatan kulit jangka panjang. Sebaliknya, MUA Milenial lebih memilih produk spesialis dengan fungsi yang terpisah dan lebih terukur, sehingga sistem layering makeup mereka menjadi lebih kompleks namun menghasilkan

coverage dan ketahanan yang maksimal. Konsumen Milenial lebih bersedia mengeluarkan biaya lebih untuk produk premium dan brand berkualitas. Dari sisi loyalitas brand, MUA Gen Z lebih terbuka terhadap brand lokal baru yang inovatif dan populer di media sosial, sedangkan MUA Milenial cenderung setia pada brand yang telah terbukti kualitasnya dalam jangka panjang. Hal ini terlihat dari meningkatnya penggunaan produk cushion di kalangan Gen Z yang lebih cepat mengikuti tren makeup viral dibandingkan Milenial.

Perbedaan teknik aplikasi antara MUA Gen Z dan MUA Milenial terlihat dari metode penggunaan produk, alat makeup, serta jumlah layering yang diterapkan. MUA Gen Z cenderung menggunakan teknik yang lebih fleksibel dan natural dengan kombinasi jari, damp beauty blender, dan brush untuk menghasilkan complexion yang ringan serta menyatu dengan kulit. Teknik stippling dan tapping lebih sering digunakan agar hasil makeup tampak seamless dan tidak menggeser lapisan sebelumnya. Sebaliknya, MUA Milenial lebih mengutamakan teknik yang sistematis dan presisi dengan penggunaan kuas foundation sintetis maupun airbrush untuk menghasilkan coverage tinggi dan riasan tahan lama. Dalam proses layering, MUA Milenial umumnya menggunakan lebih banyak tahapan seperti primer, color corrector, foundation bertahap, concealer, powder, hingga setting spray, sedangkan MUA Gen Z lebih menyederhanakan tahapan agar hasil makeup tetap ringan dan breathable (Sabrina, 2025). Perbedaan juga terlihat pada teknik contouring dan highlighting, di mana MUA lama lebih menyukai contour tegas dan sculptural untuk menciptakan dimensi wajah dramatis, sementara MUA Gen Z memilih teknik soft sculpting dengan bronzer dan blush bernuansa natural untuk efek fresh dan effortless.

Tabel 1.1 Perbandingan Teknik Flawless Complexion MUA Generasi Z dan Milenial

Aspek	MUA Generasi Z	MUA Milenial
<b>Filosofi Estetika</b>	Skin-like finish atau tampilan natural, autentik, breathable	"Perfection through craft" — dramatik, polished, photogenic
<b>Coverage Foundation</b>	Buildable, light-to-medium, menghindari cakey	Full coverage, thick formula, airbrush untuk formal
<b>Teknik Layering</b>	Minimal lapisan, efisien, less is more	Multilayer sistematis, primer-corrector-foundation-powder
<b>Alat Aplikasi</b>	Damp beauty blender, fingers, brush kombinasi	Foundation brush presisi, airbrush tool, spons khusus
<b>Ketahanan Makeup</b>	Setting spray + loose powder, optimalkan skin prep	Sandwich powder, baking, kit touch-up, long-wear primer
<b>Produk Unggulan</b>	Multifungsi (skincare+makeup), ingredients aktif	Produk spesialis, premium brand, performa tinggi
<b>Referensi Tren</b>	TikTok, Instagram real-time, GRWM videos, viral trends	Workshop, majalah, masterclass MUA senior, Instagram kurasi
<b>Hasil Akhir</b>	Segar, natural, "no-makeup makeup look"	Formal, glamorous, tahan lama untuk foto & video
<b>Segmen Klien</b>	Sehari-hari, pemotretan kasual, klien muda	Pengantin, wisuda, acara formal, klien premium
<b>Kecepatan Adopsi Tren</b>	Sangat cepat, real-time, mengikuti algoritma	Selektif, terstruktur, evaluatif sebelum adopsi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguasaan teknik makeup modern dan klasik menjadi kompetensi penting bagi mahasiswa program studi Tata Kecantikan. Mahasiswa yang mampu menguasai keduanya secara seimbang dinilai lebih siap menghadapi kebutuhan industri kecantikan yang terus berkembang. Teknik klasik seperti riasan pengantin tradisional tetap memiliki permintaan tinggi, sementara teknik modern seperti Korean Glass Skin dan makeup editorial semakin populer seiring perkembangan tren digital. Fauziah dan Khairunnisa (2023) menyatakan bahwa pendidikan kecantikan bertujuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kerja agar peserta didik mampu bekerja secara produktif dan profesional. Selain itu, Widyastuti et al. (2024) menemukan bahwa metode pembelajaran aktif dapat meningkatkan penguasaan teknik tata rias secara signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa Tata Kecantikan tidak hanya perlu memahami dasar-dasar teknik makeup, tetapi juga harus mampu beradaptasi dengan tren

dan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, kurikulum program studi Tata Kecantikan perlu mengintegrasikan pembelajaran teknik fundamental dan teknik kontemporer secara seimbang, mulai dari riasan sehari-hari, riasan pengantin tradisional, hingga makeup modern yang berkembang di media sosial dan industri kecantikan profesional.

Kemampuan beradaptasi terhadap tren kecantikan menjadi kompetensi penting bagi mahasiswa program studi Tata Kecantikan di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang aktif mengikuti konten kecantikan di media sosial cenderung lebih cepat memahami perkembangan teknik dan tren makeup terbaru. Temuan ini sejalan dengan penelitian Baeti (2022) yang menyatakan bahwa paparan beauty vlog berpengaruh positif terhadap peningkatan pengetahuan tata rias wajah mahasiswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial kini berfungsi sebagai sumber belajar informal yang mendukung proses pembelajaran di luar kelas. Salah satu contoh nyata adalah berkembangnya tren Korean beauty yang banyak diadopsi mahasiswa untuk berbagai kebutuhan riasan formal maupun sehari-hari. Qonitatila et al. (2024) menemukan bahwa pembelajaran berbasis video Korean Daily Makeup efektif digunakan dalam pendidikan tata rias. Selain mengikuti tren visual, mahasiswa juga perlu memahami perubahan nilai sosial dalam industri kecantikan, seperti body positivity, makeup inklusif, dan produk ramah lingkungan.

Kreativitas dan inovasi menjadi kompetensi penting yang menentukan daya saing mahasiswa Tata Kecantikan di industri kecantikan yang terus berkembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang diberikan ruang eksplorasi kreatif dalam pembelajaran memiliki kemampuan inovasi yang lebih baik, baik dalam teknik maupun konsep karya yang dihasilkan. Di era digital, kompetensi media sosial dan literasi digital menjadi kemampuan penting yang harus dimiliki mahasiswa program studi Tata Kecantikan. Penelitian Krisnawati (2025) menunjukkan bahwa penggunaan TikTok berpengaruh signifikan terhadap personal branding mahasiswa penyedia jasa rias wajah, karena media sosial memungkinkan mahasiswa menampilkan hasil karya dan membangun citra profesional secara lebih luas.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki hubungan yang signifikan terhadap perkembangan kompetensi mahasiswa Tata Kecantikan, terutama dalam penguasaan teknik makeup, kemampuan adaptasi tren, kreativitas, dan literasi digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber inspirasi visual, tetapi juga sebagai sarana belajar, ruang portofolio digital, dan media membangun jaringan profesional. Sebagian besar mahasiswa memanfaatkan TikTok dan Instagram sebagai referensi utama untuk mengikuti perkembangan tren kecantikan (Farah, 2024). Temuan penelitian juga menunjukkan adanya kesenjangan antara cepatnya perkembangan tren di media sosial dan pembaruan materi dalam pendidikan formal. Mahasiswa yang aktif di media sosial sering kali lebih cepat mengenal teknik dan tren makeup terbaru dibandingkan materi yang dipelajari di kelas. Kondisi ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi program studi Tata Kecantikan untuk mengembangkan pembelajaran yang lebih adaptif, kolaboratif, dan relevan dengan perkembangan industri kecantikan digital.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang cukup jelas antara teknik flawless complexion yang diterapkan oleh MUA Generasi Z dan MUA Milenial. MUA Gen Z lebih mengutamakan tampilan makeup yang natural, ringan, dan “skin-like” dengan penggunaan produk multifungsi, teknik layering minimalis, serta pengaruh kuat media sosial dalam mengikuti tren kecantikan terbaru. Sementara itu, MUA Milenial cenderung menerapkan teknik yang lebih sistematis, full coverage, dan tahan lama melalui penggunaan layering kompleks, produk spesialis, serta pendekatan profesional yang

berfokus pada hasil makeup formal dan photogenic. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknik tata rias tidak hanya dipengaruhi oleh keterampilan teknis, tetapi juga oleh nilai estetika, perkembangan teknologi digital, serta karakteristik generasi masing-masing.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan kompetensi mahasiswa Tata Kecantikan, terutama dalam penguasaan teknik makeup, kreativitas, kemampuan adaptasi tren, dan literasi digital. Oleh karena itu, program studi Tata Kecantikan perlu mengembangkan kurikulum yang lebih adaptif dengan mengintegrasikan teknik klasik dan modern, pembelajaran berbasis digital, serta penguatan kompetensi media sosial dan personal branding. Dengan demikian, lulusan Tata Kecantikan diharapkan mampu menjadi tenaga profesional yang kreatif, inovatif, dan siap bersaing dalam industri kecantikan yang terus berkembang di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anagnostou, E. (2024). Viral Marketing in the Cosmetics Industry: Strategies for Creating Viral Short-form Video Ads on Social Media.
- Ardani, E. P., Fernanda, M. H. F., Lutfiati, D., & Usodoningtyas, S. (2024). Perbedaan Hasil Tata Rias Pesta Pada Wanita Dewasa Pengguna Skincare Dengan Menggunakan Beberapa Jenis Foundation. *Jurnal Tata Rias*, 13(3), 340-347.
- Azzahra, N. A., Evawati, D., & Nuraini, I. (2024). Pengaruh Foundation Liquid Terhadap Rias Wajah Flawless Makeup Kulit Berminyak dan Kering. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(3), 1633-1639.
- Burhanuddin, I., & Maida, A. N. (2024). Peningkatan Keterampilan Dan Pengetahuan Make Up Natural Flawless Bagi Remaja Puteri Di Kelurahan Karuwisi Utara Kota Makassar: Id. V-MACHINE: Vocational and Mechanical Community Service Journal, 1(2), 9-16.
- Fathoni, F., Ibrahim, A., Arinie, P. M., Setia, A. R., & Febriansyah, D. (2025). Analisis Perilaku FOMO Generasi Z dan Peran Influencer dalam Pembelian Produk Kecantikan Menggunakan Random Forest. *Jurnal Sains dan Informatika*, 11(2), 140-149.
- Fauziah, N. O., & Khairunnisa, A. (2023). Pemberdayaan Perempuan melalui Pelatihan Kecantikan Tata Rias Wajah. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 193-198.
- Guichard, S., Roulier, V., Bodnar, B., & Ricard, A. (2022). Facial foundation. *Cosmetic Dermatology: Products and Procedures*, 231-243.
- Hokkanen, J. (2024). Tales as old as time: a practical study of recreating Scandinavian folklore characters with the use of character makeup, hairstyling, and costume design.
- Jakpat. (2024). Tren Produk Makeup dan Skincare di Indonesia: Makin Minimalis. Diakses dari: <https://insight.jakpat.net/makeup-and-skincare-trend-in-indonesia-more-minimalist/>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). Hasilkan produk berdaya saing global, industri kosmetik nasional mampu tembus pasar ekspor. <https://www.ekon.go.id>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2023). Perkembangan industri kosmetik nasional. Direktorat Jenderal Industri Kimia, Farmasi, dan Tekstil. <https://ikft.kemenperin.go.id>
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2024). Kemenperin pacu IKM kosmetik maksimalkan pasar yang ekspansif. <https://ikm.kemenperin.go.id>
- Kushwaha, N., & Kushwaha, S. K. (2023). A Comprehensive Review of Cosmeceutical Chemistry. *Current Cosmetic Science*, 2(1), E130423215737.
- Lutfia, N., & Megasari, D. S. (2024). Analisis Perbedaan Teknik Rias Pengantin Modern Natural Look Di Hamaya Wedding Gallery Dan Maellahf Make Up. *Jurnal Tata Rias*, 13(1), 80-86.
- Mane, S. R., & Bais, S. K. (2025). A Comprehensive Review Of Skincare: Science, Routine And Recommended Products. *Journal of Pharmaceutical Research*, 14(24), 644-663.
- Milovanska-Farrington, S., Geerling, W., & Mateer, G. D. (2023). Female influencers: The economics behind the millions. Available at SSRN 4627440.
- Muthiah, F. (2024). Strategi komunikasi pemasaran MAD For Makeup dalam menciptakan brand

- image sebagai merek kosmetik untuk Gen Z. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 1131-1142.
- Nurhayati, I., Maghfiroh, A., Atikah, N., Putri, M. I., & Nabila, M. J. (2025). Kajian Pustaka: Adaptasi Korean Make Up Dalam Konteks International Wedding Make Up Look. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(2), 436-443. [cf12 v122222](https://doi.org/10.24127/jmi.v2i2.12222)
- Peng, Q., & Hakimzadeh, E. (2025). The Impact of Beauty Influencers' Content On The Internalization of Beauty Standards Among Gen Z Women.
- Ramadhani, A. D., & Agrevinna, M. (2025). Pengembangan Formulasi Brush Makeup Cleanser Spray dari Ekstrak Serai Wangi (*Cymbopogon nardus*). *QUIMICA: Jurnal Kimia Sains dan Terapan*, 7(1), 13-17.
- Ruan, B. K., & Shuai, H. H. (2025). MAD: Makeup All-in-One with Cross-Domain Diffusion Model. In *Proceedings of the Computer Vision and Pattern Recognition Conference* (pp. 749-758).
- Sabrina, N., Lestari, D. J., & Hadiyatno. (2025). Teknik rias pengantin dengan complexion tahan lama: Studi kasus oleh MUA Rasiliabrushes Serang. *Botinglangi: Jurnal Tata Rias dan Kecantikan*, 4(3) [p\[u. https://ojs.unm.ac.id/botinglangi](https://ojs.unm.ac.id/botinglangi)
- Sahni, K., & Gowda, S. K. (2025). Camouflage and Cosmetic Innovation: Long-Wear Micropigmentation, Optical Correctors, and Sunscreen Science. *Dermatological Reviews*, 6(6), e70058.
- Sevia, S. A., & Ihsani, A. N. N. (2022). Analisis Kemampuan Makeup Artist Mengidentifikasi Kondisi Kulit Klien Ditinjau Dari Latar Belakang Pendidikannya. *Journal of Beauty and Cosmetology (JBC)*, 4(1), 25-36.