



Pengaruh Media Sosial sebagai Sumber Inspirasi *Makeup* dan *Hairdo* dalam Mata Kuliah Pengantin Internasional

Salma Oktavina

salmaoktavina81@students.unnes.ac.id

Universitas Negeri Semarang

Maria Deo Haro

mariadeo13@students.unnes.ac.id

Universitas Negeri Semarang

Diah Rosmaya

diahmba46@students.unnes.ac.id

Universitas Negeri Semarang

Sabila Rahma Khoirunnisa

sabilanisa0205@students.unnes.ac.id

Universitas Negeri Semarang

Anik Maghfiroh

anikmaghfiroh@mail.unnes.ac.id

Universitas Negeri Semarang

Ifa Nurhayati

ifa.nh@mail.unnes.ac.id

Universitas Negeri Semarang

Alamat: Fakultas Teknik UNNES, Sekaran, Kec. Gunung Pati, Kota Semarang, Jawa Tengah, 50229.

Korespondensi penulis: *salmaoktavina81@students.unnes.ac.id*

Abstrak. *This study aims to examine the influence of social media as a source of inspiration in makeup and hairdo for the International Bridal Makeup course using a literature review method. Sosial media have become informal learning tools frequently used by students to access modern styling references. By analyzing various literature, journals, and previous research, this review finds that social media plays a significant role in shaping aesthetic perception, enhancing creativity, and strengthening students' practical skills. International bridal makeup, which emphasizes a natural and elegant look, becomes more accessible and applicable through the widely available visual content. Therefore, social media is considered an effective supportive source for aesthetic learning in the field of beauty education.*

Keywords: *Hairdo; international bridal; literature review; makeup; social media*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh media sosial sebagai sumber inspirasi dalam makeup dan hairdo pada mata kuliah Tata Rias Pengantin Internasional melalui metode literature review. Media sosial menjadi media pembelajaran informal yang banyak dimanfaatkan mahasiswa dalam memperoleh referensi gaya rias modern. Dengan menelaah berbagai literatur, jurnal, dan hasil penelitian sebelumnya, kajian ini menemukan bahwa media sosial berperan besar dalam membentuk persepsi estetika, meningkatkan kreativitas, serta memperkuat keterampilan praktis mahasiswa. Riasan pengantin internasional yang menonjolkan kesan natural dan elegan menjadi lebih mudah dipelajari dan diterapkan melalui konten-konten visual yang tersedia secara luas di media sosial. Oleh karena itu, media sosial dinilai efektif sebagai sumber pendukung pembelajaran estetika dalam konteks pendidikan kecantikan.

Kata Kunci: *Hairdo; literature review; makeup; pengantin internasional; media sosial*

PENDAHULUAN

Industri kecantikan mengalami perkembangan pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital dan media sosial. Dalam era digital ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai *platform* utama dalam penyebaran informasi dan inovasi

(Maulidin, 2024), termasuk dalam dunia tata rias pengantin internasional. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Pinterest, dan YouTube telah menjadi sumber utama bagi mahasiswa tata kecantikan dalam mencari referensi *makeup* dan *hairdo* pengantin dari berbagai budaya di seluruh dunia.

Tren tata rias pengantin bersifat dinamis dan terus berkembang sesuai dengan perubahan mode serta preferensi masyarakat global (Brenda, 2017). Sebelumnya, mahasiswa tata kecantikan memperoleh ilmu melalui buku, pelatihan langsung, atau kursus formal. Namun, dengan adanya media sosial, akses terhadap teknik terbaru dan tren *makeup* pengantin dari berbagai negara menjadi lebih mudah dan cepat. *Makeup artist* (MUA) profesional dan *beauty influencer* dari seluruh dunia kini dapat membagikan teknik serta tutorial mereka dalam bentuk video, foto, dan diskusi interaktif (Krismasakti, 2019), sehingga mempermudah mahasiswa dalam memahami dan mempraktikkan berbagai gaya riasan pengantin internasional.

Dalam mata kuliah Pengantin Internasional, mahasiswa dituntut untuk memahami berbagai konsep riasan pengantin dari berbagai belahan dunia, seperti riasan klasik Eropa yang natural, gaya Bollywood yang berani, riasan pengantin Korea yang lembut dan minimalis, hingga *makeup* khas Timur Tengah yang glamor dan penuh detail. Media sosial menjadi alat bantu yang efektif dalam membantu mahasiswa memperoleh wawasan tentang perbedaan teknik *makeup* dan *hairdo* yang disesuaikan dengan adat serta budaya masing-masing negara.

Namun, meskipun media sosial membawa banyak manfaat dalam dunia pendidikan, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan (Fangestu, 2023) informasi yang tersedia sangat beragam, sehingga mahasiswa harus mampu memilah mana teknik yang sesuai dengan standar industri kecantikan dan mana yang hanya bersifat tren sementara, banyak konten di media sosial yang hanya menampilkan hasil akhir tanpa memperlihatkan proses yang sebenarnya, sehingga dapat menciptakan ekspektasi yang tidak realistis bagi mahasiswa. Selain itu, ketergantungan yang berlebihan terhadap media sosial juga dapat menjadi tantangan tersendiri (Mahmud, 2024). Mahasiswa yang hanya mengandalkan tutorial online tanpa praktik langsung dapat mengalami kesulitan dalam menerapkan teknik yang tepat dalam situasi nyata. Oleh karena itu, penggabungan antara pembelajaran digital melalui media sosial dan praktik langsung dalam kelas menjadi hal yang sangat penting dalam pendidikan tata kecantikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh media sosial sebagai sumber inspirasi dan pembelajaran bagi mahasiswa dalam mata kuliah Pengantin Internasional. Dengan mengeksplorasi manfaat serta tantangan yang dihadapi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi mahasiswa dan pengajar dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat bantu dalam pendidikan tata kecantikan.

KAJIAN TEORI

Media sosial adalah media online, yang dimana para penggunanya bisa berpartisipasi dengan mudah, dapat berbagi, serta menciptakan berbagai isi yang meliputi ; blog, jejaring sosial, berbagai wiki, beberapa forum diskusi, dan juga dunia virtual. ada berapa media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat seluruh dunia, diantaranya; jejaring sosial, dan wiki. media sosial mengajak semua orang yang tertarik untuk memakai internet. berpartisipasi dengan memberikan kontribusi serta feedback secara terbuka, memberikan komentar, juga membagi informasi dalam kurun waktu yang cepat (Rafiq, A., 2020). Lebih lanjut Menurut Aviarni dalam Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023), menjelaskan bahwa media sosial adalah sekumpulan aplikasi yang dibangun menggunakan teknologi Web 2.0, yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk membuat, membagikan, dan saling bertukar konten yang dihasilkan sendiri

oleh penggunaanya atau yang dikenal sebagai *User Generated Content*. Teknologi ini memungkinkan interaksi dua arah, dimana pengguna tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga dapat berperan aktif sebagai produsen konten.

Pengaruh media sosial sudah sangat menjamur di masyarakat, termasuk beberapa aspek penting seperti, sosial, politik, budaya dan ekonomi. Media sosial seperti tik tok atau tren viral yang tersebar di berbagai media sosial sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam strategi pemasaran. media sosial terbukti berperan aktif dalam menciptakan keinginan dan preferensi konsumen terhadap suatu produk (Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). salah satu industri yang sangat di pengaruhi oleh kemajuan media sosial adalah induatri kecantikan, khususnya di bidang make up dan penataan rambut (hair do). Make up didefinisikan sebagai sarana cepat untuk menutupi ketidaksempurnaan wajah serta untuk meningkatkan penampilan dan citra diri wanita. Make up telah berkembang, dari sekedar ritual kecantikan kuno yang menggunakan bahan-bahan alami seperti kohl dan minyak herbal, yang menjadi simbol modern dan kepercayaan diri, daya tarik dan alat sosial (Al-Samydai, A. L. I., dkk, 2021). Tata rias atau make up dipahami sebagai seni memperindah wajah dengan bantuan alat dan bahan kosmetik, yang bertujuan untuk menonjolkan keindahan alami serta menyamarkan kekurangan pada wajah (Fauziah, N. O., & Khairunnisa, A., 2023).

Sementara menurut Harahap dalam Tikuasa, R. A., Supiani, T., & Jubaedah, L. (2023), menyatakan bahwa penataan rambut atau hair do merupakan langkah terakhir dalam rangkaian proses perawatan dan pengaturan rambut, yang bertujuan untuk menciptakan tampilan rambut yang indah, rapi, serat selaras dengan kepribadian dan ciri khas masing-masing individu. Gaya rambut yang dihasilkan diharapkan mampu menonjolkan keindahan dan memperkuat kesan estetika yang sesuai dengan tren atau selera pada zamannya. Dalam konsep tata rias terutama tata rias pengantin internasional, sentuhan makeup dan penataan rambut yang tepat menjadi sangat krusial. Tata rias pengantin internasional merujuk pada gaya riasan yang digunakan oleh pengantin dengan konsep ala barat, yang menonjolkan kesan natural, lembut dan elegan. Tujuannya adalah mempercantik wajah tanpa menghilangkan keindahan alaminya. Foundation menjadi elemen penting karena menentukan hasil makeup. pemilihan produk oleh make up artist dipengaruhi oleh kualitas dan citra merek, karena keduanya berperan besar dalam menghasilkan riasan yang tahan lama dan memuaskan (Ikbar, I. E. N., dkk, 2024). Dalam rias pengantin internasional selain pengaplikasian foundation yang tipis dan natural, alis pada pengantin internasional juga harus natural. hal ini memerlukan teknik yang khusus dalam membentuk alis, dari hasil penelitian teknik kombinasi lem bulu mata dan cream foundation memberikan hasil yang terbaik dalam hal kerapian, kehalusan, dan keberhasilan menutup alis. metode ini dinilai lebih efektif, sehingga direkomendasikan untuk menciptakan riasan yang rapih dan natural tanpa harus mencukur alis (Aprilia, A. A., dkk, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *literature review* atau tinjauan pustaka dengan metode kualitatif. Tinjauan pustaka dipilih karena mampu memberikan gambaran secara rinci mengenai perkembangan teori, temuan, dan hasil penelitian yang ada terkait dengan pengaruh media sosial terhadap inspirasi tata rias dan gaya rambut, khususnya pada pengantin internasional. Kajian pustaka, menurut Cahyono et al. (2019), merupakan rangkuman teori, temuan, dan data penelitian lain yang digali dari sumber referensi untuk dijadikan dasar kegiatan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengemukakan bahwa media sosial seperti *platform* tiktok, pinterest instagram dan youtube memiliki pengaruh yang signifikan sebagai sumber inspirasi *makeup* dan *hairdo*, termasuk dalam konteks pembelajaran mata kuliah pengantin Internasional. Penjelasan mengenai bagaimana media sosial berperan dalam menyebarkan tren *makeup* didasarkan pada teori komunikasi yaitu teori difusi inovasi yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi atau tren, seperti gaya *makeup* terbaru, menyebar di masyarakat melalui proses komunikasi dan adopsi oleh berbagai kelompok pengguna. Inovasi diperkenalkan oleh sekelompok kecil inovator, kemudian diikuti oleh pengadopsi awal yang mempengaruhi mayoritas masyarakat hingga akhirnya diadopsi secara luas. Media sosial mempercepat proses difusi ini dengan memungkinkan akses cepat ke informasi dan rekomendasi dari *beauty influencer* serta komunitas online (Mailin, M., dkk, 2022). Media sosial selain digunakan sebagai sumber referensi *make up*, dari hasil analisis literatur menunjukkan bahwa penggunaan media sosial juga mendorong interaksi yang lebih intensif antara mahasiswa dan dosen di luar kelas melalui grup diskusi online dan forum akademis, menciptakan lingkungan pembelajaran yang lebih terbuka dan kolaboratif. Selain itu, media sosial juga mempengaruhi motivasi belajar mahasiswa dengan mendukung partisipasi aktif dalam diskusi, tugas, dan kegiatan akademis lainnya (Nugraha, M. A. P., 2024).

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul	Kesimpulan
1.	Dewitanti, A., Prasetya, B. W., Diamanta, B. A. P., Hafizh, H. A., Ramadani, N. A. N., & Nugraha, J. T. (2024).	Media Sosial: Sumber Inspirasi atau Degradasi Karakter? Studi Tentang Pengaruhnya Terhadap Moralitas Mahasiswa.	Mayoritas mahasiswa aktif di media sosial dan merasakan kemudahan dalam mengakses informasi, baik edukatif maupun sosial. Meski begitu, banyak yang pernah terpapar hoaks yang mempengaruhi pandangan dan keputusan mereka. media sosial memberi dampak positif seperti menambah wawasan, mendorong diskusi, dan menjaga mahasiswa tetap up to date. Namun, penyebaran informasi yang tidak terverifikasi juga dapat menimbulkan kesalahpahaman. secara keseluruhan, media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku sosial, moral, dan etika mahasiswa.
2.	Yusup, A. H., Azizah, A., Rejeki, E. S., Silviani, M.,	Literature Review: Peran media pembelajaran	Dalam era teknologi yang terus berkembang pesat, pemakaian

	Mujahidin, E., & Hartono, R. (2023).	berbasis augmented reality dalam media sosial.	<i>Augmented Reality</i> (AR) sebagai media belajar sudah memperlihatkan potensi signifikan. Penggunaan AR yang sebelumnya terbatas pada flash card atau modul, kini dapat ditingkatkan dengan memadukannya bersama platform media sosial supaya menghadirkan pembelajaran yang lebih interaktif, inklusif, serta menarik bagi siswa. Integrasi AR bersama media sosial membuka pintu baru bagi kreativitas dalam pengajaran, yang mana sejalan dengan tuntutan pendidik pada era digital saat ini. Terlebih lagi pada media sosial jangkauannya lebih luas serta tidak terbatas pemakaian, sehingga pembelajaran bisa efektif dan efisien.
3.	Widiawanti, O., & Anom, E. (2023).	Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Referensi Wisata: Studi Kasus Pada Karyawan Indomaret di Jakarta	Media sosial tik tok berperan penting dalam mempromosikan sebuah destinasi wisata melalui konten yang mudah diakses dan menarik secara sosial. Hal ini terbukti mempengaruhi minat karyawan Swasta Indomaret untuk mengisi waktu liburan mereka berdasarkan rekomendasi dari platform tiktok. Namun selain tik tok terdapat media sosial lain yang memiliki kontribusi dalam pencarian referensi wisata yang secara keseluruhan meningkatkan minat berwisata para karyawan tersebut, media sosial yang dimaksud seperti youtube dan instagram.

4.	Caroline, S. M. P., Wulandari, J., & Roni, M. (2025).	Analisis Dampak Pemasaran Media Sosial, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. Oktarina, R. (2025).	Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemasaran media sosial, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan. Pemasaran melalui media sosial yang efektif, seperti penyampaian konten yang menarik dan interaktif, mampu meningkatkan minat dan ketertarikan konsumen terhadap produk. Selain itu, kualitas produk menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian ulang.
5.	Binagdy, V. A., Pritasari, O. K., Puspitorini, A., & Kusstianti, N. (2022).	Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Belajar Tata Rias Wajah Pada Mahasiswa Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya.	Media sosial berperan penting dalam meningkatkan minat belajar tata rias wajah pada mahasiswa program studi Tata Rias Universitas Negeri Surabaya. Informasi yang tersedia secara luas, interaktif, dan mudah diakses di berbagai platform media sosial mampu menarik perhatian mahasiswa dan memotivasi mereka untuk mempelajari teknik-teknik tata rias secara lebih mendalam dan berkelanjutan.
6.	Mediefa Ayu Raraendra Eday Tetha,Nurul Hidayah,Titin Supiani (2024)	Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Video Tutorial “ <i>Fresh Make Up Look</i> ” Pengantin Pria pada Mata Kuliah Pengantin Internasional.	Video tutorial “ <i>Fresh Make Up Look</i> ” pengantin pria dinyatakan layak sebagai media pembelajaran pada mata kuliah Tata Rias Pengantin Internasional. Video ini bertujuan memberikan panduan teknik rias yang informatif dan praktis bagi mahasiswa dan masyarakat umum. Produk dikembangkan

			dengan model 4D (<i>Define, Design, Development, Disseminate</i>) dan melalui proses produksi yang meliputi pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Telah divalidasi oleh ahli materi dan dinyatakan layak digunakan. Video dapat diakses dengan mudah melalui Google Drive dan disebarluaskan lewat YouTube, sehingga bermanfaat lebih luas dan fleksibel dalam penggunaannya.
7.	Khaliza Maryam Zukhaer, Jenny Sista Siergar, Dwi Atmanto (2025)	Pengaruh Konten Makeup di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Jasa Makeup Artist.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara konten makeup di Instagram (X) terhadap keputusan pembelian jasa makeup artist (Y). Hasil analisis rata-rata skor menunjukkan bahwa indikator konten tertinggi adalah <i>on brand</i> (14,56%) dan terendah adalah <i>different</i> (13,73%). Pada variabel keputusan pembelian, indikator tertinggi adalah evaluasi alternatif (20,94%) dan terendah adalah pengenalan kebutuhan (19,38%). Sementara itu, uji koefisiensi determinasi menunjukkan bahwa konten makeup di Instagram berpengaruh sebesar 44,7% terhadap keputusan pembelian jasa makeup artist.
8.	Siti Asroriah Al-Wasilah, Valentina Hidayanti, Umi Maghfiroh, Kayla Zahhira Mayliana, Slamet	Pengaruh Media Sosial YouTube terhadap Preferensi Gaya Make Up Di Kalangan	Youtube memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap preferensi makeup mahasiswa di Unnes. Dalam

	Triyanah, Natasya Riza Ardana, Locita Dewani, Keisha Najiha Aqila, Prasiska Mela Caroline (2025)	Mahasiswi Universitas Negeri Semarang	perkembangan tren makeup yang tercipta di youtube ada peran penting beauty vlogger yang menentukan pilihan makeup mahasiswa unnes dengan konten tutorial dan review produk, tren makeup yang sedang populer saat ini seperti, natural makeup look meski tren bold dan eksperimental juga cukup populer. Penggunaan youtube untuk sebagai bahan referensi makeup cukup tinggi dibanding dengan platform media sosial lainnya, alasan utama yang menjadikan youtube sebagai referensi karena kemampuannya menyediakan konten yang detail, variatif, serta kemudahan dalam memahami tutorial video, membuat youtube menjadi referensi utama bagi mahasiswa. Meskipun tiktok memiliki potensi yang tinggi, namun youtube tetap unggul dalam menentukan trend dan memberikan tutorial.
--	--	--	---

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa penelitian oleh Dewitanti et al. (2024) mengkaji media sosial memberikan dampak positif seperti menambah wawasan, mendorong diskusi, dan menjaga mahasiswa tetap update. Yusup et al. (2023) menyimpulkan bahwa penggunaan (*Augmented Reality*) AR yang sebelumnya terbatas pada *flash card* atau modul kini dapat dioptimalkan melalui media sosial, sehingga pembelajaran menjadi lebih efektif dan efisien dengan jangkauan yang luas dan akses yang tidak terbatas waktu maupun tempat. Widiawanti & Anom (2023) menjelaskan bahwa TikTok, YouTube dan Instagram berkontribusi dalam pencarian referensi wisata melalui konten yang mudah diakses dan menarik secara sosial, secara keseluruhan meningkatkan minat berwisata para karyawan. Caroline et al (2025) menyatakan bahwa pemasaran media sosial, citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian produk kecantikan. Binagdy et al.(2022) menemukan bahwa media sosial, khususnya platform Instagram, TikTok, dan YouTube, sangat berperan dalam meningkatkan minat belajar tata rias wajah pada mahasiswa Program Studi Tata Rias Universitas

Negeri Surabaya. Tetha, Hidayah, & Supiani(2024) menjelaskan bahwa Video tutorial “Fresh Make Up Look” dapat diakses dengan mudah melalui Google Drive dan disebarluaskan lewat YouTube, sehingga memberikan fleksibilitas dan manfaat yang luas dalam pembelajaran tata rias pengantin pria. Zukhaer et al.(2025) menyatakan konten makeup di Instagram berpengaruh sebesar 44,7% terhadap keputusan pembelian jasa makeup artist. Asroriah Al-Wasilah et al. (2025) menyebutkan bahwa penggunaan platform youtube bagi mahasiswa di UNNES sebagai bahan referensi makeup cukup tinggi dibandingkan dengan platform media sosial lainnya.

Media sosial memberikan akses yang luas dan cepat terhadap berbagai tren gaya *makeup* dan *hairdo* dari berbagai negara seperti Korea, Timur tengah dan Barat. Fenomena *Korean Wave* juga memberikan kontribusi yang besar pada perkembangan tren makeup di indonesia terutama pada kalangan gen Z. Menurut (Wardani, S. F. (2024) media sosial berperan dalam menyebarkan tren *makeup style* salah satunya korean makeup yang terinspirasi oleh idol Kpop mereka. Konten yang informatif di media sosial meningkatkan motivasi mahasiswa untuk mencoba teknik dan gaya makeup baru. Mahasiswa cenderung meniru gaya makeup dan hairdo yang sedang viral di media sosial untuk diaplikasikan pada makeup pengantin internasional. Dengan adanya tutorial dari *beauty influencer*, *makeup artist* internasional, hingga selebriti dapat membantu mengadaptasi teknik makeup pengantin sesuai permintaan pasar global.

KESIMPULAN

Media sosial memiliki peran penting dalam pembelajaran mata kuliah Pengantin Internasional, terutama sebagai sumber inspirasi makeup dan hairdo dari berbagai budaya dunia. Platform seperti Instagram, TikTok, Pinterest dan YouTube memudahkan mahasiswa mengakses tren terbaru secara cepat dan luas untuk mempelajari tren terkini dan teknik-teknik terbaru yang dibagikan oleh para profesional kecantikan, seperti makeup artist dan beauty influencer internasional. Selain itu, media sosial juga menciptakan lingkungan pembelajaran yang lebih interaktif dan kolaboratif, karena mahasiswa dapat berdiskusi, bertanya, dan berbagi pengalaman dengan dosen atau sesama mahasiswa melalui forum online atau grup diskusi. Namun, meskipun media sosial memberikan banyak manfaat, tantangan yang dihadapi adalah banyaknya informasi yang belum tentu sesuai dengan standar profesional industri kecantikan, serta konten yang hanya menunjukkan hasil akhir tanpa menjelaskan proses secara rinci, yang dapat menciptakan ekspektasi yang tidak realistis. Selain itu, ketergantungan yang berlebihan pada tutorial digital tanpa diimbangi dengan praktik langsung di kelas dapat menghambat kemampuan mahasiswa untuk menguasai keterampilan teknis yang diperlukan dalam situasi nyata. Oleh karena itu, agar pembelajaran dapat optimal, penting bagi mahasiswa untuk menyaring informasi dengan bijak dan menggabungkan pembelajaran digital dengan pengalaman praktik langsung, sehingga kompetensi yang diperoleh dapat sesuai dengan tuntutan industri kecantikan global dan mempersiapkan mereka untuk bekerja secara profesional.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Samydai, A. L. I., HAJLEH, M. N., Othman, M. A., Marie, D., Altatar, E., Taher, H., ... & AL-SAMYDAI, M. A. H. M. O. O. D. (2021). Make-Up Effects: Psychological and Sociological Perspective. *International Journal of Pharmaceutical Research* (09752366), 13(1).
- Al-Wasilah, S. A., Hidayanti, V., Maghfiroh, U., Mayliana, K. Z., Triyanah, S., Ardana, N. R., Dewani, L., Aqila, K. N., & Caroline, P. M. (2025). Pengaruh media sosial YouTube

- terhadap preferensi gaya make up di kalangan mahasiswi Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Mediasi*. 4(2),170-185
- Aprilia, A. A., Puspitorini, A., Maspiyah, M., & Wijaya, N. A. (2024). Penggunaan Lem Bulu Mata dan Cream Foundation Terhadap Hasil Rias Pengantin Internasional untuk Menutup Alis Tebal. *Jurnal Tata Rias*, 13(2), 87-94.
- Baeti, P. N. (2021). Pengaruh Konten Beauty Vlog terhadap Pengetahuan Tata Rias Wajah Mahasiswa Pendidikan Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang. *Beauty and Beauty Health Education*, 10(2), 73-77.
- Binagdy, V. A., Pritasari, O. K., Puspitorini, A., & Kusstianti, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Belajar Tata Rias Wajah Pada Mahasiswa Tata Rias di Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal tata rias*, 11(2), 16
- Caroline, S. M. P., Wulandari, J., & Roni, M. (2025). Analisis Dampak Pemasaran Media Sosial, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Jurnal Kompetitif Bisnis*, 3(1), 52-63.
- Dewitanti, A., Prasetya, B. W., Diamanta, B. A. P., Hafizh, H. A., Ramadani, N. A. N., & Nugraha, J. T. (2024). Media Sosial : Sumber Inspirasi atau Degradasi Karakter Studi Tentang Pengaruhnya Terhadap Moralitas Mahasiswa. *Journal of Governance and Public Administration*, 2(1), 84-94.
- Fangestu, I. W. F., & Syahrizal, H. (2023). Digitalisasi Lembaga Pendidikan dalam Menghadapi Perkembangan dan Kemajuan Teknologi Informasi Dunia Pendidikan. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 1(2), 26-38.
- Fauziah, N. O., & Khairunnisa, A. (2023). Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan kecantikan tata rias wajah. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 193-198.
- Mahmud, A. (2024). Krisis identitas di kalangan generasi Z dalam perspektif patologi sosial pada era media sosial. *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam*, 26(2).
- Mailin, M., Rambe, G., Ar-Ridho, A., & Candra, C. (2022). Teori media/teori difusi inovasi. *JGK (Jurnal Guru Kita)*, 6(2), 168-168.
- Maulidin, S. (2024). Pendidikan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Pendidikan pada Pelajar. *Journal Khafi: Journal Of Islamic Studies*, 3(1), 27-39.
- Nugraha, M. A. P., Handayani, F., Arifian, N. A., Nurzaima, N., Khairani, M., & Lengam, R. (2024). Dampak Penggunaan Media Sosial dalam Proses Pembelajaran di Perguruan Tinggi. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3997-4003.
- Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810-815.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh media sosial marketing TikTok terhadap minat beli online di shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25-34.
- Tikuasa, R. A., Supiani, T., & Jubaedah, L. (2023). Pengaruh Intensitas Menonton Video Tutorial Hairdo Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Hasil Belajar Penataan Rambut Siswa (Studi Kasus: Siswa Student Day SMA Plus PGRI Cibinong). *Jurnal Profesi Pendidikan*, 2(2), 151-162.
- Wardani, S. F. (2024). Fenomena Pemanfaatan Media Sosial Makeup Style dalam Mengadopsi Korean Wave. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 8(2), 554-564.
- Widiawanti, O., & Anom, E. (2023). Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Referensi Wisata: Studi Kasus Pada Karyawan Indomaret di Jakarta. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 37-46.
- Yusup, A. H., Azizah, A., Rejeki, E. S., Silviani, M., Mujahidin, E., & Hartono, R. (2023). Literature Review: Peran media pembelajaran berbasis augmented reality dalam media sosial. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, dan Inovasi*, 3(5).