

INTISARI

Busana adat Aceh merupakan bagian penting dari identitas budaya luhur yang merepresentasikan dinamika sosial dan tatanan kehidupan masyarakat pada saat itu melalui simbol-simbol yang terkandung didalamnya. Dalam beberapa dekade terakhir, terjadi perubahan yang signifikan dalam tampilannya terutama dalam konteks pernikahan. Fenomena ini tidak hanya menunjukkan nilai estetika, tetapi juga dinamika sosial saat ini dan juga ekonomi yang berkembang, khususnya dalam industri tata rias dan busana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran MUA dalam mengkomodifikasi busana adat Aceh agar sesuai dengan tren pasar dan juga dinamika sosial yang melingkupinya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi konten dan secara langsung di acara-acara adat dan studio MUA. Wawancara dilakukan terhadap tujuh informan; dua orang MUA modern, satu perias tradisional, tiga Gen Z dan satu orang pengamat budaya. Observasi konten yang dilakukan di akun Instagram milik MUA modern untuk mengidentifikasi pola promosi yang dilakukan. Proses pengumpulan data dilakukan dari bulan Juli hingga November 2024. Data dianalisis menggunakan teori komodifikasi budaya dari Arjun Appadurai.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa MUA berperan sebagai agen kultural sekaligus pelaku pasar yang aktif menafsirkan ulang elemen pakaian adat. Praktik modifikasi mereka tidak hanya bertujuan memenuhi selera Gen Z atau bertahan dalam persaingan bisnis, tetapi juga ada konteks budaya saat ini yang merefleksikan bagaimana norma adat dan syariat dinegosiasikan dalam busana. Peran MUA menjadi agen yang secara aktif merubah baju adat dengan kreativitas yang dimilikinya, sehingga ia tahu mana yang harus dipertahankan, mana yang akan dimodifikasi sesuai dengan apa yang sedang diminati oleh masyarakat secara luas.

Kata kunci: MUA, Komodifikasi, Inovasi, Tren, Media Sosial



ABSTRACT

Acehnese traditional clothing is an important part of the noble cultural identity that represents the social dynamics and order of society at that time through the symbols contained within it. In recent decades, there have been significant changes in its appearance, especially in the context of marriage. This phenomenon not only reflects aesthetic values but also current social dynamics and the evolving economy, particularly within the makeup and clothing industries. This study aims to analyze the role of makeup artists (MUA) in adapting traditional Acehnese attire to align with market trends and the surrounding social dynamics.

This study employs a qualitative method, with data collection conducted through interviews, content observation, and direct participation in traditional events and MUA studios. Interviews were conducted with seven informants: two modern MUAs, one traditional makeup artist, three Gen Z individuals, and one cultural observer. Content observation was conducted on the Instagram accounts of modern MUAs to identify promotional patterns. Data collection took place from July to November 2024. Data was analyzed using Arjun Appadurai's theory of cultural commodification.

The results of the study indicate that MUAs act as both cultural agents and active market players who reinterpret elements of traditional attire. Their modification practices are not only aimed at catering to Gen Z preferences or surviving business competition but also reflect the current cultural context, which mirrors how traditional norms and religious laws are negotiated in clothing. The role of MUAs is that of agents who actively transform traditional attire through their creativity, enabling them to discern what should be preserved and what should be modified according to what is currently in demand by the broader society.

Keywords: MUA, Commodification, Innovation, Trends, Social Media