

ABSTRAK

Fenomena *Korean Beauty Standard* telah menjadi bagian dari arus budaya populer global yang turut memengaruhi konstruksi kecantikan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Standar kecantikan yang ditampilkan melalui media digital, drama Korea, dan industri *K-Pop* tidak hanya dipandang sebagai tren estetika, tetapi juga sebagai wacana sosial yang membentuk identitas diri dan gaya hidup generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana mahasiswi Universitas Gadjah Mada memaknai kecantikan melalui riasan yang terinspirasi dari *K-Beauty*, serta peran media digital dalam mengonstruksi dan mendistribusikan standar tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2025, dengan data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, serta kajian literatur, ditambah observasi lanjutan pada ruang publik seperti acara *dance cover K-Pop*. Analisis dilakukan dengan memadukan teori budaya populer Strinati dan konsep *myth of beauty* Naomi Wolf, untuk memahami bagaimana media, budaya, dan industri kecantikan berinteraksi dalam memproduksi makna kecantikan.

Hasil dari penelitian ini merupakan bentuk reflektif yang mencoba memperlihatkan, bahwa meskipun *Korean beauty standard* tetap berpengaruh dalam kehidupan para informan, yang dalam penelitian ini difokuskan pada mahasiswi Universitas Gadjah Mada, namun terdapat pula ruang negosiasi yang semakin kuat melalui kesadaran bahwa cantik bukan sesuatu yang homogen. Dengan kata lain, ada proses penyesuaian, negosiasi yang dilematis antara ingin mencapai standar kecantikan, karena memang menyukai *K-beauty*, atau memilih untuk merasa cukup atas dirinya, lantaran mengetahui bahwa standar tersebut merupakan sesuatu yang sangat menuntut dan membebani.

Kata Kunci: *Korean Beauty Standard, standar kecantikan, media digital, mitos kecantikan, budaya populer*

ABSTRACT

The phenomenon of the Korean Beauty Standard has become an integral part of the global popular culture wave, influencing the construction of beauty in various countries, including Indonesia. The beauty ideals represented through digital media, Korean dramas, and the K-Pop industry are not merely perceived as aesthetic trends, but also as social discourses that shape self-identity and lifestyle among young generations. This study aims to analyze how female students at Universitas Gadjah Mada interpret beauty through makeup inspired by K-Beauty, as well as the role of digital media in constructing and distributing such standards.

This research employs a qualitative method with a descriptive-analytical approach. The research was conducted in May 2025, with data obtained through observations, in-depth interviews, and literature studies, complemented by further observation in public spaces such as a K-Pop dance cover event. The analysis draws on Strinati's theory of popular culture and Naomi Wolf's concept of the beauty myth to examine how media, culture, and the beauty industry interact in producing meanings of beauty.

The findings of this study provide a reflective perspective, showing that while the Korean Beauty Standard remains influential in the lives of the informants—who in this study are female students of Universitas Gadjah Mada—there also exists a growing space of resistance through an increasing awareness that beauty is not a homogeneous construct. In other words, there is an ongoing process of negotiation: between aspiring to meet beauty standards due to an affinity for K-Beauty, or choosing to accept oneself upon realizing that such standards are demanding and burdensome.

Keywords: Korean Beauty Standard, beauty standard, digital media, beauty myth, popular culture