

Analisis Ciri Khas *Makeup Barbie Look* sebagai Identitas Riasan Calora *Makeup*

Salsa Kesya Anugraheni^{1*}, Happy Yanuarti², Sabila Rahma Khoirunnisa³, Valina Tunjungsasi Keniraras⁴, Trisnani Widowati⁵, Renni Septiani⁶

^{1,2,3,4,5,6}Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan, Universitas Negeri Semarang
salsakesya04@students.unnes.ac.id*



e-ISSN: 2987-811X

MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin

<https://ejournal.lumbungpare.org/index.php/maras>

Vol. 4 No. 3 September 2026

Page: 1110-1123

Article History:

Received: 26-06-2026

Accepted: 23-08-2026

Abstrak : Penelitian ini bertujuan menganalisis ciri khas *makeup Barbie Look* sebagai identitas visual Calora *Makeup* dalam industri kecantikan modern. Perkembangan tren kecantikan melalui media sosial mendorong *makeup artist* membangun identitas visual yang membedakan hasil riasannya dengan kompetitor. *Makeup Barbie Look* menjadi salah satu tren populer yang identik dengan tampilan feminin, complexion flawless, glowing skin, dan kesan youthful. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis visual. Data dikumpulkan melalui observasi visual, dokumentasi, dan studi media sosial terhadap portofolio hasil riasan Calora *Makeup*. Instrumen penelitian berupa lembar observasi dan dokumentasi visual *makeup*. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Calora *Makeup* memiliki ciri khas *Barbie Look* melalui penggunaan complexion flawless dan glass skin, kombinasi warna pink nude, teknik eye *makeup doll look*, serta penggunaan contour dan highlight yang mendukung konsep soft glam feminine. Karakteristik tersebut membentuk identitas visual yang kuat sekaligus menjadi strategi branding dalam menarik perhatian konsumen melalui media sosial.

Kata Kunci : *Barbie Look; Makeup Artist; Identitas Visual; Industri Kecantikan; Makeup Feminin*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kecantikan dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan yang sangat pesat, terutama melalui pengaruh media sosial yang menghadirkan berbagai tren tata rias baru. *Makeup* tidak lagi dipandang hanya sebagai alat untuk mempercantik wajah, tetapi juga menjadi bagian dari ekspresi diri dan identitas visual seseorang. Tata rias kini digunakan untuk menunjukkan

karakter, gaya hidup, hingga citra personal yang ingin ditampilkan kepada masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wenerda, tata rias wajah dapat menjadi media aktualisasi diri karena mampu membantu individu menampilkan rasa percaya diri dan identitas pribadinya (Wenerda, 2018). Selain itu, riasan wajah juga dipahami sebagai bagian dari gambaran diri yang memiliki hubungan dengan cara seseorang membangun persepsi terhadap dirinya sendiri maupun di hadapan orang lain (Pea, 2020).

Kemunculan berbagai tren *makeup modern* turut dipengaruhi oleh perkembangan budaya populer dan arus globalisasi kecantikan. Gaya *makeup* dari berbagai negara mulai banyak diadaptasi dan dimodifikasi sesuai kebutuhan pasar, seperti *makeup* Korea yang identik dengan tampilan *natural glowing* maupun *makeup* Arab yang lebih tegas dan glamor. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa tata rias berkembang menjadi bagian dari budaya visual yang terus berubah mengikuti tren masyarakat. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadiani dkk. (2025) menjelaskan setiap gaya *makeup* memiliki karakteristik visual yang berbeda dan menciptakan identitas tertentu dalam dunia kecantikan. Penggunaan *makeup* berkaitan dengan pembentukan identitas diri, seperti pada fenomena penggunaan *makeup* Korea yang digunakan untuk membangun citra feminin, *modern*, dan menarik di kalangan remaja (Sabila et al., 2023).

Salah satu tren *makeup* yang banyak diminati adalah *Barbie Look Makeup*. Gaya rias ini identik dengan tampilan wajah yang halus, feminin, glowing, serta memiliki kesan seperti boneka Barbie. Popularitas *Barbie Look* semakin meningkat setelah munculnya berbagai konten kecantikan di Instagram, TikTok, dan film bertema Barbie yang kembali menarik perhatian publik. *Makeup Barbie Look* umumnya menggunakan *complexion flawless*, warna-warna pink lembut, bulu mata lentik, serta teknik *contour* dan *highlight* yang memberikan kesan wajah proporsional dan manis. Karakter Barbie sendiri dalam budaya populer sering digambarkan sebagai simbol kecantikan feminin *modern* yang memiliki citra elegan dan menarik (Fitriyah & Anindya, 2024). *Barbie Look* tidak hanya menjadi tren *makeup* semata, tetapi juga berkembang sebagai representasi visual dari standar kecantikan *modern* di media sosial.

Dalam perkembangan *beauty industry*, *makeup artist* memiliki peran penting dalam menciptakan ciri khas riasan yang dapat membedakan mereka dari *makeup artist* lainnya. Ciri khas tersebut menjadi bagian dari *personal branding* yang dibangun melalui hasil karya dan konsistensi gaya *makeup* yang ditampilkan kepada publik. Media sosial menjadi sarana utama bagi *makeup artist* untuk memperkenalkan identitas visual mereka kepada konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Herlina dan Hegiarto menunjukkan bahwa *personal branding makeup artist* melalui media sosial mampu meningkatkan daya tarik dan kepercayaan audiens terhadap jasa yang ditawarkan (Herlina & Hegiarto, 2024). Selain itu, *personal branding* yang konsisten juga dapat membantu membangun *brand awareness* dan memperkuat identitas *makeup artist* di tengah persaingan industri kecantikan (Destiyadi et al., 2025). Hal tersebut menunjukkan bahwa identitas visual menjadi faktor penting dalam keberhasilan seorang *makeup artist*.

Calora *Makeup* merupakan salah satu *makeup artist* yang dikenal memiliki karakteristik riasan *Barbie Look* dalam berbagai hasil *makeup* yang ditampilkan melalui media sosial maupun portofolio riasannya. Tampilan *makeup* yang dihasilkan

memperlihatkan penggunaan warna feminin, *complexion glowing*, serta bentuk makeup mata yang memberikan kesan *doll face* sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Konsistensi penggunaan gaya *Barbie Look* tersebut menjadikan Calora *Makeup* memiliki identitas visual yang mudah dikenali oleh masyarakat. Penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana ciri khas *Barbie Look* diterapkan sebagai identitas riasan Calora *Makeup* serta bagaimana gaya *makeup* tersebut dapat membangun citra dan *branding* dalam industri kecantikan *modern*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai perkembangan tren *makeup* serta peran identitas visual dalam dunia *beauty industry* (Salsabila et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis visual untuk memahami karakteristik *Barbie Look* sebagai identitas visual Calora *Makeup*. Metode kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggambaran dan penjelasan fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi nyata yang ditemukan pada objek penelitian. Pendekatan ini sesuai untuk menggambarkan bentuk, ciri, dan makna visual dari hasil riasan yang diamati tanpa menggunakan perhitungan statistik. Penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran langsung mengenai suatu fenomena berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara (Kim et al., 2017). Metode ini juga efektif digunakan untuk memahami fenomena secara sistematis dan mudah dipahami (Hall & Liebenberg, 2024).

Objek penelitian ini berupa 10 dokumentasi *makeup* Calora yang dipublikasikan melalui akun Instagram selama Januari–Juni 2026. Pemilihan dokumentasi dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) Merupakan hasil *makeup* yang dipublikasikan pada akun Instagram Calora *Makeup* selama periode penelitian; (2) Wajah terlihat dengan jelas; dan (3) Memiliki karakteristik visual yang relevan dengan konsep *Barbie Look*. Selain dokumentasi visual, penelitian ini juga menggunakan data hasil wawancara dengan makeup artist Calora *Makeup* dan konsumen yang mengetahui atau pernah melihat hasil riasan Calora *Makeup*. Wawancara digunakan sebagai data pendukung untuk memperoleh informasi mengenai karakteristik *Barbie Look*, penerapan konsep tersebut dalam hasil riasan, serta persepsi terhadap identitas visual Calora *Makeup*.

Informan dalam penelitian ini terdiri atas 2 *makeup artist* Calora *Makeup* dan 3 konsumen. Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. *Makeup artist* dipilih karena memiliki pengetahuan dan pengalaman langsung dalam proses pembuatan serta penerapan konsep Calora *Makeup*. Sementara itu, konsumen dipilih karena mengetahui, pernah menggunakan jasa, atau pernah melihat hasil riasan Calora *Makeup* sehingga dapat memberikan informasi mengenai persepsi terhadap karakteristik visual *makeup* yang ditampilkan. Kriteria informan konsumen meliputi: (1) Mengetahui atau pernah melihat hasil Calora *Makeup*; (2) Memahami atau dapat memberikan penilaian terhadap tampilan makeup yang ditampilkan; dan (3) Bersedia memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian.

Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan menggunakan bentuk wawancara semi-terstruktur. Wawancara semi-terstruktur dipilih agar peneliti memiliki pedoman pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian, tetapi tetap memberikan kesempatan kepada informan untuk menjelaskan pengalaman dan pandangannya secara lebih luas. Wawancara dengan *makeup artist* diarahkan pada proses penerapan konsep *Barbie Look*, karakteristik warna, *complexion*, mata, bibir, *contour*, *highlight*, serta *finishing* yang menjadi ciri khas hasil *makeup* Calora Makeup. Sementara itu, wawancara dengan konsumen diarahkan pada persepsi mereka terhadap kesan feminin, *flawless*, lembut, *soft-glam*, serta kesesuaian hasil riasan dengan karakteristik *Barbie look*. Wawancara dilaksanakan pada 25 Juni 2026.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi visual, dokumentasi, dan wawancara. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang melakukan pengamatan terhadap dokumentasi visual serta melakukan wawancara dengan informan. Data dokumentasi berupa 10 hasil *makeup* Calora Makeup yang diunggah melalui Instagram selama Januari–Juni 2026. Setiap dokumentasi diamati secara berulang berdasarkan sepuluh indikator *Barbie look*, yaitu (1) *complexion flawless*, (2) *glass skin/glowing finish*, (3) warna pink/*nude*, (4) *doll-eye makeup*, (5) *eyeliner*, (6) *false eyelashes*, (7) *contour*, (8) *highlight*, (9) *lip color*, dan (10) *soft-glam finishing*. Sementara itu, data wawancara digunakan untuk memperkuat hasil pengamatan visual dan memberikan pemahaman mengenai penerapan serta persepsi terhadap karakteristik *Barbie look* pada Calora Makeup.

Data yang diperoleh dari dokumentasi dan wawancara kemudian dianalisis secara deskriptif. Pada data visual, peneliti melakukan pengamatan terhadap setiap dokumentasi, memberikan kode berdasarkan sepuluh indikator *Barbie look*, mengelompokkan temuan ke dalam kategori visual, kemudian menginterpretasikan pola karakteristik *makeup* yang muncul. Data hasil wawancara ditranskripsikan, kemudian direduksi dengan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, hasil wawancara dibandingkan dengan temuan dari dokumentasi visual untuk melihat kesesuaian informasi dan memperkuat interpretasi mengenai karakteristik *Barbie look* sebagai identitas visual Calora Makeup. Pemilihan analisis deskriptif dilakukan karena penelitian ini bertujuan menjelaskan karakteristik visual *makeup* secara mendalam dan terarah (Inayat & Younas, 2025).

Validitas data dilakukan melalui triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh melalui observasi visual, dokumentasi, dan wawancara. Sementara itu, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari *makeup artist* dan konsumen. Peneliti juga melakukan pengecekan ulang terhadap hasil pengamatan visual dan konsistensi penggunaan sepuluh indikator pada seluruh dokumentasi. Hasil observasi kemudian dibandingkan dengan keterangan informan serta konsep *Barbie Look* yang digunakan sebagai dasar analisis. Dengan demikian, interpretasi yang dihasilkan tidak hanya didasarkan pada pengamatan peneliti, tetapi juga didukung oleh informasi dari pihak yang terlibat dan mengetahui hasil riasan Calora Makeup.

Tahapan analisis data dilakukan secara runtut melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data visual dan hasil wawancara yang telah dikumpulkan direduksi berdasarkan fokus penelitian, kemudian disajikan dalam bentuk uraian dan pengelompokan karakteristik visual.

Selanjutnya, peneliti melakukan interpretasi terhadap hubungan antara hasil observasi visual dan informasi dari informan untuk memperoleh gambaran mengenai karakteristik Barbie *look* sebagai identitas visual Calora *Makeup*. Tahapan tersebut dilakukan secara sistematis untuk menghasilkan temuan penelitian yang kredibel dan sesuai dengan fokus penelitian (Villamin et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Konsep *Makeup* Barbie *Look* pada Calora *Makeup*

Makeup Barbie *Look* merupakan gaya rias yang menampilkan kesan feminin, *glamor*, *flawless*, dan *youthful* sehingga memberikan tampilan yang terinspirasi dari karakter visual Barbie. Konsep *makeup* ini berkembang mengikuti tren *beauty industry* dan media sosial yang banyak menampilkan kulit *glowing*, wajah berdimensi, serta tampilan *makeup* yang lembut namun tetap elegan. Karakter Barbie sendiri telah lama dikenal sebagai simbol visual perempuan yang berkaitan dengan kecantikan, feminitas, dan penampilan ideal dalam budaya populer (Burke & Kon-Yu, 2025). Selain itu, pengaruh visual Barbie juga dapat membentuk persepsi perempuan terhadap tubuh dan kecantikan sejak usia muda (Nesbitt et al., 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa karakter visual Barbie memiliki keterkaitan dengan perkembangan konsep kecantikan *modern* dan menjadi salah satu referensi dalam perkembangan tren *makeup*.

Berdasarkan hasil observasi terhadap dokumentasi *makeup* dari Calora *Makeup* yang dipublikasikan melalui Instagram selama Januari–Juni 2026, konsep Barbie *look* terlihat melalui perpaduan beberapa unsur *makeup*, yaitu *complexion flawless*, *glass skin/glowing finish*, warna pink dan *nude*, *doll-eye makeup*, *eyeliner*, *false eyelashes*, *contour*, *highlight*, *lip color*, serta *soft-glam finishing*. Unsur-unsur tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi dipadukan untuk menghasilkan tampilan wajah yang halus, bercahaya, feminin, dan *youthful*. Penggunaan warna pink atau *nude* pada bagian mata, pipi, dan bibir memberikan kesan lembut, sedangkan *complexion* yang *glowing* dan teknik *contour* serta *highlight* memberikan dimensi pada wajah. Sementara itu, *doll-eye makeup*, *eyeliner*, dan *false eyelashes* memberikan karakter mata yang lebih besar dan tegas sehingga memperkuat kesan seperti boneka Barbie.



Gambar 1. Hasil *Makeup* Barbie *Look* dari Calora *Makeup*

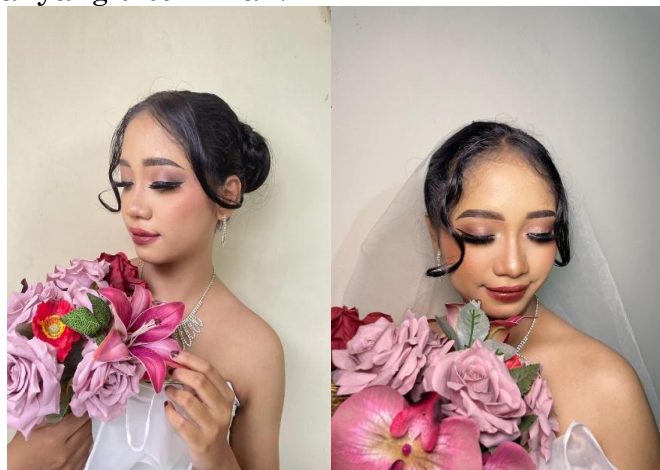
Sumber: Instagram Calora *Makeup*, 2026

Hasil observasi tersebut menunjukkan bahwa konsep Barbie *look* pada Calora *Makeup* tidak hanya ditentukan oleh penggunaan warna pink, tetapi juga oleh

keseluruhan tampilan wajah. Hal ini terlihat dari perpaduan *complexion*, *eye makeup*, pembentukan dimensi wajah, warna bibir, dan hasil akhir *makeup*. Arai dan Nittono (2022) menjelaskan bahwa penggunaan *makeup* dapat meningkatkan daya tarik wajah dan memberikan respons visual yang lebih positif terhadap penampilan seseorang. Dalam penelitian ini, konsep tersebut digunakan sebagai landasan untuk memahami fungsi unsur *makeup*, sedangkan karakteristik *Barbie look* Calora Makeup ditentukan berdasarkan hasil observasi terhadap dokumentasi yang dianalisis.

Temuan observasi juga diperkuat melalui wawancara dengan salah satu *makeup artist* Calora Makeup. *Makeup artist* menjelaskan: “*Barbie look* memang salah satu gaya yang sering saya gunakan karena sesuai dengan karakter Calora Makeup. Biasanya saya lebih menonjolkan *complexion* yang *glowing*, warna pink atau nude, mata yang terlihat lebih besar, dan hasil akhirnya tetap feminin tetapi tidak terlalu berat”.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan unsur *glowing complexion*, warna pink atau *nude*, dan tampilan mata yang lebih besar merupakan bagian yang sengaja ditonjolkan dalam konsep *makeup* Calora Makeup. Hal tersebut memiliki kesesuaian dengan hasil observasi pada dokumentasi Instagram, sehingga wawancara dapat digunakan untuk memperkuat interpretasi terhadap karakteristik visual yang ditemukan.



Gambar 2. Detail *Eye Makeup* pada *Barbie Look* Calora Makeup

Sumber: Instagram Calora Makeup, 2026

Selain wawancara dengan *makeup artist*, hasil wawancara dengan salah satu konsumen juga memberikan gambaran mengenai karakter visual yang terlihat pada *makeup* Calora Makeup. Konsumen menyampaikan: “Kalau saya lihat hasil *makeup* Calora, kesannya memang *glowing*, feminim, dan biasanya ada warna pink atau *nude*. Bagian matanya juga kelihatan lebih besar, jadi menurut saya memang ada kesan *Barbie look*”.

Pernyataan konsumen tersebut memperkuat hasil pengamatan karena karakteristik yang dikenali oleh konsumen memiliki kesesuaian dengan indikator penelitian, terutama *glowing finish*, warna pink/*nude*, *doll-eye makeup*, dan kesan feminin. Dengan demikian, hasil observasi dan wawancara menunjukkan adanya kesesuaian antara karakteristik visual yang ditampilkan pada dokumentasi dengan konsep *Barbie look* yang digunakan Calora Makeup.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut, konsep *Barbie look* pada Calora *Makeup* dapat dipahami sebagai perpaduan karakteristik *makeup* yang menghasilkan tampilan feminin, *glowing*, *youthful*, dan *soft glam*. Konsep tersebut tidak hanya terlihat dari satu unsur *makeup*, tetapi terbentuk melalui konsistensi penggunaan beberapa elemen visual secara bersamaan. Dengan demikian, *Barbie look* menjadi salah satu karakter visual yang digunakan Calora *Makeup* dalam menampilkan hasil riasan melalui media sosial.

2. Ciri Khas Makeup Barbie Look Calora Makeup

Berdasarkan hasil observasi terhadap dokumentasi makeup Calora yang dipublikasikan melalui Instagram selama Januari–Juni 2026, ditemukan beberapa karakteristik visual yang secara konsisten membentuk tampilan *Barbie Look*. Karakteristik tersebut meliputi *complexion flawless*, *glass skin/glowing finish*, warna pink atau nude, *doll-eye makeup*, eyeliner, *false eyelashes*, contour, highlight, *lip color*, dan *soft-glam finishing*.

Tampilan *complexion* dibuat merata dengan permukaan wajah yang terlihat halus sehingga memberikan kesan bersih dan rapi. Unsur tersebut kemudian dipadukan dengan *glass skin/glowing finish* yang memberikan efek bercahaya pada wajah, terutama pada bagian tulang pipi, hidung, dan area wajah yang menjadi titik pantulan cahaya. Perpaduan kedua unsur tersebut menghasilkan dasar makeup yang menjadi karakter penting dalam tampilan *Barbie look*.

Karakteristik berikutnya terlihat pada penggunaan warna pink dan *nude*. Warna tersebut ditemukan pada beberapa bagian makeup, terutama *eyeshadow*, blush, dan bibir. Penggunaan warna pink memberikan kesan feminin dan *youthful*, sedangkan warna *nude* memberikan kesan lebih natural sehingga tampilan tidak terlihat terlalu berat. Kombinasi warna tersebut mendukung konsep *Barbie look* yang menampilkan kesan lembut tetapi tetap glamor.

Pada bagian mata, karakter *doll-eye makeup* terlihat melalui teknik rias yang memberikan kesan mata lebih besar dan terbuka. Efek tersebut diperkuat dengan penggunaan eyeliner dan *false eyelashes*. *Eyeliner* digunakan untuk mempertegas garis mata, sedangkan bulu mata memberikan volume dan membantu membentuk kesan mata yang lebih ekspresif. Perpaduan ketiga unsur tersebut menjadi salah satu bagian yang memperkuat karakter boneka pada tampilan *Barbie look*.

Selain riasan mata, *contour* dan *highlight* juga menjadi bagian dari karakteristik *makeup* yang diamati. *Contour* digunakan untuk memberikan dimensi pada wajah, sedangkan *highlight* memberikan efek cahaya pada bagian wajah tertentu. Penggunaan kedua teknik tersebut membuat bentuk wajah terlihat lebih berdimensi tanpa menghilangkan kesan feminin. Pada bagian bibir, penggunaan *lip color* dengan nuansa pink, nude, atau warna yang mendekati kedua karakter tersebut melengkapi keseluruhan tampilan.

Keseluruhan unsur tersebut kemudian menghasilkan *soft-glam finishing* yang menjadi tampilan akhir *makeup*. Hasil riasan terlihat glamor melalui penggunaan *complexion* yang rapi, mata yang lebih tegas, *highlight*, dan warna bibir, tetapi tetap mempertahankan kesan lembut dan feminin. Dengan demikian, ciri khas *Barbie look* pada Calora *Makeup* terbentuk melalui perpaduan antara *complexion*, warna, *eye makeup*, pembentukan dimensi wajah, dan secara keseluruhan.

Hasil observasi tersebut diperkuat melalui wawancara dengan makeup artist Calora Makeup yang menyatakan:

“Kalau membuat Barbie *look*, bagian yang paling saya perhatikan biasanya *complexion*, mata, dan warna keseluruhan. Saya ingin hasilnya *glowing*, matanya lebih hidup, tetapi tetap kelihatan *soft* dan feminin”.

Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil observasi yang menunjukkan bahwa *complexion*, *eye makeup*, warna pink atau *nude*, dan *soft-glam finishing* menjadi unsur yang menonjol dalam dokumentasi Calora *Makeup*. Salah satu konsumen yang diwawancarai menyampaikan: “Menurut saya yang paling kelihatan itu *glowing*-nya sama warna pink atau *nude*. Terus bagian matanya juga dibuat lebih besar dan bulu matanya kelihatan, jadi kesannya memang seperti Barbie”.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa ciri khas Barbie *look* pada Calora *Makeup* terbentuk dari kombinasi beberapa unsur visual yang digunakan secara konsisten. Karakteristik tersebut menjadi dasar dalam melihat Barbie *look* sebagai salah satu gaya rias yang digunakan Calora *Makeup* dalam menampilkan identitas visualnya melalui Instagram.

3. Barbie *Look* sebagai Identitas Visual Calora *Makeup*

Barbie *look* pada Calora *Makeup* berkembang menjadi identitas visual yang membedakan hasil riasannya dengan *makeup artist* lain. Identitas tersebut terlihat dari konsistensi penggunaan *makeup* feminin dengan hasil *flawless*, *glowing*, dan *soft glam* yang selalu muncul pada berbagai hasil riasan. Dalam industri kecantikan *modern*, identitas visual menjadi bagian penting karena membantu *makeup artist* membangun ciri khas yang mudah dikenali. Penggunaan konsep Barbie *look* membuat Calora *Makeup* memiliki *signature makeup* yang memperlihatkan kesan elegan, manis, dan *modern* secara bersamaan. Karakter Barbie sendiri sejak lama dikenal sebagai simbol visual perempuan yang berkaitan dengan standar kecantikan feminin dan citra penampilan ideal. Karakter Barbie sering digunakan sebagai representasi standar kecantikan perempuan dalam budaya populer (Neswari, 2024). Selain itu, Barbie juga berkembang menjadi ikon visual yang terus mengalami reinterpretasi dalam konteks *gender*, kecantikan, dan identitas *modern* (Bobaru, 2024). Hal tersebut membuat Barbie *look* tidak hanya menjadi gaya *makeup*, tetapi juga menjadi simbol visual yang memiliki nilai estetika dan daya tarik tersendiri dalam industri kecantikan.

Konsistensi penggunaan Barbie *look* pada Calora *Makeup* juga menjadi bagian dari strategi *branding* visual yang memperkuat daya tarik konsumen. Tampilan *makeup* yang khas membuat audiens lebih mudah mengenali karakter riasan yang dimiliki Calora *Makeup* melalui media sosial maupun portofolio *makeup*. Penggunaan warna pink lembut, *complexion glowing*, serta *eye makeup doll look* menjadi elemen yang terus dipertahankan sehingga menciptakan identitas visual yang kuat. Dalam dunia digital saat ini, konsumen cenderung tertarik pada visual yang memiliki karakter unik dan konsisten. Persepsi pengguna media sosial terhadap *makeup artist* dipengaruhi oleh kualitas visual dan konsistensi hasil *makeup* yang ditampilkan di *platform* digital (Miskiyah & Setyowati, 2022). Selain itu, penggunaan elemen warna pink dan kesan feminin dalam visual *modern* juga mampu menciptakan pendekatan emosional dan daya tarik yang lebih kuat terhadap audiens (Høngsmark Knudsen & Andersen, 2024). Oleh karena itu, Barbie *look* pada Calora *Makeup* berfungsi sebagai identitas visual sekaligus media *branding* yang memperkuat posisi *makeup artist* di tengah persaingan *beauty industry*.

Barbie *look* sebagai identitas visual Calora *Makeup* juga memperlihatkan bagaimana standar kecantikan modern dibentuk melalui budaya populer dan media visual. Makeup tidak lagi hanya dipahami sebagai alat mempercantik wajah, tetapi juga menjadi bagian dari pembentukan citra diri dan ekspresi identitas perempuan modern. *Film* Barbie, media sosial, dan tren visual digital turut memengaruhi cara masyarakat memandang kecantikan feminin yang identik dengan tampilan *flawless* dan elegan. Penelitian oleh Rahmawati dkk. menjelaskan bahwa karakter Barbie dalam media modern merepresentasikan identitas perempuan yang terus berkembang mengikuti perubahan sosial dan budaya (Rahmawati et al., 2026). Selain itu, munculnya berbagai interpretasi baru terhadap karakter Barbie menunjukkan bahwa simbol kecantikan perempuan kini semakin luas dan dinamis (Babin, 2024). Dengan demikian, Barbie *look* pada Calora *Makeup* tidak hanya memperlihatkan kemampuan teknik *makeup artist*, tetapi juga menjadi bentuk representasi visual kecantikan *modern* yang relevan dengan tren masyarakat saat ini.

4. Barbie *Look* sebagai Karakter Visual Calora *Makeup* di Media Sosial

Media sosial menjadi salah satu sarana bagi *makeup artist* untuk menampilkan hasil riasan dan membangun karakter visual melalui konten yang dipublikasikan secara konsisten. Instagram memungkinkan hasil makeup ditampilkan dalam bentuk visual yang dapat diamati oleh audiens. Dalam konteks penelitian ini, media sosial tidak dianalisis untuk mengukur tingkat popularitas Barbie *look*, melainkan digunakan sebagai sumber dokumentasi untuk mengidentifikasi karakteristik visual *makeup* Calora *Makeup*. Barbie *look* dalam penelitian ini dipahami berdasarkan tampilan *makeup* yang menunjukkan karakter feminin, glamor, *flawless*, *glowing*, dan *youthful look*. Menurut Webb et al. (2023), tampilan visual Barbie dalam media memiliki keterkaitan dengan cara perempuan memandang tubuh dan kecantikan mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa visual Barbie dapat menjadi salah satu referensi dalam memahami konstruksi kecantikan feminin dalam media.

Calora *Makeup* menggunakan Instagram untuk menampilkan berbagai hasil makeup dengan karakter visual yang feminin, *glowing*, dan *soft-glam*. Berdasarkan hasil analisis terhadap 10 dokumentasi makeup Calora *Makeup* yang dipublikasikan selama Januari–Juni 2026, ditemukan berbagai unsur yang sesuai dengan karakteristik Barbie *look*, seperti *complexion flawless*, *glowing finish*, warna pink atau *nude*, *doll-eye makeup*, *eyeliner*, *false eyelashes*, *contour*, *highlight*, *lip color*, dan *soft-glam finishing*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa karakteristik Barbie *look* dapat diamati melalui perpaduan berbagai unsur *makeup* yang muncul dalam dokumentasi visual Calora *Makeup*.

Temuan visual tersebut diperkuat melalui wawancara dengan *makeup artist* Calora *Makeup* yang menyatakan: “Barbie *look* memang menjadi salah satu gaya yang sering saya gunakan karena sesuai dengan karakter Calora *Makeup*. Saya lebih banyak menonjolkan *complexion* yang *glowing*, warna pink atau *nude*, mata yang terlihat lebih besar, dan hasil akhir yang feminin tetapi tetap *soft*”.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa karakteristik Barbie *look* yang ditemukan melalui dokumentasi visual juga merupakan bagian dari konsep makeup yang diterapkan oleh *makeup artist* Calora *Makeup*. Dengan demikian, hasil observasi dan wawancara menunjukkan adanya kesesuaian antara unsur

visual yang terdapat dalam dokumentasi Instagram dengan penjelasan *makeup artist* mengenai karakter makeup yang digunakan.

Selain wawancara dengan *makeup artist*, wawancara dengan konsumen juga memberikan informasi mengenai karakter visual yang dapat dikenali dari hasil makeup Calora Makeup. Salah satu konsumen menyampaikan: “Kalau melihat hasil *makeup* Calora, yang langsung saya ingat itu *makeup*-nya *glowing*, warna pink atau *nude*, dan kelihatan feminin. Menurut saya cirinya memang seperti Barbie look”.

Pernyataan tersebut memperkuat hasil analisis visual karena karakteristik yang dikenali konsumen memiliki kesesuaian dengan indikator Barbie look yang digunakan dalam penelitian, terutama *glowing finish*, warna pink atau *nude*, dan kesan feminin. Dengan demikian, wawancara dengan *makeup artist* dan konsumen berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat interpretasi terhadap karakteristik visual yang ditemukan pada dokumentasi Instagram.

Karakter visual Barbie look pada Calora Makeup juga dapat dipahami dalam konteks perkembangan budaya populer dan tren kecantikan modern. Warna pink, tampilan glamor, serta kesan feminin merupakan beberapa karakter visual yang sering diasosiasikan dengan representasi Barbie dalam budaya populer. Barbie telah lama menjadi simbol standar kecantikan perempuan yang memengaruhi cara masyarakat memandang penampilan ideal (Neswari, 2024). Selain itu, perkembangan representasi Barbie dalam budaya modern menunjukkan perubahan dalam cara masyarakat memahami identitas perempuan dan kecantikan (Bobaru, 2024). Dalam penelitian ini, pembahasan tersebut digunakan sebagai konteks untuk memahami karakter visual Barbie look, bukan untuk menyatakan bahwa media sosial menyebabkan atau meningkatkan popularitas Barbie look.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Barbie Look pada Calora Makeup dapat dipahami sebagai karakter visual yang terbentuk melalui konsistensi penggunaan *complexion flawless*, *glowing finish*, warna pink atau *nude*, *doll-eye makeup*, *eyeliner*, *false eyelashes*, *contour*, *highlight*, *lip color*, dan *soft-glam finishing*. Konsistensi unsur-unsur tersebut membuat tampilan makeup Calora Makeup memiliki karakter feminin, lembut, *glowing*, dan *youthful* yang sesuai dengan konsep Barbie look. Dengan demikian, dalam penelitian ini Barbie look lebih tepat dipahami sebagai karakter atau identitas visual Calora Makeup yang terlihat pada dokumentasi Instagram, bukan sebagai popularitas yang diukur melalui jumlah *followers*, *likes*, *views*, *engagement*, atau indikator media sosial lainnya.

5. Analisis Estetika Makeup Barbie Look

Estetika Makeup Barbie look pada Calora Makeup terlihat dari penggunaan unsur warna, bentuk, dan detail *makeup* yang menciptakan tampilan feminin dan elegan. Warna pink, *nude*, dan *peach* menjadi elemen dominan karena mampu memberikan kesan lembut, manis, dan *youthful* pada wajah. Selain itu, penggunaan *complexion glowing* dan *glass skin* membantu menciptakan tampilan wajah yang bersih dan bercahaya sehingga sesuai dengan konsep kecantikan *modern*. Dalam estetika visual, warna memiliki peran penting dalam membangun kesan emosional dan identitas tertentu pada suatu tampilan. Penggunaan warna pink dalam konsep Barbie look sering dikaitkan dengan femininitas, kelembutan,

dan citra perempuan *modern*. Menurut Høngsmark Knudsen dan Andersen, warna pink dalam budaya visual *modern* memiliki makna emosional dan simbolis yang kuat dalam membentuk identitas visual perempuan (Høngsmark Knudsen & Andersen, 2024). Oleh karena itu, pemilihan warna dalam Barbie *look* menjadi bagian penting dalam menciptakan estetika *makeup* yang menarik dan mudah dikenali.

Selain warna, bentuk dan proporsi wajah juga menjadi bagian utama dalam estetika Barbie *look* pada Calora *Makeup*. Teknik *contour*, *highlight*, dan *eye makeup* digunakan untuk menciptakan bentuk wajah yang lebih proporsional dengan kesan mata besar, hidung mancung, dan wajah yang tampak lebih tirus. Penggunaan teknik tersebut bertujuan menciptakan tampilan seperti boneka Barbie yang identik dengan wajah simetris dan detail *makeup* yang rapi. Dalam budaya populer, Barbie sering dipandang sebagai simbol kecantikan perempuan yang memiliki standar visual tertentu. Penelitian oleh Webb dkk. menunjukkan bahwa visual Barbie memiliki pengaruh terhadap persepsi perempuan mengenai tubuh dan penampilan ideal (Webb et al., 2023). Selain itu, representasi Barbie dalam media *modern* juga memperlihatkan bagaimana standar kecantikan perempuan dibangun melalui visual yang terus berkembang mengikuti tren sosial (Rahmawati et al., 2026). Hal tersebut menunjukkan bahwa estetika Barbie *look* pada *makeup* tidak terlepas dari pengaruh budaya populer terhadap persepsi kecantikan masyarakat.

Kesan feminin menjadi elemen utama dalam estetika Barbie *look* pada Calora *Makeup*. *Makeup* dibuat dengan perpaduan *soft glam* dan *natural* sehingga menghasilkan tampilan elegan namun tetap ringan dipandang. Estetika tersebut mencerminkan kecantikan *modern* yang tidak hanya berfokus pada *makeup* tebal, tetapi juga pada keserasian warna, detail wajah, dan kesan visual yang nyaman dilihat. Karakter Barbie yang selama ini dikenal sebagai simbol perempuan feminin turut memengaruhi perkembangan gaya *makeup modern* di media sosial dan *beauty industry*. Menurut Babin, perkembangan karakter Barbie dalam budaya populer menunjukkan adanya perubahan cara masyarakat memahami identitas dan estetika perempuan (Babin, 2024). Selain itu, Barbie juga sering digunakan sebagai simbol kritik terhadap standar kecantikan dan peran *gender* perempuan dalam masyarakat modern (Neswari, 2024). Dengan demikian, estetika Barbie *look* pada Calora *Makeup* tidak hanya memperlihatkan unsur kecantikan visual, tetapi juga mencerminkan perkembangan budaya populer dan standar estetika perempuan modern saat ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Barbie *look* merupakan salah satu karakteristik yang menjadi identitas visual Calora *Makeup* dalam menampilkan hasil tata rias melalui media sosial. Karakteristik tersebut terlihat melalui penggunaan *complexion flawless*, *glass skin/glowing finish*, warna pink dan *nude*, teknik *doll-eye makeup*, *eyeliner*, *false eyelashes*, *contour*, *highlight*, *lip color*, serta *soft-glam finishing*. Konsistensi penggunaan unsur-unsur tersebut pada dokumentasi Instagram dan diperkuat melalui hasil wawancara menunjukkan bahwa Barbie *look* menjadi salah satu gaya *makeup* yang melekat pada tampilan Calora *Makeup*. Penggunaan gaya tersebut juga menunjukkan adanya keterkaitan

antara tren kecantikan, budaya populer, dan perkembangan media sosial dalam membentuk preferensi visual *makeup modern*. Dengan demikian, *Barbie look* tidak hanya berfungsi sebagai gaya tata rias, tetapi juga berfungsi sebagai salah satu elemen pembentuk identitas visual Calora *Makeup* dalam membangun karakter tampilan di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung proses penyusunan penelitian ini, khususnya kepada Calora *Makeup* yang telah memberikan izin serta informasi terkait objek penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama proses penelitian dan penulisan artikel ilmiah ini berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdillah Nugroho, & Suharjo, G. L. (2025). The influence of Barbie movies on female beauty standards: A social cognitive perspective. *EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies*, 5(2), 702–720. <https://doi.org/10.47467/edu.v5i2.7178>
- [2] Arai, T., & Nittono, H. (2022). Cosmetic makeup enhances facial attractiveness and affective neural responses. *PLOS ONE*, 17(8), e0272923. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0272923>
- [3] Babin, D. M. (2024). Genderqueer reflections on Weird Barbie. *Feminist Theory*, 25(4), 587–600. <https://doi.org/10.1177/14647001241291446>
- [4] Bahçekapılı, E., Demir, F., & Erdem, Ş. (2026). From experience to meaning: Phenomenological insights into virtual influencer perceptions. *Strategic Business Research*, 2(1), 100081. <https://doi.org/10.1016/j.sbr.2026.100081>
- [5] Bobaru, N. (2024). Reimagining Barbie: A feminist analysis of iconography and consumerism in the age of gender reevaluation. *Gender Studies*, 23(1), 59–80. <https://doi.org/10.2478/genst-2024-0005>
- [6] Burke, M., & Kon-Yu, N. (2025). ‘Get in the box, you Jezebel!’: Barbie, gender identity and coalitional feminism. *Feminist Media Studies*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/14680777.2025.2467991>
- [7] Destiyadi, S., Sidik, A. P., & Abidin, C. D. (2025). Analisis personal branding makeup artist di media sosial dalam membangun brand awareness. *SOBAT: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(1), 240–248. <https://doi.org/10.32897/sobat.2025.7.1.5251>
- [8] Fitriyah, F., & Anindya, F. D. (2024). Stereotypical Barbie archetypal role in navigating the storyline of “Barbie” (2023) by Greta Gerwig. *Elite: English and Literature Journal*, 11(2), 158–173. <https://doi.org/10.24252/elite.v11i2.50999>
- [9] Hall, S., & Liebenberg, L. (2024). Qualitative description as an introductory method to qualitative research for master’s-level students and research trainees. *International Journal of Qualitative Methods*, 23. <https://doi.org/10.1177/16094069241242264>
- [10] Herlina, N., & Hegiarto, A. S. (2024). Personal branding MUA Nina Make Up pada media sosial Instagram @nhrl.n. *Ekonomika45: Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Bisnis Kewirausahaan*, 12(1), 514–529. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v12i1.3610>

- [11] Høngsmark Knudsen, G., & Andersen, L. P. (2024). Pink sincerity: Post-postmodernism and double appropriation in marketing. *Journal of Marketing Management*, 40(15–16), 1359–1383. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2024.2426190>
- [12] Inayat, S., & Younas, A. (2025). Choosing an analytical approach in qualitative descriptive studies. *Creative Nursing*, 31(4), 438–439. <https://doi.org/10.1177/10784535251390542>
- [13] Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2017). Characteristics of qualitative descriptive studies: A systematic review. *Research in Nursing & Health*, 40(1), 23–42. <https://doi.org/10.1002/nur.21768>
- [14] Macchia, A., Biribicchi, C., Zaratti, C., Testa Chiari, K., D'Ambrosio, M., Toscano, D., Izzo, F. C., & La Russa, M. F. (2022). Mattel's Barbie: Investigation of a symbol—Analysis of polymeric matrices and degradation phenomena for sixteen dolls from 1959 to 1976. *Polymers*, 14(20), 4287. <https://doi.org/10.3390/polym14204287>
- [15] Miskiyah, I. Z., & Setyowati, E. (2022). Persepsi pengguna Instagram terhadap makeup artist di era teknologi informasi. *Beauty and Beauty Health Education*, 11(1), 31–37. <https://doi.org/10.15294/bbhe.v11i1.55024>
- [16] Nesbitt, A., Sabiston, C. M., deJonge, M., Solomon-Krakus, S., & Welsh, T. N. (2019). Barbie's new look: Exploring cognitive body representation among female children and adolescents. *PLOS ONE*, 14(6), e0218315. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0218315>
- [17] Neswari, B. A. (2024). A poetic critique of social beauty standards and gender roles in Marge Piercy's *Barbie Doll*. *Mahakarya: Jurnal Mahasiswa Ilmu Budaya*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.22515/msjcs.v6i1.11015>
- [18] Pea, I. C. R. (2020). Riasan wajah sebagai bagian gambar diri: Bukan sekadar kewajiban atau hasrat. *Indonesian Journal of Theology*, 8(1), 42–61. <https://doi.org/10.46567/ijt.v8i1.154>
- [19] Rahmadiani, E., Hutaaruk, R. A., Yuwono, Y. S., Natalisa, D. E., Krisnawati, M., & Ratri, P. A. (2025). Eksplorasi makeup pengantin internasional: Studi komparatif antara gaya Korea dan Arab. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(3), 556–564. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i3.4957>
- [20] Rahmawati, W., Sembiring, L. T. A. B., & Rullyanti, M. (2026). A representation of female identity in Greta Gerwig's *Barbie* movie (2023). *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 2(8), 1469–1481. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i8.745>
- [21] Robertson, J. M., & Kingsley, B. E. (2021). Behind the façade: Motivations for cosmetic usage by women. *SAGE Open*, 11(4). <https://doi.org/10.1177/21582440211061573>
- [22] Sabila, Z., Abidin, Z., & Poerana, A. F. (2023). Make up dan identitas: Konstruksi identitas diri pengguna make up Korea (Studi fenomenologi remaja akhir di Cikarang Barat). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 431–437. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7968730>
- [23] Salsabila, S., Supiani, T., & Nursetiawati, S. (2024). Analisis makeup artist dalam perkembangan beauty industry pada alumni D3 Tata Rias. *Jurnal Adijaya Multidisiplin*, 2(5), 781–813. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/jam/article/view/1567>

- [24] Villamin, P., Lopez, V., Thapa, D. K., & Cleary, M. (2025). A worked example of qualitative descriptive design: A step-by-step guide for novice and early career researchers. *Journal of Advanced Nursing*, 81(8), 5181–5195. <https://doi.org/10.1111/jan.16481>
- [25] Webb, J. B., Ford, N. M., & Padro, M. P. (2023). Fashion versus fitspo: The effect of viewing images of contemporary Barbie® dolls in passive versus active poses on college women's body image and affect. *Body Image*, 45, 201–209. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.03.004>
- [26] Wenerda, I. (2018). Tata rias wajah sebagai media aktualisasi diri bagi mahasiswi. *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*, 22(1), 59–68. <https://doi.org/10.46426/jp2kp.v22i1.79>