

JARINGAN SOSIAL DALAM MENJALANKAN AKTIVITAS MAKE UP ARTIST (MUA) PADA MAHASISWA DI KOTA PEKANBARU

Oleh : Dewi Kurniawati

dewi_kurniawati1@yahoo.com

Pembimbing : Dra. Indrawati, M.Si

indrawati@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R. Soebrantas Km 12.5 Simpang Baru,
Pekanbaru, Riau

Abstrak

Make Up Artist (MUA) adalah seorang seniman yang memiliki kemampuan dalam menciptakan riasan ke bagian tubuh orang lain, terutama wajah. Keterampilan dan kemampuan tersebut diperoleh dari kelas *make up* atau privat yang diadakan oleh seorang profesional di bidangnya. Hanya sekedar hobi atau untuk dijadikan profesi, *Make Up Artist (MUA)* di Kota Pekanbaru juga kini banyak digeluti berbagai kalangan termasuk mahasiswa, karena aktivitas ini tidak membutuhkan waktu yang banyak dan bisa dijalankan kapan saja. Fenomena tentang aktivitas di dunia *make up* ini adalah yang menjadi tujuan penelitian. Fokus utama pada tulisan ini mengarah pada jaringan sosial. Terdapat tiga bentuk jaringan yaitu jaringan interest, jaringan sentiment dan jaringan power, dimana ketiga jaringan tersebut terbentuk dari hubungan-hubungan yang saling menguntungkan sesama pihak. Pengambilan data dilakukan dengan observasi mengikuti kegiatan mahasiswa di kota Pekanbaru yang menjalankan aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)* sekaligus wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Wawancara yang dilakukan dimana peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan dan langsung dengan subjek secara lengkap. Menurut penelitian dapat disimpulkan bahwa menjadi seorang *Make Up Artist (MUA)* bukanlah hal yang mudah dilakukan, sebab dibutuhkan keinginan untuk terus belajar guna mengasah kemampuan dibidang *make up*, modal yang besar untuk membeli peralatan *make up*, serta mental yang kuat untuk menerima kritikan dari klien.

Kata kunci : *Make Up Artist (MUA)*, *Aktivitas*, dan *Jaringan Sosial*

**SOCIAL NETWORK IN RUNNING THE ACTIVITIES OF MAKE UP
ARTIST (MUA) ON STUDENTS IN PEKANBARU CITY**

By : Dewi Kurniawati

dewi_kurniawati1@yahoo.com

Supervisor : Dra. Indrawati, M.Si

indrawati@lecturer.unri.ac.id

Department of sociology

faculty of social and political sciences

Universitas Riau

*Campus Bina Widya, Jalan H.R. Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru,
Riau*

Abstract

The makeup artist is an artist who has the ability to make makeup in other people's body parts, including the face. These skills and abilities are derived from a beauty class or the privates of a makeup professional. As a hobby of profession, make up artist in the Pekanbaru City of fair is now deeply concerned by various students, because this activity doesn't take much time and is running at any time. This phenomenon about activity in the world of makeup is what research is all about. The main focus on this writing leads to social networks. There are forms of tissue, an interest network, a sentimental network, and a power network, ini which all three networks are formed of mutually beneficial relationships. Data retrieval is made by observation following the student activities of the Pekanbaru City that run activities as make up artist and interviews in depth and documenting. Interviews conducted where reseachers verbally and directly question the subject in full effect. It's inconceivable that being a make up artist is not an easy ting to do, because it takes a desire to continue learning to sharpen the skills of make up, a lot of money to buy makeup, and mentally strong to take criticism from a client.

Keywords : Make Up Artist (MUA), Activity and Social Network.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki ragam seni dan budaya yang bernilai tinggi, salah satunya adalah tata rias/*make up*. Dunia *make up* semakin banyak diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa, yang sebagian besar adalah wanita. Tidak bisa dipungkiri pula kaum pria juga banyak yang tertarik dengan dunia tata rias. Banyak yang menggeluti dunia ini, baik sekedar kebiasaan atau kebutuhan, hobi, profesi pribadi, maupun profesi publik seperti di industri *entertain*.

Seorang *Make Up Artist (MUA)* tentu saja memiliki tantangan yang cukup sulit yaitu membuat wajah seseorang terlihat cantik dan menawan dengan balutan *make up* yang terampil. Banyak yang mengatakan bahwa seorang MUA memiliki tangan yang kreatif dan tidak jarang orang menyebutnya tangan ajaib. Oleh karena itu dibutuhkan *skill* dan teknik-teknik khusus dalam ber-*make up* agar hasil yang ditampilkan terlihat sempurna.

Pandangan masyarakat awam, dahulu banyak yang menganggap bahwa *Make Up Artist (MUA)* adalah orang yang merias para artis/selebritis. Padahal sebenarnya MUA menggambarkan suatu profesi yang membutuhkan keterampilan artistik atau seni tinggi. Profesi *Make Up Artist (MUA)* memang sebelumnya

dipandang sebelah mata, namun kini justru naik daun.

Dikatakan sebagai seorang MUA apabila seseorang yang memang menjalankan aktivitas ini telah memiliki keahlian yang terdapat sertifikat dari pelatihan khusus.

Make Up Artist (MUA) bukan aktivitas yang mudah, namun diminati oleh banyak orang dari berbagai kalangan. Bagi mahasiswa tentu saja ini suatu aktivitas yang cukup menguras banyak waktu di balik kesibukannya sebagai seseorang yang aktif pada dunia akademik. Selain itu, jaringan sosial sangat mendukung aktivitas ini karena sebagai seorang *Make Up Artist (MUA)* jika ingin mempertahankan bakatnya harus terdapat hubungan yang tercipta dalam bentuk jaringan.

Terdapat 3 (tiga) jaringan sosial yang harus dipertahankan dalam aktivitas ini, yaitu : pertama, jaringan awal sebelum membentuk seseorang diakui sebagai *Make Up Artist (MUA)* adalah dengan tempat pelatihan *make up*. Bakat seorang MUA tidak semua bisa dilakukan dengan sendirinya tentu saja harus ada ilmu-ilmu lain yang sesuai dengan bakat tersebut. Tempat pelatihan *make up* adalah tempat dimana seseorang mengembangkan bakatnya dibidang *make up*, artinya selain mendapat ilmu orang tersebut

akan mendapat sebuah pengakuan dalam bentuk sertifikat. Dan pengakuan tersebut juga diberikan setelah adanya beberapa waktu pelatihan yang telah ditentukan oleh pihak tempat pelatihan tersebut.

Kedua, jaringan dengan toko kosmetik atau tempat penjualan alat-alat kosmetik. Penunjang yang sangat berpengaruh besar untuk seorang *Make Up Artist (MUA)* adalah kelengkapan alat kosmetik, yang bisa didapat dengan mudah di toko kosmetik. Jika seorang MUA ingin memaksimalkan hasil *make up* tentu diperlukan berbagai bentuk kosmetik, berbagai warna dan varian, agar dengan mudah menentukan warna yang harus dipakai saat mendapat *job* dan sesuai dengan permintaan klien atau kebutuhan klien. Sehingga tercipta seorang *Make Up Artist (MUA)* yang berkarakter.

Ketiga, jaringan terakhir namun sangat dibutuhkan seorang *Make Up Artist (MUA)* karena merupakan *feedback* dari keseluruhan usahanya yaitu dengan klien. Seorang MUA dikatakan sukses apabila ia memiliki banyak klien yang mempercayakan moment tertentu dengan bantuan *make up* dari seorang MUA tersebut. Klien juga dijadikan testimonial, atau sebagai bukti bahwa telah ada yang menggunakan bakatnya, testimonial tersebut juga menentukan seberapa baik *make up* yang diciptakan dan orang dapat melihat karakter seperti apa si *Make Up Artist (MUA)* itu.

Ketiga bentuk jaringan tersebut saling berkaitan yang pastinya jika berjalan sesuai tahapannya pasti akan menciptakan jaringan yang kuat. Karena pada hakekatnya menjadi *Make Up Artist (MUA)* tidak semudah yang dibayangkan, namun jika ketiga jaringan yang telah

dijelaskan di atas bisa berjalan dengan baik tentu kesulitan di bidang ini akan mudah dilalui.

Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena di atas, dapat di tarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik mahasiswa yang menjalankan aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)*?
2. Bagaimana bentuk jaringan sosial mahasiswa dalam menjalankan aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)*?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik mahasiswa yang menjalankan aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)*.
2. Untuk menganalisis bentuk jaringan sosial mahasiswa dalam menjalankan aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)*.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi atau masukan dalam hal pertimbangan tentang aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)*, lebih dari itu masyarakat akan semakin mengerti hal-hal mengenai dunia *Make Up Artist (MUA)*.
- b. Bagi Penulis, selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang sosiologi serta melatih penulis untuk dapat menerapkan teori-teori yang diperoleh dari perkuliahan.

- c. Bagi Perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Make Up Artist (MUA)

Seorang *Make Up Artist* adalah seniman dengan menggunakan tubuh manusia sebagai sarana, dan menerapkan *make up* untuk kebutuhan teater, televisi, film, *fashion*, majalah, dan produksi lainnya termasuk segala aspek dalam industri *modeling*. Seni *make up* juga memiliki aliran dan spesialisasi. Tidak semua seni harus “cantik”, tergantung tujuan penggunaannya. Ada beberapa jenis aliran *Make Up Artist*, yaitu :

1. Tata rias korektif
Bertujuan untuk mengubah penampilan fisik yang dinilai kurang sempurna. Tata rias wajah korektif merupakan jenis tata rias wajah yang paling sering dilakukan oleh masyarakat. Maka tata rias korektif selalu berhubungan tentang penampilan natural dan sederhana. Namun lebih elegan, karena dapat mengoreksi kekurangan dan kelebihan di wajah kita agar terlihat lebih segar.
2. Tata rias wajah untuk mode/seni (*styling make up*)
Merupakan kegiatan mengubah penampilan murni untuk tujuan seni. Melukis tubuh (*body painting*) merupakan salah satu contoh kegiatan *styling make up*.
3. Tata rias wajah untuk karakteristik
Banyak digunakan untuk kepentingan dunia akting dan hiburan. Setiap warna dan bahan kosmetika yang digunakan

ditujukan untuk membentuk karakter/wajah tertentu, misalnya penggunaan *eye shadow* gelap untuk memberi karakter galak.¹

Tata rias memiliki fungsi untuk mengubah (*make over*). Perubahan ke arah lebih cantik dan sempurna (koreksi). Proses untuk menuju ke arah itu tentu tidak semudah membalik tangan, karena diperlukan pengetahuan, ketelitian, keseriusan, kesabaran, serta penyediaan waktu yang cukup untuk melakukannya (tidak dapat dilakukan tergesa-gesa).²

Make Up Artist tentu saja harus mengerti tentang perpaduan warna kosmetik tersebut. Menurut teori warna, perpaduan warna bisa berdasarkan banyak hal, diantaranya ada perpaduan berdasarkan warna analog. Warna monokromatis, komplemen, dobel komplemen, dan lainnya. Namun cara termudah adalah menggunakan perpaduan warna dengan pemisahan antara warna hangat dan warna sejuk.

Jaringan Sosial

Jaringan sosial merupakan suatu jaringan tipe khusus, dimana ‘ikatan’ yang menghubungkan satu titik ke titik lain dalam jaringan adalah hubungan sosial. Berpijak pada jenis ikatan ini, maka secara langsung atau tidak langsung yang menjadi anggota suatu jaringan sosial adalah manusia (*person*).³

¹Rosy Bm Ogotan. 2015. *Make up Artist*. <https://rosybm.wordpress.com/2015/11/25/make-up-artist/amp/>. Diakses tanggal 16 Oktober 2017.

²Andiyanto. Karim, Aju Isni. 2015. *The Make Over Rahasia Rias Wajah Sempurna*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

³Agusyanto, Ruddy. 2007. *Jaringan Sosial Dalam Organisasi*. Jakarta. Raja Garfindo Persada. hlm: 13.

Hubungan sosial antara dua orang mencerminkan adanya pengharapan peran dari masing-masing lawan interaksinya. Tingkah laku yang diwujudkan dalam suatu interaksi sosial itu *sistematik*, meskipun para pelakunya belum tentu menyadarinya. Oleh karena itu, jaringan sosial berbeda dengan yang namanya kelompok karena keanggotaan jaringan sosial sering kali tidak disadari atau belum tentu disadari oleh individu yang bersangkutan.

Tujuan hubungan sosial yang membentuk jaringan-jaringan sosial yang ada dalam masyarakat, hal ini dapat dibedakan menjadi tiga jenis jaringan sosial, yaitu⁴ :

- 1) Jaringan *interest* (jaringan kepentingan), dimana hubungan-hubungan sosial yang membentuknya adalah hubungan-hubungan sosial yang bermuatan kepentingan;
- 2) Jaringan *sentiment* (jaringan emosi), yang terbentuk atas dasar hubungan-hubungan sosial yang bermuatan emosi; dan
- 3) Jaringan *power*, dimana hubungan-hubungan sosial yang membentuknya adalah hubungan-hubungan sosial yang bermuatan power. Masing-masing jenis/tipe jaringan sosial tersebut memiliki “logika situasional” yang berbeda satu sama lain.

Satu aspek penting analisis jaringan adalah bahwa analisis ini menjauhkan sosiolog dari studi tentang kelompok dan kategori sosial dan mengarahkannya untuk mempelajari ikatan di kalangan dan antar aktor yang “tak terikat secara kuat dan tak sepenuhnya memenuhi

syarat kelompok. Terdapat ikatan yang kuat dan lemah, contoh ikatan yang kuat misalnya hubungan antara seseorang dan teman karibnya, sedangkan contoh ikatan yang lemah, misalnya hubungan antara seseorang dan kenalannya.

Pengertian di atas dapat diketahui bahwa jaringan sosial merupakan media sosial yang di mana menghubungkan dan mengikat antara individu dengan individu atau individu dengan kelompok agar dapat berdiri dan menjadi satu. Melalui jaringan sosial sesama individu atau kelompok akan saling tahu, saling mengingatkan satu sama lain, saling bantu dalam melaksanakan atau mengatasi suatu masalah.

Perspektif sosiologi dalam memandang jaringan sosial pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. Oleh karenanya sangat penting untuk menganalisis aspek kekuatan ikatan (lemah atau kuat), aspek menyambung (lemah atau kuat), dan aspek mengait (lemah atau kuat) dalam pengembangan jaringan sosial.

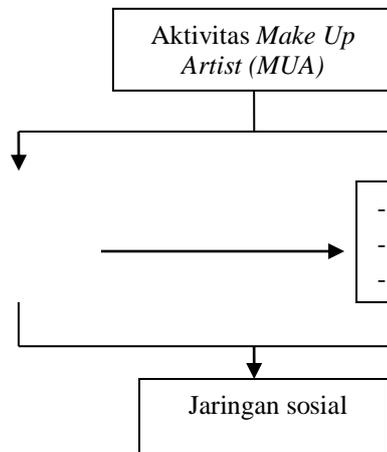
Kerangka Berpikir

Make Up Artist (MUA) merupakan suatu aktivitas yang apabila dijalankan dengan sungguh-sungguh akan menghasilkan suatu karya yang luar biasa. Fenomena MUA ini mendorong beberapa masyarakat untuk mencoba terjun dan menggeluti aktivitas ini, termasuk mahasiswa. Pada penelitian karakteristik mempengaruhi bentuk jaringan yang artinya sumber penting yang harus dibahas adalah jaringan

Mahasiswa

⁴ Ritzer, George. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta. Prenada Media.

sosial tersebut. Karena tidak semua MUA terpilih untuk menjawab permasalahan yang akan dibahas dalam pembahasan.



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara atau prosedur yang digunakan dalam pemecahan masalah yang diteliti. Berdasarkan judul penelitian di atas, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Menurut Soemantos⁵ metode penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek berdasarkan fakta yang nampak dan sebagainya.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru dengan mempersempit cakupan yaitu dimana adanya aktivitas yang dilakukan seorang *Make Up Artist (MUA)* yang berstatus mahasiswa. Lokasi yang digunakan dalam penelitian adalah studio *make up* atau tempat tinggal mahasiswa tersebut. Sebab dilakukan pengambilan di tempat ini karena

terdapat fenomena tentang beberapa informasi mahasiswa yang menjalankan aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)* dan kegiatan yang seperti ini jika dilihat dari aspek sosiologis dikatakan cukup menarik untuk ditinjau lebih lanjut.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang yang dalam situasi yang ditetapkan pemberi informasi dalam penelitian atau dikenal dengan informan. Dalam penelitian ini menggunakan *Porposive Sampling* yaitu salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Jumlah subjek yang dijadikan sebagai sumber informasi yaitu 1 (satu) *key informan Make Up Artist (MUA)* profesional sebagai tempat pelatihan dan 6 (enam) mahasiswa sebagai *Make Up Artist (MUA)*. Mengingat jumlah informan yang tidak terlalu banyak tersebut dikarenakan penulis memiliki kriteria khusus untuk menjawab permasalahan yang di pertanyakan pada penulisan ini. Kriteria-kriteria tersebut adalah informan masih berstatus mahasiswa, informan berkuliah di Pekanbaru, informan tinggal di Pekanbaru, dan informan belum lama menggeluti aktivitas *Make Up Artist (MUA)* sekitar 6 bulan hingga 1 tahun sehingga dengan para subjek penelitian inilah yang memiliki jaringan sosial yang signifikan dan dapat menjadi acuan dalam penelitian ini.

Jenis Dan Sumber Data

⁵ Faizah, Hasnah. 2011. *Menulis Karangan Ilmiah*. Pekanbaru: Cendikia Insani.

Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara (*interview*) dan observasi. Peneliti mendapatkan banyak informasi dengan mengamati hingga melakukan tatap muka secara langsung dengan cara mendatangi tempat kegiatan dari mahasiswa yang sedang melakukan aktivitasnya sebagai *Make Up Artist (MUA)* ataupun bertemu di tempat di luar kegiatan. Sumber data yang diperoleh pada data primer antara lain berupa gambar umum mengenai informan, serta masalah-masalah lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti yaitu bagaimana suka duka menjadi seorang *Make Up Artist (MUA)*. Baik berupa dampak positif ataupun kendala yang dihadapi.

Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi atau lembaga terkait. Data tersebut berupa geografi, demografi, agama, pendidikan, pekerjaan, dan sebagainya yang mampu memperkaya informasi pada penelitian ini. Mahasiswa adalah sebagai bentuk latar belakang pendidikan dengan aktivitas yaitu sebagai *Make Up Artist (MUA)*. Untuk itu dilakukan penelitian secara *face to face* agar data yang sudah tertulis lebih terpercaya dan bisa dipertanggungjawabkan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

- a. Wawancara mendalam untuk menyaring data primer yang menggunakan daftar pertanyaan (*interview guide*), hal ini

dimaksudkan untuk menghindari kekakuan selama wawancara berlangsung. Antara lain bagaimana mahasiswa berperan sebagai *Make Up Artist (MUA)* di balik kesibukan dalam menjalani kuliah. Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dan seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.⁶

- b. Observasi adalah mengadakan pengamatan langsung dilapangan yang terkait dengan segala macam yang berkaitan dengan hal-hal yang akan diteliti antara lain mengamati langsung subjek yang dituju dan melihat kegiatan yang dilakukan subjek. Melalui pengamatan terhadap perilaku seseorang atau kelompok orang dalam kurun waktu relatif lama, seseorang peneliti memperoleh banyak kesempatan untuk mengumpulkan data bersifat mendalam dan rinci satu hal yang kurang dapat dicapai dengan menggunakan metode survei.⁷

Observasi sangat dibutuhkan peneliti agar data yang diperoleh bukan hanya sekedar tulisan belaka namun bisa dijadikan acuan bagi para pembaca. Observasi yang dilakukan tentu saja ke tempat mahasiswa melakukan aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)*, meskipun terkadang tidak hanya satu tempat

⁶Mulyana, Deddi. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

⁷Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.

namun inilah yang menjadikan data peneliti dapat dilihat secara nyata.

- c. Dokumentasi merupakan data pendukung dari suatu penelitian, berupa dokumen-dokumen atau gambar-gambar yang terkait dengan penelitian. Tujuan dari dokumentasi adalah sebagai bukti dimana peneliti sudah melakukan penelitian secara langsung kepada mahasiswa yang beraktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)*. Dan dokumentasi ini dapat dijadikan bahan lampiran dalam penulisan ini.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, yaitu berusaha mengungkapkan kegiatan sosial di masyarakat dalam kaitannya tentang *Make Up Artist (MUA)* sebagai aktivitas mahasiswa, pendekatan kualitatif bertitik tolak dari pandangan fenomenologis. Untuk itu perlu dilakukan tatap muka secara langsung agar peneliti bisa mengupas secara rinci tentang karakteristik informan, bagaimana kegiatan yang dilakukan, serta apa saja keluhan kesah dalam menjalankan aktivitas sebagai *Make Up Artist (MUA)*. Terciptanya suatu jaringan juga bukan hal yang mudah, oleh karena itu diperlukan pemahaman dan kemampuan untuk peneliti agar dapat mengungkapkan semua yang diperbincangkan selama melakukan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jaringan Interest

Cara yang dilakukan untuk mendapat pengakuan yaitu tidak semata-mata mahir dalam menggunakan *make up* saja, melainkan adanya sebuah penghargaan agar orang lain percaya dengan kemampuan yang dimiliki. Salah satu penghargaan yang dapat

diperoleh dari seorang MUA adalah sertifikat *make up* dari tempat pelatihan. Dengan adanya sertifikat tentu saja orang-orang lebih percaya bahwa MUA tersebut adalah seseorang yang telah terlatih dibidangnya. Tempat pelatihan *make up* pada hakikatnya merupakan sarana yang dikhususkan untuk siapa saja ingin menggeluti dunia MUA, meskipun tidak jarang kebanyakan orang hanya sekedar ingin mengetahui *make up* untuk digunakan sendiri.

Jaringan Sentiment

Jaringan sentiment atau disebut juga dengan jaringan emosi yang bermuatan kepentingan. Hubungan pada jaringan ini bisa mencakup pertemanan, percintaan, kerabat dan sejenisnya. Pada aktivitas MUA terdapat banyak hubungan, tetapi yang akan dibahas penulis adalah hubungan yang bersifat emosi, artinya hubungan yang bersifat personal dirasakan pada MUA dengan kliennya.

Apabila dilihat dari segi hubungan personal tentunya tertuju pada keakraban seseorang dengan orang lain. Hal ini terjadi pada subjek penelitian yang memiliki hubungan pertemanan dengan klien. Sebagai mahasiswa tentu saja jaringan pertemanan semakin luas, karena biasanya mahasiswa yang berasal dari perantauan telah mengunjungi beberapa tempat, yaitu kampung halaman dan daerah tempatnya menimba ilmu.

Jaringan Power

Pada jaringan power ini menjelaskan bahwa *Make Up Artist (MUA)* secara sadar memanfaatkan hubungan untuk mendapatkan pencapaian tujuan yang diharapkan seperti bertambahnya

klien dan semakin banyak yang mengenalnya agar orang lain bisa menggunakan kemampuannya. Untuk mencapai target-target tertentu orang lain perlu mengenal sosok MUA tersebut, sehingga kebanyakan MUA memanfaatkan media online yaitu media sosial sebagai sasaran mempromosikan bakat yang dimiliki.

Hambatan Jaringan Interest

Hambatan yang terjadi bukanlah dengan pihak tempat pelatihan melainkan dengan toko kosmetik. Hanya beberapa MUA dalam penelitian yang memiliki tempat langganan toko kosmetik. Mengapa dikatakan hambatan, karena pada dasarnya membeli alat kosmetik bukanlah suatu hal yang mudah, dalam arti membutuhkan modal yang cukup banyak dan beberapa MUA pasti ingin mendapatkan harga murah agar *make up* untuk melakukan aktivitas dapat terpenuhi keseluruhan.

Biasanya *Make Up Artist (MUA)* yang mempunyai toko kosmetik langganan adalah suatu bentuk keuntungan yang didapat dari tempat pelatihan. Tempat pelatihan tersebut memiliki kerjasama dengan pihak toko kosmetik, mendapat diskon yang cukup besar dengan mengatasnamakan tempat pelatihan tersebut. *Make Up Artist (MUA)* yang mendapat keuntungan seperti itu adalah Riri dan Ugi. Kedua informan ini bisa dikatakan hingga saat ini masih berbelanja di toko kosmetik yang sejak awal mereka mengikuti pelatihan berbelanja di toko tersebut. Adapula Puja yang lebih senang untuk berbelanja *online* atau memilih *drugstore* tertentu demi memenuhi hasratnya berbelanja kosmetik untuk kebutuhan *ngejob*. Nay memiliki

toko langganan juga tetapi bukan rekomendasi dari tempat pelatihan melainkan ada teman yang bekerja disalah satu toko kosmetik sehingga jika Nay berbelanja di toko tersebut mendapat diskon yang lumayan besar. Dan terakhir ada Eva dan Rahma, mereka adalah MUA yang berbelanja dimana saja, mengejar diskon-diskon harian dari toko kosmetik mana saja.

Hambatan Jaringan Sentiment

Jaringan sentiment pada penelitian ini lebih kepada hubungan yang terjadi antara *Make Up Artist (MUA)* dan klien. Hambatan yang terjadi yaitu pada informan yang tidak memiliki jaringan sentiment yaitu : Puja, Ugi, dan Nay. Pada Puja, sebagai seorang model yang cukup dikenal di Pekanbaru mendapat klien bukanlah hal yang sulit, tetapi Puja merasa kurang memiliki klien dengan hubungan kekerabatan atau pertemanan terhadapnya. Karena rasa tidak percaya diri untuk memposting hasil karyanya di media sosial, sementara followers nya dikatakan cukup banyak di instagram. Namun kendati begitu, Puja merasa bahwa aktivitas *Make Up Artist (MUA)* ini hanya sekedar hobi dan ia juga masih terfokus pada perkuliahan.

Nama besar Ugi tentu saja tidak diragukan oleh orang-orang yang sudah mengenalnya sebagai *Make Up Artist (MUA)* yang hits di Pekanbaru. Hubungan yang terjadi antara Ugi dan klien juga hanya sebatas hubungan kerja, Ugi mengaku klien yang didapatnya adalah dari media sosial. Sampai saat ini Ugi belum ada hubungan yang lebih dari sekedar klien, karena menurutnya yang terpenting adalah profesional kerja saja.

Nay merupakan *Make Up Artist (MUA)* yang bisa dibilang pilih-pilih untuk menentukan kliennya. Pilih-pilih tersebut dalam artian bahwa Nay kurang suka dengan klien dengan banyak permintaan, sehingga dengan mudah ia menolak tawaran ngejob meskipun itu dari temannya sendiri. Dari situ dapat dilihat bahwa Nay lebih tertarik mendapat klien yang baru dikenalnya dari pada teman dengan berbagai permintaan dan penawaran.

Hambatan Jaringan Power

Hambatan yang terjadi pada jaringan power adalah hambatan yang seharusnya tidak terjadi pada *Make Up Artist (MUA)*, sebab pada hakikatnya semakin banyak jaringan yang terjadi semakin besar peluang atau keuntungan yang didapat. Jaringan power disini diartikan sebagai bentuk kerjasama, seharusnya jika jaringan power tidak memiliki hambatan tentu dengan mudah para MUA mengembangkan bakat yang dimiliki dan memperluas hubungan.

Hubungan kerjasama sebenarnya dimiliki oleh semua informan, tetapi peneliti mempersempit hubungan tersebut dan diambil yang paling terlihat. Seperti informan Nay yang memiliki kerjasama dengan pihak lain, tetapi bukan dalam aktivitas *Make Up Artist (MUA)* melainkan aktivitas lain meskipun berbentuk seni tetapi tidak menjawab kebutuhan penelitian.

Kerjasama yang terlihat lebih kepada informan Puja dan Ugi, karena dalam aktivitasnya ada beberapa tawaran ngejob dari teman MUA lainnya. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Puja dan Ugi untuk mengembangkan bakatnya di bilang make up dan sembari

mencari ilmu lebih dari MUA yang mengajaknya kerjasama.

Kesimpulan

Berdasarkan pada uraian yang telah penulis kemukakan di Bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa :

1. Jaringan yang digunakan ada 3 yaitu jaringan interest, sentiment dan power, dimana jaringan yang lebih kuat adalah jaringan interest, karena semua informan memiliki kepentingan dengan pihak-pihak lain terutama tempat pelatihan untuk mendapatkan ilmu dan sertifikat. Sejatinya seorang MUA yang memiliki sertifikat akan dengan mudah mempromosikan bakatnya kepada orang lain.
2. Jaringan yang cukup kuat adalah jaringan sentiment yaitu mengarah pada hubungan yang bersifat emosi, terjalin antara *Make Up Artist (MUA)* dan kliennya, hubungan yang telah terjadi yaitu hubungan pertemanan atau hubungan yang hanya sebatas klien dengan MUA.
3. Jaringan yang terlemah adalah jaringan power terbentuk dari hubungan kerja sama antara dua *Make Up Artist (MUA)* atau lebih, dimana hubungan ini direncanakan dan dibentuk untuk mempengaruhi dan saling menguntungkan. Sementara hubungan yang terbentuk pada skripsi ini tidak terjadi kepada semua subjek penelitian karena dipengaruhi oleh faktor *skill*, dan lamanya waktu menjadi seorang MUA.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis berupaya memberikan saran untuk penelitian yang telah dilakukan. Dalam menyempurnakan jaringan seharusnya seorang *Make Up Artist (MUA)* memperluas pertemanan, memberikan kinerjanya secara maksimal terhadap klien sehingga hubungan yang hanya sekedar klien dan MUA dapat terjalin lebih jauh yaitu menjadi hubungan pertemanan yang akan berdampak positif kedepannya yaitu misalnya menjadi langganan merias. Memberikan inovasi baru, berusaha lebih agar mendapat nama besar di mata masyarakat agar tidak takut dan percaya diri untuk mencari relasi atau hubungan kerja yang lebih intens demi mengembangkan bakat tersebut.

<https://rossybm.wordpress.com/2015/11/25/make-up-artist/amp/>.

Diakses tanggal 16 Oktober 2017.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusyanto, Ruddy. 2007. *Jaringan Sosial Dalam Organisasi*. Jakarta. Raja Garfindo Persada.
- Andiyanto. Karim, Aju Isni. 2015. *The Make Over Rahasia Rias Wajah Sempurna*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ritzer, George. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta. Prenada Media.
- Faizah, Hasnah. 2011. *Menulis Karangan Ilmiah*. Pekanbaru: Cendikia Insani.
- Mulyana, Deddi. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- JURNAL
- Rossy Bm Ogotan. 2015. *Make up Artist*.