

**KREATIVITAS TATA RIAS DALAM MEMBENTUK KEMAMPUAN WIRAUSAHA
MAHASISWA PENDIDIKAN TARI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Arista Amanda Putri Sanu¹, Richa Madu Rena², Amelia Hani Saputri³, Indra Bulan⁴

^{1,2,3,4}Universitas Lampung

Email: aristaamanda04@gmail.com¹, maduurena30@gmail.com²

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan peran kreativitas tata rias dalam membentuk kewirausahaan alumni program pendidikan tari. Dengan menggunakan metode penenitian kualitatif, penelitian ini menemukan bahwa kreativitas tata rias dapat meningkatkan kemampuan kreatif dan keterampilan alumni dalam bidang kewirausahaan, khususnya dalam jasa makeup artist (MUA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan kreativitas tata rias dalam program studi pendidikan tari dapat membantu alumni mengembangkan kemampuan kewirausahaan yang lebih baik. Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi pengembangan kurikulum program studi pendidikan tari dan meningkatkan kemampuan kewirausahaan pada alumni.

Kata Kunci: Peran Kreativitas, Pembentukan Kewirausahaan, Tata Rias.

Abstract: This study aims to demonstrate the role of makeup creativity in shaping the entrepreneurial skills of alumni from dance education programs. Using a qualitative research method, this study finds that creativity in makeup can enhance alumni's creative abilities and skills in the field of entrepreneurship, particularly in the makeup artist (MUA) profession. The results of this study show that applying makeup creativity within the dance education curriculum can help alumni develop stronger entrepreneurial capabilities. This research has important implications for curriculum development in dance education programs and for enhancing entrepreneurial skills among alumni.

Keywords: Role Of Creativity, Entrepreneurship Development, Makeup Artistry.

PENDAHULUAN

Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tari Universitas Lampung mengikuti salah satu mata kuliah yaitu tata rias. Mata kuliah ini diampu oleh mahasiswa semester empat serta bertujuan untuk mengembangkan kreativitas dalam merias wajah. Kompetensi yang dipelajari mencakup berbagai jenis riasan, antara lain: rias natural, rias panggung, rias pengantin, rias karakter, dan rias fantasi. Sebagai bagian dari proses pembelajaran, mahasiswa tidak hanya mempelajari teori tetapi juga mempraktikkan kemampuan mereka secara langsung, baik pada

diri sendiri maupun pada model. Puncak dari mata kuliah ini ditandai dengan penyelenggaraan ajang *fashion show* yang menampilkan hasil riasan yang telah dikuasai. Kegiatan ini menjadi bagian dari penilaian tugas akhir mahasiswa, baik pada Ujian Tengah Semester (UTS) maupun Ujian Akhir Semester (UAS).

Kemampuan Kewirausahaan yang di bentuk akan menjadi daya tarik dan hobi baru sehingga mampu meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Konsep ekosistem kewirausahaan sebagai sekumpulan aktor dan faktor yang saling bergantung yang dikoordinasikan sedemikian rupa sehingga memungkinkan kewirausahaan yang produktif. Jika kewirausahaan produktif dipahami sebagai aktivitas kewirausahaan dalam ekosistem kewirausahaan berkualitas tinggi yang memungkinkan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi, ini berarti bahwa tingkat dan jenis aktivitas kewirausahaan dan hubungannya dengan pertumbuhan ekonomi harus bervariasi secara sistematis di berbagai ekosistem kewirausahaan yang berbeda (Fajri, 2021).

Kreativitas mahasiswa merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru, solusi-solusi yang inovatif dan karya-karya orisinal yang memiliki nilai. Dalam kehidupan sehari-hari, kreativitas memainkan peran yang penting dalam menyelesaikan masalah, mengatasi tantangan, dan menciptakan peluang baru. Oleh karena itu, pengembangan kreativitas individu menjadi fokus penting dalam berbagai bidang, termasuk pendidikan, pekerjaan, dan pengembangan diri (Farhanin, n.d.). kreativitas ini mampu menjadi pekerjaan bagi mahasiswa yang telah lulus atau biasa disebut sebagai alumni.

Tujuan mata kuliah ini memiliki *output* untuk membentuk jiwa kewirausahaan mahasiswa dalam bidang rias wajah. Sehingga mahasiswa yang nanti menjadi alumni mempunyai keahlian dalam merias rias. Kemampuan ini dikembangkan sebagai modal wirausaha, menjadi seorang entrepreneur dibidang rias wajah. Sehingga, dalam keahliannya tersebut dapat membentuk suatu target nominal yang dapat dihasilkan.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan karena mahasiswa prodi Pendidikan Tari dilatih untuk bisa terampil. Terampil tidak hanya bisa menari melainkan mempunyai keterampilan dalam wirausaha. Sehingga tata rias menghasilkan alumni yang mumpuni. Selain berprofesi sebagai guru, alumni Program Studi Pendidikan Tari juga ada yang menekuni bidang lain, salah satunya sebagai *Make Up Artist* (MUA). Beberapa di antara mereka bahkan menjalani dua profesi sekaligus, yaitu sebagai guru dan MUA, sehingga memiliki penghasilan tambahan

dari keterampilan tata rias yang dimiliki.

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan peran mata kuliah tata rias dalam membentuk jiwa kewirausahaan mahasiswa program studi Pendidikan Tari Universitas Lampung, dan juga mengetahui potensi mahasiswa dalam mengembangkan profesi sebagai *Make Up Artist* (MUA) setelah lulus dari program studi Pendidikan Tari. Penelitian ini akan melihat 3 tahap kreativitas mahasiswa yaitu proses kreatif, strategi, dan juga teknik marketing yang dilalui dalam proses mata kuliah tata rias. Serta 2 tahap kewirausahaan yaitu manajemen pengembangan dan menejemen pemasaran yang dilalui dalam proses mata kuliah tata rias.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, karena penelitian ini berfokus deskriptif dan menggunakan analisis secara detail. Penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif dilakukan karena penelitian ini bersifat deskriptif, landasan teori penelitian sebagai pemandu agar fokus, penelitian ini dilakukan sesuai dengan fakta yang ada di kalangan masyarakat atau dilapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian sebagai bahan pembahasan hasil penelitian (Yusuf, R. 2023).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan secara wawancara dengan alumni Pendidikan Tari yaitu Maretha Suri Handayani Hasan S.Pd dan Ade Zahra Falerin S.Pd. Penelitian ini juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi yang meliputi hasil riasan *make up*, daftar harga (price list), serta strategi pemasaran yang dilakukan melalui media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkuliahan tata rias

Mata kuliah tata rias merupakan mata kuliah wajib yang ditempuh oleh mahasiswa Progam studi Pendidikan Tari. Mata kuliah tata rias dilaksanakan oleh mahasiswa pada semester empat. Mata kuliah ini merupakan mata kuliah wajib, serta dalam setiap pertemuannya memiliki materi tata rias yang berbeda-beda. Matakuliah ini sangat bermanfaat dalam membuka peluang usaha bagi mahasiswa maupun alumni Program Studi Pendidikan Tari, khususnya dalam bidang jasa rias wajah. Hal tersebut dapat menjadi pengalaman awal bagi mahasiswa sebelum membuka usaha tata rias.

Proses Kreatif

Proses kreatif dalam mengasah keterampilan merias wajah melibatkan berbagai langkah yang saling mendukung. Salah satunya adalah dengan mencari inspirasi dan memperluas pengetahuan melalui media sosial, yang menyediakan beragam referensi teknik dan tren terkini. Seiring bertambahnya pengalaman dalam menangani berbagai karakter wajah dan permintaan klien, kemampuan teknis dan artistik pun semakin terasah. Minat dan kecintaan terhadap dunia kecantikan menjadi pendorong utama bagi pelaku usaha untuk terus belajar dan menjadikan hobi tersebut sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Untuk meningkatkan kompetensi, banyak yang mengikuti pelatihan atau kelas privat makeup, sehingga kualitas riasan yang dihasilkan semakin baik dan mampu bersaing di industri kecantikan yang terus berkembang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan alumni Program Studi Tari, Maretha Suri Handayani Hasan, S.Pd., dan Ade Zahra Falerin, S.Pd. Proses kreatif dalam bidang tata rias yang mereka jalani melibatkan pendekatan otodidak serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana untuk mencari inspirasi dalam belajar makeup dan mempromosikan karya *make up* yang dihasilkan. Pembelajaran menggunakan media sosial seperti *you tube* menambah pengetahuan pembelajaran tata rias, memungkinkan mereka untuk mengeksplorasi berbagai teknik riasan serta menjadikan karakter riasan yang berbeda dengan yang lain. Sehingga dapat menarik konsumen yang lebih luas. Pengalaman praktis yang diperoleh melalui pembelajaran di sanggar juga memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai karakteristik *make up* yang diajarkan. Perkuliahan dalam mata kuliah tata rias juga sangat mendukung pengembangan keterampilan, dengan pengajaran teknik dasar hingga teknik *make up art* (MUA), seperti makeup natural, panggung, karakter, dan pengantin. Kombinasi dari pembelajaran otodidak, pengalaman di sanggar, dan pendidikan formal ini membentuk diri yang kuat dalam mengembangkan keterampilan dan kreativitas di bidang tata rias.



Gambar

(Sumber: Rena, Arista)

Strategi

Strategi yang dibangun untuk menghadapi karakter setiap konsumen dalam usaha tata rias melibatkan pendekatan yang adaptif dan komunikatif. Kecintaan terhadap dunia makeup menjadi landasan utama dalam membangun ide serta keterampilan, yang bermula dari kebiasaan mencoba makeup natural dan kesadaran akan adanya kemampuan dasar dalam bidang tata rias. Penguatan keterampilan tersebut juga didukung oleh latar belakang pendidikan, khususnya ketika mengikuti program studi Pendidikan Tari yang terdapat mata kuliah tata rias, di mana kemampuan merias wajah diajarkan secara teori maupun praktik. Selain itu, media sosial turut menjadi bagian penting dalam strategi awal pembukaan usaha, melalui platform seperti Instagram dan Tiktok, pelaku usaha memperoleh berbagai inspirasi dan pengetahuan tambahan dari tutorial-tutorial makeup yang tersedia. Media sosial tidak hanya menjadi sarana belajar, tetapi juga menjadi alat untuk membangun branding dan mempromosikan jasa kepada calon konsumen. Dengan demikian, kombinasi antara pemahaman karakter konsumen, kecintaan terhadap makeup, pendidikan formal, dan pemanfaatan media sosial menjadi strategi efektif dalam mengembangkan usaha tata rias yang kompetitif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan alumni Program Studi Tari, Maretha Suri Handayani Hasan, S.Pd., dan Ade Zahra Falerin, S.Pd., strategi yang diterapkan dalam menghadapi karakter konsumen dalam proses tata rias melibatkan pendekatan komunikatif, dengan cara membuka topik obrolan yang seru, mencairkan suasana pada saat memulai riasan,

dan menjaga *mood* dari konsumen. minat terhadap *makeup* menjadi landasan utama dalam membangun ide serta keterampilan, bermula dari kebiasaan mencoba makeup natural dan menjadi kemampuan dasar dalam bidang tata rias. Penguatan keterampilan tersebut juga didukung latar belakang pendidikan, khususnya ketika mengikuti mata kuliah tata rias, kemampuan tersebut diajarkan secara teori maupun praktik. Selain itu, media sosial menjadi bagian penting dalam strategi awal, melalui *platform* seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok, berbagai inspirasi dan pengetahuan tambahan dari tutorial-tutorial *make up* yang tersedia. Media sosial tidak hanya menjadi sarana belajar, tetapi juga menjadi alat untuk membangun *branding* dalam mempromosikan jasa kepada calon konsumen.

Teknik

Teknik tata rias yang baik terdapat pada salah satu kunci utama dalam menghasilkan tampilan riasan yang maksimal. Kualitas riasan tidak hanya bergantung pada keterampilan perias, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh produk kosmetik yang digunakan. Pemilihan produk dengan kualitas tinggi akan mendukung hasil akhir yang lebih halus, tahan lama, dan aman bagi kulit. Di sisi lain, Semakin sering seseorang terlibat dalam aktivitas merias, baik untuk acara formal maupun non-formal, peningkatan kualitas keterampilan dan pengalaman dalam praktik akan berjalan seiring dan saling mendukung satu sama lain dalam membangun usaha yang profesional dan terpercaya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan alumni Program Studi Tari, Maretha Suri Handayani Hasan, S.Pd., dan Ade Zahra Falerin, S.Pd., setiap MUA akan selalu mempertimbangkan produk yang digunakan sebagai kepercayaan yang diberikan kepada konsumen. Pemilihan produk juga di sesuaikan dengan tipe masing-masing kulit dari setiap konsumen. Perias juga mempertimbangkan kesesuaian *make up* dengan acara yang dibutuhkan, seperti *make up* formal dan non formal. Hasil riasan menjadi suatu peningkatan kualitas dan daya tarik konsumen atas jasa yang dipesan. Sehingga, menjadi perbandingan antara karakter *make up* dari satu perias dengan perias lainnya, serta menjadikan konsumen sebagai *audien* yang tetap.

Tahap Berwirausaha

Manajemen Pengembangan

Manajemen pengembangan adalah proses yang terencana untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas suatu organisasi, sumber daya, atau program. Proses ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi terhadap upaya-upaya pengembangan yang dilakukan. Tujuannya adalah untuk mencapai perubahan positif yang berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi. Hal ini dilakukan untuk menjaga konsistensi identitas usaha serta memastikan standar kualitas layanan tetap terjaga sesuai dengan reputasi yang telah dibangun. Memiliki tim yang terdiri dari teman sendiri merupakan salah satu strategi yang diterapkan dalam menjalankan usaha tata rias.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai tujuan organisasi. Kegiatan ini meliputi riset pasar, penentuan strategi produk, penetapan harga, distribusi, dan promosi. Tujuan utama manajemen pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan sekaligus membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dalam pelaksanaannya, manajemen pemasaran harus mampu menyesuaikan diri dengan perubahan tren, teknologi, dan perilaku konsumen. Dengan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan alumni Program Studi Tari, Maretha Suri Handayani Hasan, S.Pd., dan Ade Zahra Falerin, S.Pd., pemasaran ini dilakukan sebagai salah satu strategi pemasaran yang tepat, menggunakan media sosial. Dimana pemasaran ini memiliki tempat yang dapat diakses dengan seluruh orang dengan nasal tempat. Pemasaran dengan media sosial merupakan salah satu mendirikan suatu usaha yang akan dibangun, dengan media sosial Instagram membuat pengembangan usaha ini dapat dikenal dengan banyaknya orang. Selain itu pengembangan dengan media sosial menjadi arsip sehingga menjadi bahan evaluasi dalam mengembangkan suatu karya. Sehingga untuk saat ini penggunaan media sosial salah satunya Instagram sangat membantu pengembangan karya dengan usaha yang akan dibangun.

Jurnal Inovasi Pembelajaran Progresif

<https://ejournals.com/ojs/index.php/jipp>

Vol. 6, No. 2, Juni 2025



Gambar

(Sumber: Rena, Arista)

KESIMPULAN

Mata kuliah tata rias di Program Studi Pendidikan Tari Universitas Lampung efektif membentuk keterampilan kewirausahaan alumni. Melalui pelatihan teknik merias, strategi pemasaran, dan manajemen usaha, mahasiswa mampu mengembangkan kreativitas menjadi peluang bisnis yang nyata. Alumni memanfaatkan keterampilan ini untuk membuka jasa tata rias profesional, memperkuat ekonomi pribadi, dan memperluas jejaring melalui media sosial. Oleh karena itu, pengembangan kreativitas di bidang tata rias terbukti efektif dalam memperkuat kemampuan wirausaha mahasiswa dan alumni, menjadikan keterampilan ini sebagai bekal berharga dalam dunia kerja yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Caturwati, E. (n.d.). *BAB II KAJIAN TEORI 2.1 Teori Kreativitas Tari*. 1983.
- Dewi, R. V. K. (2020). Pemberdayaan Perempuan Peserta Pelatihan Tata Rias Pengantin di Lembaga Kursus Pelatihan (LKP) Vivi Kota Samarinda. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 12–17.
- Fajri, A. (2021). Peran Kewirausahaan dalam Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 2548–5911.
- Farhanin, S. (n.d.). *DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI*. 1–16.
- Yusuf, R. (2023). *Tindak Tutur Ekspresif Guru Di Kelas VI SDN Kota Gorontalo Dalam Proses Belajar Mengajar Risnawati Yusuf PENDAHULUAN Pada dasarnya keberadaan*

Jurnal Inovasi Pembelajaran Progresif

<https://ejournals.com/ojs/index.php/jipp>

Vol. 6, No. 2, Juni 2025

bahasa tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia , khususnya dalam kehidupan bermasyarakat , yang memerlukan . 4(2), 415–423.

- Kajian, P., Ilmu, I., & Kiiies, S. (2024). Konsep dan Karakteristik Penelitian Kualitatif Atnografi dalam Manajemen Pendidikan Islam. *Era Society 5.0 (KIIIES 5.0)*, 3, 473–477.
- Sulesa, N., Salifah, P., Teknik, F., Surabaya, U. N., Usodoningtyas, S., Wijaya, N. A., Teknik, F., Surabaya, U. N., & Rias, D. (2024). 1 , 2 , 3. 13, 72–79.
- Yusuf, M. (2016). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Hidayat, D. R. (2018). *Kewirausahaan: Teori dan Praktik dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Munandar, U. (2009). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Saraswati, D. (2019). Kecantikan dan Ekspresi Budaya dalam Tata Rias Tradisional. Surakarta: UNS Press.
- Astuti, Y. (2018). “Peran Pendidikan Seni dalam Mendorong Jiwa Kewirausahaan Mahasiswa.” *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Humaniora*, 6(3), 123–130.
- Hapsari, M. (2017). Kreativitas dalam Seni Pertunjukan Tradisional Indonesia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Z. (2020). *Wirausaha Kreatif: Strategi dan Inovasi Bisnis Seni dan Budaya*. Malang: UMM Press.
- Indriastuti, S. (2016). *Teknik Tata Rias Panggung dan Pertunjukan*. Surabaya: Laksana Media.
- Nurhayati, T. (2022). “Peluang Bisnis Alumni Pendidikan Seni: Studi Kasus Tata Rias Tari di Kota Bandung.” *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Seni Pertunjukan*, 4(2), 44–53.
- Daryanto. (2015). *Kreativitas dan Inovasi dalam Kewirausahaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Handayani, L. (2019). *Pendidikan Seni untuk Pemberdayaan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.