

---

## **MAKEUP SEBAGAI BENTUK EKSPRESI DAN KEPERCAYAAN DIRI**

**Nayla Saskia Rahma<sup>1\*</sup>, Fathiya Lensi Prastiwi<sup>2</sup>, Alviatur Rosadah<sup>3</sup>, Waqofa Adinda Almaaidah<sup>4</sup>, Nabila Naufa Putri<sup>5</sup>, & Anik Maghfiroh<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,&6</sup>Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Semarang, Jalan Raya Banaran, Semarang, Jawa Tengah 50229, Indonesia

\*Email: [naylasr1508@students.unnes.ac.id](mailto:naylasr1508@students.unnes.ac.id)

Submit: 20-01-2026; Revised: 27-01-2026; Accepted: 30-01-2026; Published: 31-01-2026

**ABSTRAK:** Fenomena penggunaan *makeup* di kalangan perempuan Indonesia semakin berkembang sebagai bagian dari konstruksi identitas sosial dan budaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna penggunaan *makeup* sebagai bentuk ekspresi diri dan hubungannya dengan kepercayaan diri pada perempuan dalam konteks sosial budaya Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner daring. Responden dalam penelitian ini adalah remaja dan mahasiswa yang memiliki pengalaman menggunakan *makeup*. Data dianalisis dengan mengelompokkan jawaban responden ke dalam tema-tema utama, seperti ekspresi diri, alasan penggunaan *makeup*, dan pengaruhnya terhadap kepercayaan diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan *makeup* secara rutin maupun pada situasi tertentu, terutama dalam kegiatan sosial. *Makeup* dipahami tidak hanya sebagai sarana memperindah penampilan, tetapi juga sebagai media ekspresi diri yang merepresentasikan identitas dan karakter pribadi. Sebagian besar responden merasa lebih percaya diri setelah menggunakan *makeup*, khususnya dalam situasi yang menuntut interaksi sosial. Namun demikian, ditemukan pula bahwa kepercayaan diri tidak sepenuhnya bergantung pada penggunaan *makeup*. Temuan ini memperkaya kajian tentang konstruksi identitas perempuan dalam budaya populer Indonesia.

**Kata Kunci:** Ekspresi Diri, Kecantikan, Kepercayaan Diri, *Makeup*, Wanita.

**ABSTRACT:** The phenomenon of *makeup* use among Indonesian women is growing as part of the construction of social and cultural identity. This study aims to explore the meaning of *makeup* use as a form of self-expression and its relationship to women's self-confidence within the Indonesian socio-cultural context. This study used a descriptive qualitative approach with data collection through an online questionnaire. Respondents in this study were teenagers and university students who had experience using *makeup*. Data were analyzed by grouping respondents' answers into main themes, such as self-expression, reasons for using *makeup*, and its influence on self-confidence. The results show that the majority of respondents use *makeup* both routinely and in specific situations, particularly in social activities. *Makeup* is understood not only as a means of enhancing appearance but also as a medium of self-expression that represents personal identity and character. Most respondents felt more confident after using *makeup*, especially in situations that require social interaction. However, it was also found that self-confidence does not depend entirely on the use of *makeup*. These findings enrich the study of women's identity construction in Indonesian popular culture.

**Keywords:** Self-Expression, Beauty, Self-Confidence, *Makeup*, Women.

**How to Cite:** Rahma, N. S., Prastiwi, F. L., Rosadah, A., Almaaidah, W. A., Putri, N. N., & Maghfiroh, A. (2026). *Makeup* sebagai Bentuk Ekspresi dan Kepercayaan Diri. *Educatoria : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(1), 245-251. <https://doi.org/10.36312/educatoria.v6i1.1112>



*Educatoria : Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* is Licensed Under a CC BY-SA [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

---

## PENDAHULUAN

Penggunaan *makeup* berkaitan erat dengan aspek kepercayaan diri. Beberapa penelitian menunjukkan terdapat hubungan antara intensitas maupun tingkat kepuasan penggunaan *makeup* dengan kepercayaan diri pada kelompok perempuan tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh Saputri & Yupelmi (2025) menemukan adanya hubungan positif antara tingkat kepuasan penggunaan *makeup* dan kepercayaan diri mahasiswa tata rias dan kecantikan di lingkungan perguruan tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan terhadap penggunaan *makeup* dapat berkontribusi pada peningkatan rasa percaya diri dalam konteks sosial dan akademik.

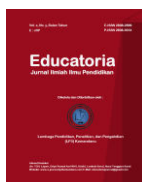
Salah satu aspek penting dalam dunia kecantikan adalah *makeup*. *Makeup* membantu seseorang menonjolkan atau mengubah penampilan mereka sesuai dengan keinginan atau kebutuhan acara. Selain untuk mempercantik, *makeup* sering kali digunakan sebagai bentuk seni dan ekspresi diri. *Makeup* juga memainkan peran penting dalam industri hiburan, peragaan busana, dan fotografi, di mana setiap detail riasan dapat memperkuat konsep atau cerita yang ingin disampaikan (Loveitha *et al.*, 2024).

*Makeup* juga memiliki makna simbolik dalam membangun rasa identitas diri (Nabila *et al.*, 2025). *Makeup* adalah seni merias wajah dengan menggunakan berbagai produk kosmetik untuk meningkatkan penampilan atau menciptakan tampilan tertentu. *Makeup* mencakup penggunaan berbagai produk seperti *foundation*, bedak, *eyeshadow*, *lipstick*, dan *blush on* yang diaplikasikan pada wajah untuk menonjolkan fitur tertentu atau menyamarkan kekurangan. Teknik dan gaya *makeup* yang digunakan sering kali berbeda, tergantung pada tujuan, acara, atau tren kecantikan yang sedang populer (Fauziah *et al.*, 2023).

*Makeup* tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memperindah penampilan, tetapi juga memiliki peran penting dalam pembentukan citra diri dan kepercayaan diri perempuan dalam kehidupan sosial. Penampilan fisik menjadi salah satu aspek yang mendapat perhatian dalam interaksi sosial karena berkaitan dengan cara individu menampilkan diri serta membangun persepsi di hadapan orang lain. Sebagai bentuk ekspresi diri, penampilan mencerminkan bagaimana seseorang ingin dipersepsikan dan diterima dalam lingkungan sosial.

Secara sosial, *makeup* juga berfungsi sebagai alat komunikasi *nonverbal*. Dalam observasi, terlihat bahwa wanita yang menggunakan *makeup* cenderung lebih mendapat perhatian positif dari lingkungan sekitarnya. Mereka sering dipuji terlihat segar, cantik, atau rapi. *Makeup* juga menjadi simbol kesopanan dan profesionalitas dalam konteks sosial (Saputri & Yupelmi, 2025). Dalam konteks sosial budaya Indonesia, beberapa penelitian lokal menunjukkan adanya hubungan antara persepsi terhadap penampilan dan tingkat kepercayaan diri perempuan muda. Penelitian mengenai intensitas penggunaan *makeup* dan kepercayaan diri pada mahasiswi menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut (Swita *et al.*, 2025).

Penelitian lain di Indonesia mengungkapkan bahwa standar kecantikan yang dibentuk oleh lingkungan sosial dan media memiliki dampak terhadap cara perempuan menilai dirinya sendiri. Studi mengenai dampak standar kecantikan terhadap kepercayaan diri remaja di Indonesia menunjukkan bahwa standar



kecantikan yang dominan berpengaruh terhadap persepsi diri dan kepercayaan diri perempuan muda (Purwaningtyas *et al.*, 2025). Hal ini menegaskan bahwa penggunaan *makeup* tidak hanya dimaknai sebagai praktik estetika, tetapi juga sebagai respons terhadap tuntutan sosial dan budaya yang berkembang.

Selain memperindah wajah, *makeup* juga bisa menjadi bentuk ekspresi diri. Banyak orang menggunakan *makeup* untuk menunjukkan gaya pribadi atau untuk menampilkan emosi tertentu. Misalnya, riasan mata yang tebal dan warna bibir yang berani sering kali menunjukkan kepercayaan diri, sementara tampilan natural dapat mencerminkan kesederhanaan dan keanggunan. *Makeup* juga dapat digunakan dalam seni teater dan film untuk membantu aktor membawakan karakter dengan lebih mendalam (Salwa, 2023).

Banyak orang menggunakan *makeup* untuk menampilkan gaya pribadi atau suasana hati, seperti menggunakan warna *eyeshadow* yang cerah dan lipstik *bold* untuk kesan percaya diri, atau memilih tampilan natural untuk kesan sederhana dan lembut. Dengan *makeup*, seseorang bisa bereksperimen dan mengeksplorasi berbagai karakter dan penampilan yang sesuai dengan acara atau *mood* yang ingin disampaikan (Indira *et al.*, 2023).

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara penggunaan *makeup* dan kepercayaan diri, sebagian besar penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan fokus pada hubungan antarvariabel secara statistik. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya mampu menjelaskan makna subjektif yang dialami perempuan dalam memaknai penggunaan *makeup* sebagai bentuk ekspresi diri dan sumber kepercayaan diri dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan penelitian dengan pendekatan kualitatif untuk menggali secara lebih mendalam pengalaman, persepsi, dan interpretasi perempuan terhadap penggunaan *makeup* dalam konteks sosial budaya Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna penggunaan *makeup* sebagai bentuk ekspresi diri dan kepercayaan diri pada perempuan melalui pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian psikologi sosial dan komunikasi, khususnya dalam memahami relasi antara penampilan, identitas diri, dan kepercayaan diri perempuan di masyarakat Indonesia.

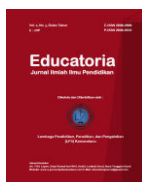
## **METODE**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan tersebut digunakan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam pengalaman, pandangan, serta perasaan responden terkait penggunaan *makeup* sebagai sarana ekspresi diri dan hubungannya dengan tingkat kepercayaan diri. Metode kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh pemaknaan subjektif berdasarkan pengalaman pribadi responden.

### **Subjek/ Responden Penelitian**

Responden dalam penelitian ini adalah remaja dan mahasiswa yang memiliki pengalaman menggunakan *makeup*. Pemilihan kelompok ini didasarkan pada asumsi bahwa remaja dan mahasiswa berada pada tahap perkembangan identitas diri serta memiliki perhatian yang cukup besar terhadap penampilan,



sehingga sesuai dengan fokus penelitian. Kelompok ini juga aktif mengikuti tren kecantikan yang berkembang di media sosial maupun lingkungan pergaulan mereka.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner daring yang dibuat menggunakan *Google Form*. Media ini dipilih karena bersifat praktis, mudah diakses, serta memungkinkan responden mengisi kuesioner secara fleksibel. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui media sosial dan grup komunikasi untuk menjangkau responden yang lebih beragam.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang dirancang oleh peneliti dan disajikan dalam *Google Form*. Kuesioner memuat pertanyaan terbuka dan tertutup yang bertujuan untuk menggali pengalaman responden dalam menggunakan *makeup*, alasan penggunaan *makeup*, gaya *makeup* yang digunakan, serta persepsi terhadap rasa percaya diri sebelum dan sesudah menggunakan *makeup*.

### **Proses Penyebaran dan Pengumpulan Data**

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan membagikan tautan *Google Form* kepada calon responden secara daring. Responden diberi kesempatan untuk mengisi kuesioner sesuai dengan pengalaman masing-masing. Data yang terkumpul secara otomatis melalui *Google Form* kemudian dipersiapkan untuk dianalisis.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dilakukan dengan mengelompokkan jawaban responden ke dalam beberapa tema utama, seperti ekspresi diri, kepercayaan diri, dan alasan penggunaan *makeup*. Data yang telah dikelompokkan selanjutnya dideskripsikan dan diinterpretasikan guna memperoleh simpulan yang sejalan dengan tujuan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

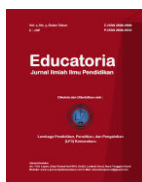
### **Hasil**

#### ***Gambaran Umum Responden***

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan melalui *Google Form*, mayoritas responden berusia 18 tahun ke atas dengan status sebagai mahasiswa dan sebagian bekerja. Pada rentang usia dewasa awal, individu berada pada fase eksplorasi identitas dan pembentukan konsep diri yang lebih matang. Sebagian besar responden menyatakan sering menggunakan *makeup* atau menggunakannya pada acara tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa *makeup* telah menjadi bagian dari aktivitas sosial, bukan hanya kebutuhan insidental.

#### ***Makeup sebagai Media Ekspresi Diri***

Hasil survei menunjukkan bahwa alasan dominan responden menggunakan *makeup* adalah untuk meningkatkan kepercayaan diri, sebagai bentuk ekspresi diri, serta karena memberikan rasa senang terhadap diri sendiri. Mayoritas responden juga menyatakan sangat setuju bahwa *makeup* dapat menjadi bentuk ekspresi diri. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ikhsani & Ariyanto (2025) yang menemukan bahwa perilaku ber-*makeup* berkaitan dengan penerimaan diri pada remaja. *Makeup* tidak hanya dipahami sebagai alat mempercantik diri, tetapi



juga sebagai media untuk menampilkan identitas personal. Hal ini menunjukkan bahwa praktik ber-*makeup* memiliki dimensi psikologis yang signifikan dalam pembentukan konsep diri individu.

Penelitian Rif'atunnisa *et al.* (2022) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan intensi penggunaan *makeup*. Hal ini menguatkan bahwa penggunaan *makeup* dapat menjadi sarana untuk memperkuat citra diri dalam konteks sosial. Gaya *makeup* yang dominan dalam survei ini adalah *makeup* natural dan *fresh/dewy*, dengan alasan ingin terlihat segar dan tetap menjadi diri sendiri. Ini menunjukkan bahwa ekspresi diri melalui *makeup* tidak selalu identik dengan tampilan yang berlebihan, melainkan lebih kepada kenyamanan dan kesesuaian dengan karakter pribadi.

### **Pengaruh Makeup terhadap Kepercayaan Diri**

Sebagian besar responden menyatakan merasa lebih percaya diri setelah menggunakan *makeup*, terutama ketika menghadiri acara tertentu atau berada dalam situasi sosial yang membutuhkan interaksi dengan banyak orang. Hasil ini selaras dengan penelitian Saputri & Yupelmi (2025) yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan dalam pengaplikasian *makeup* berpengaruh terhadap kepercayaan diri mahasiswa tata rias dan kecantikan. Ketika individu merasa penampilannya sesuai dengan harapan, evaluasi terhadap dirinya pun menjadi lebih positif.

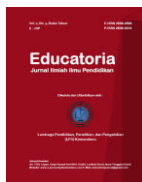
Namun, dalam survei ini juga ditemukan bahwa sebagian responden merasa biasa saja atau bahkan lebih nyaman tanpa *makeup*. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri tidak sepenuhnya bergantung pada penggunaan *makeup*. *Makeup* dapat menjadi faktor pendukung, tetapi bukan satu-satunya sumber pembentukan rasa percaya diri. Oleh karena itu, rasa percaya diri pada dasarnya lebih dipengaruhi oleh penerimaan diri, pengalaman pribadi, serta lingkungan sosial yang mendukung.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil survei dan didukung oleh penelitian sebelumnya, dapat dipahami bahwa *makeup* memiliki dua fungsi utama, yaitu sebagai media ekspresi diri dan sebagai faktor pendukung kepercayaan diri. Penelitian Ikhsani & Ariyanto (2025) menunjukkan bahwa perilaku ber-*makeup* berkaitan dengan penerimaan diri, yang merupakan salah satu aspek penting dalam pembentukan konsep diri positif. Hal ini terlihat dalam hasil survei, di mana responden menggunakan *makeup* untuk menampilkan identitas dan merasa lebih nyaman dengan diri sendiri. Penggunaan *makeup* tidak hanya berperan dalam aspek penampilan fisik, tetapi juga menjadi sarana psikologis yang membantu individu membangun citra diri yang lebih positif serta meningkatkan kesejahteraan emosionalnya.

Sedangkan Rif'atunnisa *et al.* (2022) dan Saputri & Yupelmi (2025) menguatkan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan *makeup* dan peningkatan rasa percaya diri. Namun, karena terdapat responden yang tetap nyaman tanpa *makeup*, maka dapat disimpulkan bahwa *makeup* berperan sebagai alat bantu psikologis dalam konteks sosial tertentu, bukan sebagai faktor utama pembentuk nilai diri. Dengan demikian, *makeup* dalam penelitian ini tidak hanya memiliki dimensi estetis, tetapi juga dimensi psikologis dan sosial yang saling berkaitan.





## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *makeup* dimaknai oleh responden tidak hanya sebagai sarana memperindah penampilan, tetapi juga sebagai media ekspresi diri yang merepresentasikan identitas dan karakter individu dalam konteks sosial. Mayoritas responden menyatakan bahwa penggunaan *makeup* meningkatkan rasa percaya diri, terutama dalam situasi yang menuntut interaksi sosial. Namun demikian, kepercayaan diri tidak sepenuhnya bergantung pada penggunaan *makeup*, melainkan dipengaruhi pula oleh faktor internal seperti penerimaan diri dan pengalaman pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa *makeup* berperan sebagai faktor eksternal yang mendukung pembentukan kepercayaan diri, serta memperkaya pemahaman tentang relasi antara penampilan, identitas diri, dan dinamika sosial budaya perempuan di Indonesia.

## SARAN

Bagi pengguna *makeup*, disarankan untuk memanfaatkan *makeup* sebagai sarana ekspresi diri yang positif, kreatif, dan membangun, tanpa menjadikannya sebagai standar tunggal dalam menilai nilai atau harga diri. Penting bagi setiap individu untuk tetap mengembangkan rasa percaya diri yang bersumber dari penerimaan diri dan kualitas pribadi, sehingga penggunaan *makeup* menjadi memberdayakan, bukan sebuah keharusan.

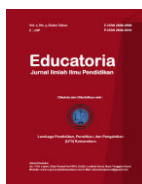
Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas jumlah dan variasi responden agar hasil penelitian menjadi lebih representatif. Penggunaan metode penelitian yang lebih mendalam, seperti wawancara atau studi kualitatif, dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengalaman, motivasi, serta dinamika psikologis individu dalam menggunakan *makeup*. Dengan pendekatan yang lebih luas dan mendalam, diharapkan penelitian berikutnya mampu menghasilkan temuan yang lebih kaya dan kontekstual.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sehingga data penelitian ini dapat terkumpul dengan baik. Terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Anik Maghfiroh, S.Pd., M.Pd., atas arahan, masukan, dan bimbingan dalam proses penyusunan artikel ini. Penulis juga mengapresiasi rekan satu tim atas kerja sama yang terjalin sejak tahap perencanaan hingga penyelesaian naskah.

## DAFTAR RUJUKAN

- Andrean, S. A. C., Putri, A. S., & Hamidah, N. S. (2024). Makna *Make Up* sebagai *Self Healing* Perempuan. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)* (pp. 937-949). Surabaya, Indonesia: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya.
- Ariyanto, M. S. (2025). Hubungan Perilaku Ber-*makeup* dengan Penerimaan Diri pada Remaja *Acne Fighter*. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 17(2), 83-91. <https://doi.org/10.31289/analitika.v17i2.16462>
- Fauziah, N. O., & Khairunnisa, A. (2023). Pemberdayaan Perempuan melalui



- Pelatihan Kecantikan Tata Rias Wajah. *Nusantara Hasana Journal*, 3(2), 193-198. <https://doi.org/10.59003/nhj.v3i2.926>
- Indira, N., & Santosa, R. (2023). Analisis Semantik pada Jargon *Make-Up* dalam Video Tutorial *Make-Up* di *YouTube*. In *Prosiding Seminar Sastra Budaya dan Bahasa (SEBAYA)* (pp. 302-310). Denpasar, Indonesia: Program Studi Sastra Jepang, Fakultas Bahasa Asing, Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Loveitha, D., & Febriana, P. (2024). Makeup as a Form of Self-Representation: Queer Beauty Vlogger. *Academia Open*, 9(1), 1-10. <https://doi.org/10.21070/acopen.9.2024.4670>
- Nabila, P., Herawati, D. E., & Jubaedah, L. (2025). Studi Korelasi Penggunaan *Makeup* Sehari-Hari dengan Kepercayaan Diri pada Mahasiswi Fakultas MIPA Universitas Negeri Jakarta. *Journal on Education*, 7(2), 11961-11967. <https://doi.org/10.31004/joe.v7i2.8315>
- Rahmawati, A., & Muslikah, M. (2021). Kepercayaan diri pada Mahasiswi Pengguna Kosmetik di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. *Konseling: Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapannya*, 3(1), 1-6. <https://doi.org/10.31960/konseling.v3i1.1138>
- Ramadhani, S. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan *Make-Up* terhadap Kepercayaan Diri (*Self-Trust*) Mahasiswi Angkatan 2018 di UIN Walisongo Semarang. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Rifatunnisa, Y., Hidayatullah, M. S., & Achmad, R. A. (2025). Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Intensi Penggunaan *Make Up* pada Siswi SMK Negeri 2 Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 5(1), 33-39. <https://doi.org/10.20527/kognisia.2022.04.005>
- Safitri, R. A., & Rini, A. S. (2021). Pengaruh Ketergantungan *Make-Up* terhadap Kepercayaan Diri pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 1(2), 155-171. <https://doi.org/10.26858/jtm.v1i2.25552>
- Salwa, S. (2023). Makna Penggunaan *Make Up* dalam Pembentukan Citra Diri bagi Perempuan pada Masa *Emerging Adulthood* Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Saputri, N. F., & Yupelmi, M. (2025). Pengaruh Tingkat Kepuasan dalam Pengaplikasian *Make-Up* terhadap Kepercayaan Diri bagi Mahasiswa Tata Rias dan Kecantikan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 21915-21923. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.30899>
- Yupelmi, M. (2023). A Comprehensive Exploration of Entrepreneurial Strategies in The Makeup and Beauty Industry: The Role of Social Media Marketing. *The Indonesian Journal of Computer Science*, 12(5), 2498-2513. <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i5.3439>