

MEMPERCANTIK ATAU MERUSAK: ANALISIS KONSEP TEOLOGI TUBUH DAN PERSPEKTIF TERHADAP MAKE UP BAGI GENERASI ALFA

Elsadai Sofiana Kawengian*, Nontje M. Timbuleng

Universitas Kristen Indonesia Tomohon

email korespondensi: elsakawengian22@gmail.com*

Diterima tanggal: 18-12-2025

Dipublikasikan tanggal: 29-12-2025

Abstract. *This research explores the phenomenon of make-up usage among generation alpha children, who are growing up amidst intense digital culture exposure, examined through the lens of the Theology of the Body. As a generation exposed to social media from an early age, generation alpha faces the pressure of digital beauty standards that risk shifting the understanding of the body from a sacred subject to a mere aesthetic object. Using a descriptive-qualitative analysis method through theological and sociological approaches, this article examines whether early-age make-up use serves as a means of self-expression that beautifies or instead damages the meaning of the body as Imago Dei (Image of God). The analysis shows that the Theology of the Body views the body not merely as outward matter but as a sacrament reflecting the divine presence. Therefore, the use of make-up for generation alpha requires balanced pastoral guidance and theological education to maintain the integrity of bodily dignity, ensuring that outward beauty does not overshadow the essence of the body as a holy gift from God.*

Keywords: *Theology of the Body, Make-up, Generation Alpha, Imago Dei, Digital Culture*

Abstrak. Penelitian ini mengeksplorasi fenomena penggunaan kosmetik (*make-up*) pada anak-anak generasi alfa yang tumbuh di tengah pesatnya paparan budaya digital, ditinjau melalui lensa Teologi Tubuh. Sebagai generasi yang terpapar media sosial sejak dini, generasi alfa menghadapi tekanan standar kecantikan digital yang berisiko menggeser pemahaman tubuh dari subjek yang sakral menjadi objek estetika semata. Dengan menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif melalui pendekatan teologis dan sosiologis, artikel ini mengkaji apakah penggunaan *make-up* pada usia dini berfungsi sebagai sarana ekspresi diri yang mempercantik atau justru merusak makna tubuh sebagai *Imago Dei* (Gambar Allah). Hasil analisis menunjukkan bahwa Teologi Tubuh memandang tubuh bukan sekadar materi lahiriah, melainkan sakramen yang mencerminkan kehadiran ilahi. Oleh karena itu, penggunaan *make-up* bagi generasi alfa memerlukan pendampingan pastoral dan edukasi teologis yang seimbang untuk menjaga integritas martabat tubuh, sehingga kecantikan lahiriah tidak mengubur esensi tubuh sebagai pemberian Tuhan yang kudus.

Kata kunci: Teologi Tubuh, Kosmetik, Generasi Alfa, *Imago Dei*, Budaya Digital

PENDAHULUAN

Make up adalah seni merias wajah dengan menggunakan berbagai produk kosmetik seperti *foundation*, *powder*, *eyeshadow*, *eyeliner*, *lipstick*, dan lainnya,

dengan tujuan untuk memperindah penampilan, menonjolkan fitur wajah, atau menyamarkan kekurangan tertentu (Andrean, Putri, and Hamidah 2024). Penggunaannya sangat bervariasi, mulai dari keperluan sehari-hari yang bersifat ringan dan natural, hingga riasan profesional yang kompleks untuk kebutuhan khusus seperti pesta, pertunjukan seni, atau pemotretan (Soehardi and Soehardi 2019). *Make up* bukan sekadar aktivitas mempercantik diri, melainkan juga mencerminkan nilai estetika, ekspresi diri, bahkan menjadi bagian dari identitas budaya dan sosial (Lisa Eldridge 2015).

Urgensi *make up* dalam kehidupan modern terletak pada fungsinya yang multidimensional. Secara psikologis, *make up* dapat meningkatkan rasa percaya diri karena seseorang merasa tampil lebih baik dan siap menghadapi lingkungan sosial (Herlina 2024). Dalam konteks profesional, terutama di bidang pekerjaan yang menuntut penampilan menarik, *make up* menjadi bagian dari etika kerja dan standar profesionalisme (Jannah 2025). Lebih dari itu, *make up* juga bisa menjadi sarana ekspresi seni dan kreativitas, dimana seseorang dapat menunjukkan gaya, mood, atau identitas pribadinya melalui riasan yang dikenakan (Maula 2024).

Kecintaan terhadap *make up* berkembang pesat seiring pengaruh budaya populer dan media sosial. Banyak orang, khususnya perempuan dan generasi muda seperti generasi alfa, merasa terdorong untuk menggunakan *make up* karena terinspirasi oleh tren kecantikan, *influencer*, atau selebritas di media digital. Selain itu, proses berdandan sendiri sering dianggap sebagai aktivitas menyenangkan, yang membantu seseorang merasa rileks, produktif, dan lebih terhubung dengan dirinya sendiri (Engeln 2017). Dalam beberapa kasus, *make up* bahkan menjadi

simbol kematangan, status sosial, atau bagian penting dari ritual budaya, seperti riasan pengantin atau upacara adat. Oleh karena itu, penggunaan *make up* bukanlah semata-mata tindakan kosmetik, tetapi juga merupakan fenomena sosial dan psikologis yang mencerminkan dinamika zaman.

Fenomena penggunaan *make up* pun ternyata tidak sesederhana dari yang kita lihat. Meskipun *make up* sering diasosiasikan dengan kecantikan, kepercayaan diri, dan ekspresi diri, realitanya tidak semua orang menyukai atau merasa nyaman menggunakannya. Bagi sebagian orang, *make up* dianggap sebagai bentuk tekanan sosial yang memaksa individu khususnya perempuan untuk memenuhi standar kecantikan tertentu yang ditetapkan oleh budaya populer dan media (Hasrin and Sidik 2023). Tidak sedikit yang berpandangan bahwa kecantikan sejati seharusnya bersifat alami dan tidak perlu dimanipulasi oleh produk kosmetik (Intan and Mariamurti 2019). Dalam konteks ini, muncul pula gerakan “*no make up*” yang semakin mendapat tempat di kalangan masyarakat yang mendambakan penerimaan diri secara lebih otentik dan bebas dari konstruksi sosial yang sempit.

Yang menarik perhatian dan sekaligus memprihatinkan adalah munculnya trend penggunaan *make up* di kalangan anak-anak dan remaja, khususnya generasi alfa. Dalam usia mereka yang masih muda, anak-anak ini sudah mengenal dan bahkan menggunakan *make up*, baik untuk bermain, membuat konten di media sosial, maupun untuk meniru idola mereka lewat media sosial yang mereka miliki. Fenomena ini menimbulkan keprihatinan karena masa usia generasi alfa merupakan periode penting dalam pembentukan identitas diri yang sangat rentan terhadap pengaruh luar (Fadlurrohman et al. 2019). Ketika *make up* digunakan sejak dini

sebagai bagian dari kebiasaan dan ekspresi diri, maka persoalannya tidak lagi sekadar soal estetika, tetapi juga menyentuh aspek psikologis, nilai diri, dan persepsi tubuh (Nurjanah 2023).

Perkembangan ini menunjukkan bahwa *make up* kini tidak lagi menjadi isu yang terbatas pada orang dewasa, melainkan telah menjangkau generasi muda secara utuh dan sistematis. Paparan terhadap media sosial, akses digital yang nyaris tanpa batas, tren kecantikan global menjadikan anak-anak generasi alfa lebih cepat matang secara visual, namun belum tentu secara emosional (Oktavina et al. 2025). Di sinilah letak tantangan yang perlu dijawab: bagaimana memastikan bahwa penggunaan *make up* tidak berkembang menjadi alat pembanding sosial yang merusak citra diri anak, dan bagaimana pendekatan pendidikan baik secara teologis, psikologis, maupun sosial dapat membentuk pemahaman yang sehat terhadap tubuh, kecantikan, dan jati diri sejak usia dini (Engeln 2017).

Generasi alfa adalah kelompok generasi yang lahir mulai dari tahun 2010 hingga sekitar 2025. Mereka merupakan anak-anak dari generasi Milenial dan sebagian kecil dari Gen Z. Generasi alfa adalah generasi pertama yang sejak lahir telah hidup berdampingan dengan teknologi digital secara penuh. Mereka tidak mengalami transisi dari dunia analog ke digital seperti generasi sebelumnya, melainkan langsung tumbuh dalam era internet cepat, perangkat pintar, dan media sosial. Bagi mereka, teknologi bukanlah sekadar alat bantu, melainkan bagian dari keseharian yang tidak terpisahkan (Anwar, Nasution, and Nasution, 2025.).

Generasi alfa hidup di lingkungan yang sangat terhubung (*connected environment*). Sejak usia dini, mereka telah diperkenalkan pada *gadget, tablet,*

game online, dan platform video seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, bahkan sebelum mereka benar-benar lancar membaca atau menulis. Mereka dikenal sebagai generasi yang “melek digital sejak balita”, dengan kemampuan untuk memahami dan mengoperasikan teknologi lebih cepat dibandingkan generasi sebelumnya pada usia yang sama. Hal ini membentuk cara pikir, gaya belajar, dan cara mereka memandang dunia serba cepat, visual, dan instan.

Lingkungan sosial generasi alfa sangat dipengaruhi oleh konten digital dan algoritma media sosial. Segala sesuatu yang mereka ketahui, tiru, dan anggap penting sebagian besar bersumber dari influencer, konten viral, atau tren yang sedang ramai di media sosial. Termasuk di dalamnya adalah tren kecantikan dan *make up*. Dengan karakteristik yang demikian, generasi alfa menjadi generasi yang sangat potensial namun juga sangat rentan. Mereka cepat belajar, kreatif, dan terbuka terhadap teknologi, tetapi juga mudah terdampak oleh tekanan sosial, standar kecantikan semu, dan nilai-nilai yang dibentuk oleh dunia digital yang sering kali tidak realistis. Oleh karena itu, memahami siapa generasi alfa dan bagaimana dunia mereka bekerja menjadi kunci penting dalam mendampingi pertumbuhan mereka termasuk dalam menyikapi fenomena seperti tren *make up* yang kini telah merambah usia sangat muda (Fell 2021).

Untuk memeriksa dan mengevaluasi hal ini, peneliti menggunakan pendekatan Teologi Tubuh (*Theology of the Body*) sebagai alat analisis. Dalam konteks kajian penggunaan *make up* oleh generasi alfa, penelitian ini menggunakan kerangka teologi tubuh Kristen menurut Amos Yong. Yong menekankan bahwa tubuh bukan sekadar fisik, tetapi merupakan medium pengalaman iman dan relasi

dengan budaya kontemporer. Tubuh dipahami sebagai sarana interaksi manusia dengan Tuhan, sesama, dan lingkungan sosialnya, termasuk dalam praktik budaya populer seperti penggunaan make up. Dengan menggunakan perspektif ini, penulis dapat menganalisis bagaimana praktik make up di kalangan generasi alfa berinteraksi dengan nilai-nilai Kristen, sambil tetap mempertimbangkan pengaruh budaya visual dan digital masa kini. Teologi Tubuh, yang berakar pada ajaran Kristen, khususnya dalam refleksi teologis mengenai tubuh, martabat manusia, dan citra Allah, digunakan di sini untuk melihat bagaimana generasi alfa memahami tubuh mereka bukan hanya sebagai objek visual, tetapi sebagai bagian dari identitas spiritual yang diciptakan, dikasihi, dan memiliki tujuan ilahi (John Paul 2006).

Melalui pendekatan ini, peneliti ingin menelusuri bagaimana generasi alfa memandang tubuh mereka dalam kaitannya dengan penggunaan *make up*: apakah tubuh mereka dilihat sebagai alat untuk pencitraan eksternal, atau sebagai wujud syukur atas ciptaan Tuhan? Apakah mereka mempercantik diri sebagai bentuk penghargaan terhadap tubuh, atau karena ketidakpuasan terhadap diri sendiri? Teologi Tubuh menawarkan kerangka etis dan spiritual yang dalam untuk menilai citra diri generasi ini di tengah arus media sosial yang terus membentuk persepsi mereka tentang cantik, menarik, dan layak diterima (Christopher West 2009). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menyoroti fenomena *make up* dari sisi sosial, tetapi juga mengajak kita untuk merefleksikan kembali nilai-nilai rohani dan identitas sejati dalam kehidupan generasi yang hidup di era digital.

Sehingga jika seseorang menyadari dirinya sebagai *Imago Dei*, maka tubuh yang ia miliki bukanlah sekedar objek yang harus dipercantik agar sesuai dengan

standar kecantikan manusia, tetapi merupakan ciptaan yang baik, bernilai, dan sudah membawa martabat sejak awal. Pertanyaannya, apakah sebagai *Imago Dei* seseorang masih “perlu” mempercantik diri? Di sinilah Teologi Tubuh menawarkan refleksi penting. Tubuh mengungkapkan siapa kita di hadapan Allah dan sesama dan sudah memiliki keindahan yang mendalam karena membawa gambar Ilahi. Maka, pertanyaan tentang "perlu tidaknya" mempercantik diri bukan sekadar soal boleh atau tidak, tetapi untuk apa dan dengan motivasi apa seseorang melakukannya.

Kajian penelitian yang serupa juga telah menjadi perhatian dalam sejumlah penelitian, khususnya dalam artikel-artikel yang membahas tentang "Bedah Kosmetik: Modifikasi Tubuh atau Modifikasi Kehidupan?" membahas fenomena bedah kosmetik dari sudut pandang teologis dan etis, dengan menyoroti bagaimana tubuh diperlakukan sebagai objek yang dapat dimodifikasi demi memenuhi standar kecantikan budaya populer. Penulis menggunakan pendekatan reflektif-etis dengan landasan Teologi Tubuh untuk menilai motivasi moral di balik tindakan modifikasi tubuh permanen, menekankan bahwa tubuh adalah ciptaan Allah yang bernilai intrinsik dan tidak boleh direduksi menjadi objek estetika.

Sebaliknya, artikel ini menggunakan Teologi Tubuh secara lebih aplikatif dan kontekstual dengan fokus pada generasi alfa dan fenomena penggunaan *make up* sejak usia dini. Make up dipahami bukan hanya sebagai aktivitas kosmetik, tetapi sebagai ekspresi pencarian identitas yang dipengaruhi tekanan media sosial dan budaya visual. Teologi Tubuh digunakan untuk menelaah motivasi spiritual dan

etis di balik tindakan mempercantik diri, serta bagaimana generasi ini memahami tubuh mereka sebagai cerminan martabat dan gambar Allah dalam dunia digital.

Dengan demikian, artikel ini berbeda dalam penyusunan fokus (generasi muda dan *make up*), serta dalam penggunaan Teologi Tubuh sebagai pendekatan hermeneutik terhadap fenomena kontemporer, bukan hanya sebagai alat refleksi normatif. Penelitian ini menyoroti bagaimana generasi alfa sebagai generasi yang lahir dan dibesarkan dalam ekosistem digital membentuk pemahaman tubuhnya di bawah pengaruh estetika media, dan bagaimana iman Kristen melalui Teologi Tubuh dapat menolong mereka menemukan makna tubuh yang utuh, kudus, dan tidak bergantung pada validasi eksternal.

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka (*literature review*) sebagai pendekatan utama. Fokus utama penelitian ini adalah melakukan analisis konsep teologi tubuh dalam tradisi Kristen, serta mengkaji fenomena kontemporer penggunaan *make up*. Penelitian ini dibatasi secara geografis pada Jemaat GMIM Gloria Taratara di Desa Taratara, Kecamatan Tomohon Barat, Kota Tomohon dengan Fokus penelitian fenomena penggunaan *make up* pada generasi alfa yang ada dalam jemaat.

Fenomena ini juga dikaji dari perspektif etika Kristen, khususnya terkait nilai kesopanan, pembentukan karakter, dan tanggung jawab moral menurut ajaran gereja. Penelitian ini bersifat interdisipliner, karena menggabungkan analisis teologis dengan data sosiokultural dan psikologis mengenai tren *make up* dan

pembentukan citra tubuh pada generasi muda. Literatur yang digunakan berasal dari sumber-sumber teologi sistematika, etika Kristen, sosiologi agama, serta psikologi perkembangan anak dan remaja. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan penulis untuk memahami bagaimana prinsip-prinsip teologis klasik yaitu ajaran dan pemikiran teologi yang berakar pada tradisi, doktrin, dan warisan iman gereja berinteraksi dengan dinamika budaya visual dan digital masa kini.

Data dan temuan-temuan yang diperoleh kemudian penulis diskusikan, Hasil dari penelitian ini diolah secara analitis-deskriptif, dengan memfokuskan pada upaya menjawab pertanyaan utama: Bagaimana generasi alfa di Jemaat GMIM Gloria Taratara memahami dan mempraktikkan penggunaan make up dalam kehidupan sehari-hari? Penelitian ini tidak bermaksud memberikan generalisasi praktis, tetapi menyuguhkan refleksi teologis yang relevan, mendalam, dan kontekstual.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam perspektif teologis, tubuh manusia memiliki nilai spiritual yang melekat dan tidak bergantung pada standar kecantikan yang ditetapkan oleh masyarakat. Akan tetapi, generasi alfa yang tumbuh dalam era digital cenderung memandang tubuh sebagai objek visual yang harus ditampilkan secara ideal demi memperoleh pengakuan sosial. Praktik penggunaan *Make up* pada generasi ini tidak semata-mata dimaknai sebagai sarana ekspresi diri, melainkan sering kali didorong oleh tekanan sosial dan keinginan untuk diterima oleh lingkungan. Kendati demikian, rias wajah tetap dapat bernilai

positif apabila dilakukan sebagai bentuk penghargaan terhadap tubuh, bukan sebagai bentuk penyangkalan terhadap identitas diri. Teologi tubuh memberikan sudut pandang lain yang menegaskan bahwa tubuh merupakan ciptaan Tuhan yang memiliki nilai hakiki tanpa syarat, sehingga layak untuk dihargai dan tidak perlu disesuaikan dengan tuntutan luar. Oleh karena itu, peran keluarga, sekolah, dan gereja sangat penting dalam membimbing generasi alfa agar memahami bahwa harga diri tidak ditentukan oleh tampilan fisik, melainkan oleh identitas sejati sebagai pribadi yang dikasihi oleh Tuhan.

PEMBAHASAN

Konsep Teologi Tubuh Kontemporer Menurut Amos Yong

Menurut Amos Yong, tubuh bukan sekadar entitas biologis atau fisik; tubuh adalah medium pengalaman iman, yang selalu hidup dalam konteks sosial, budaya, dan sejarah tertentu (Nainggolan 2022). Yong menekankan bahwa tubuh manusia tidak dapat dipisahkan dari konstruksi budaya di sekitarnya artinya cara kita melihat, menilai, dan merawat tubuh selalu dipengaruhi oleh norma, simbol, dan praktik budaya yang berlaku. Tubuh menjadi “kanvas” di mana budaya dan iman saling berinteraksi, sehingga praktik-praktik populer seperti penggunaan *make up*, *fashion*, atau ritual estetika bukan hanya soal penampilan, tetapi juga soal makna identitas, status sosial, dan relasi dengan sesama.

Dalam perspektif ini, pengalaman tubuh manusia bersifat relasional dan kontekstual. Tubuh membentuk cara manusia mengekspresikan diri dan sekaligus membentuk cara masyarakat menilai seseorang. Yong menekankan bahwa teologi

tubuh harus mempertimbangkan dimensi budaya: tubuh bukan hanya ciptaan Allah yang bernilai intrinsik (Soegijanto 2023), tetapi juga hidup di dunia yang sarat pengaruh media, tren, dan standar estetika. Oleh karena itu, penilaian etis terhadap tubuh misalnya penggunaan *make up* oleh generasi alfa tidak bisa dilepaskan dari konteks budaya di mana anak-anak ini tumbuh, termasuk media sosial, *influencer*, dan norma kecantikan global.

Dengan kata lain, Teologi Tubuh Amos Yong mengajak kita melihat tubuh secara holistik: sebagai ciptaan Allah yang bernilai, sebagai sarana pengalaman iman, dan sebagai bagian dari konstruksi budaya yang membentuk persepsi, motivasi, dan perilaku manusia. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang sensitif terhadap konteks kontemporer, sehingga fenomena penggunaan *make up* oleh generasi alfa dapat dipahami bukan hanya dari sisi estetika atau psikologi, tetapi juga dari perspektif teologis yang mempertimbangkan budaya, identitas, dan moralitas.

Dalam tradisi Kristen, pemahaman tentang tubuh sering kali dipengaruhi oleh warisan dualisme Platonik yang memisahkan secara tajam antara tubuh dan jiwa, antara yang material dan yang spiritual. Namun, dalam teologi kontemporer, muncul upaya untuk mendekonstruksi dikotomi tersebut dan membangun kembali suatu pemahaman tubuh yang menyeluruh, inkarnasional, dan terbuka terhadap realitas pengalaman manusia yang kompleks. Salah satu tokoh yang menonjol dalam usaha ini adalah Amos Yong, seorang teolog Pentakostal yang menaruh perhatian khusus pada pneumatologi, disabilitas, dan inklusivitas dalam tubuh Kristus. Dalam karyanya, Yong mengembangkan Teologi Tubuh yang tidak hanya

bersifat normatif, melainkan juga hermeneutikal dan kontekstual, yang berakar pada karya Roh Kudus di dalam dan melalui tubuh manusia dalam segala kondisi dan keragamannya (Nainggolan 2022).

Bagi Amos Yong, tubuh manusia bukanlah sekadar wadah bagi jiwa atau sarana menuju keselamatan rohani, melainkan bagian esensial dari identitas manusia yang diciptakan menurut gambar dan rupa Allah *Imago Dei*. Ia menolak pemahaman yang menyempitkan tubuh sebagai objek dari moralitas atau estetika belaka, dan justru menekankan bahwa tubuh adalah medan partisipasi dalam kehidupan Allah melalui kehadiran Roh Kudus (Yong 2020). Dalam pendekatannya yang khas, Yong menjadikan disabilitas sebagai lensa teologis untuk membongkar paradigma lama yang cenderung menilai tubuh dari kacamata "fungsi" dan "kecakapan". Melalui pemahaman ini, ia membuka jalan bagi pembacaan tubuh yang tidak dikendalikan oleh standar medis, sosial, maupun estetika, tetapi oleh karya Allah yang transformatif dalam Roh.

Dalam bukunya *Theology and Down Syndrome: Reimagining Disability in Late Modernity*, Teologi Tubuh Amos Yong (2020) memberikan fondasi yang radikal mengenai penerimaan diri dengan menggunakan lensa disabilitas untuk membongkar standar 'normalitas' dan 'kecantikan' yang dikonstruksi oleh masyarakat. Jika dalam perspektif Yong, tubuh dengan disabilitas bukanlah sebuah anomali melainkan ekspresi keberagaman yang dikuduskan oleh Roh Kudus, maka prinsip yang sama berlaku dalam melihat tubuh alami anak-anak generasi Alfa.

Penerimaan tubuh 'apa adanya' menjadi titik temu yang krusial; sebagaimana penyandang disabilitas diajak untuk tidak mendefinisikan martabatnya berdasarkan fungsi fisik, Generasi Alpha pun diingatkan bahwa nilai diri mereka tidak ditentukan oleh keberhasilan memodifikasi wajah melalui *make-up* atau filter digital. Dengan demikian, praktik mempercantik diri seharusnya tidak lahir dari upaya 'memperbaiki' kekurangan, melainkan sebagai perayaan atas tubuh yang sejak awal sudah dinyatakan berharga dan utuh sebagai *Imago Dei*.

Teologi Tubuh menurut Amos Yong juga bersifat eskatologis. Ia menempatkan tubuh bukan sebagai realitas yang akan "ditanggalkan" dalam kekekalan, melainkan sebagai bagian dari penggenapan rencana Allah dalam penciptaan baru. Pemahaman ini sejalan dengan keyakinan Kristen tentang kebangkitan tubuh, di mana tubuh dipulihkan, bukan dihapuskan. Dalam pengertian ini, tubuh memiliki makna kekal, dan dengan demikian harus dihormati, dirawat, dan dihargai sejak sekarang. Pandangan ini memberikan kontribusi besar terhadap perdebatan kontemporer seputar tubuh, estetika, kecacatan, serta identitas.

Dalam dunia yang semakin mengidealkan tubuh melalui standar estetika yang diproduksi media sosial dan budaya konsumtif, pendekatan Amos Yong memberikan koreksi teologis yang penting. Tubuh tidak seharusnya menjadi objek manipulasi demi mencapai validasi sosial, tetapi dipahami sebagai *temple of the Holy Spirit* (1 Korintus 6:19), tempat tinggal Roh Kudus yang kudus dan penuh kasih. Hal ini menantang cara berpikir generasi muda, termasuk generasi alfa, yang hidup dalam ekosistem digital di mana tubuh kerap kali dikomodifikasi. Teologi Tubuh yang dikembangkan oleh Yong mendorong umat Kristen untuk menafsirkan

ulang tubuh mereka bukan berdasarkan standar dunia, tetapi berdasarkan narasi Injil yang menegaskan bahwa setiap tubuh dengan segala keunikannya bernilai dan dihormati oleh Allah.

Lebih jauh, Teologi Tubuh versi Yong juga menyentuh dimensi komunitas. Tubuh tidak hanya dipahami dalam kerangka individualistik, tetapi juga dalam dimensi eklesial yakni tubuh Kristus, komunitas orang percaya yang terdiri dari banyak anggota yang berbeda (Yong 2020). Dalam komunitas inilah, tubuh-tubuh yang berbeda, termasuk mereka yang sering kali terpinggirkan karena disabilitas atau ketidaksesuaian dengan norma sosial, diundang untuk mengambil bagian secara penuh. Dalam konteks ini, Teologi Tubuh menjadi bukan hanya doktrin, tetapi praksis sebuah tindakan nyata dalam membentuk gereja yang inklusif, memberdayakan, dan mencerminkan cinta kasih Kristus yang melampaui batas-batas fisik dan budaya.

Fenomena Make Up dan Standar Kecantikan dalam kehidupan Generasi alfa

Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena *make up* tidak lagi dapat dipandang sebagai sekadar kebiasaan mempercantik diri yang bersifat kosmetik, tetapi telah menjadi bagian penting dalam proses pembentukan identitas dan cara eksistensi sosial, terutama bagi generasi muda seperti generasi alfa. Generasi ini yang lahir sejak tahun 2010 hingga pertengahan dekade 2020-an adalah kelompok pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam dunia digital. Sejak usia dini, mereka sudah mengenal gawai, media sosial, kamera depan, dan berbagai *filter* kecantikan yang disediakan oleh aplikasi populer seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Tubuh mereka tidak hanya hadir dalam kehidupan nyata, tetapi juga dalam bentuk

virtual, ditampilkan, dilihat, dan dinilai melalui layar. Dalam konteks ini, *make up* bertransformasi menjadi sesuatu yang lebih dari sekadar produk kecantikan; ia menjadi alat ekspresi, alat kontrol, bahkan alat validasi sosial. Tidak mengherankan jika kini anak-anak perempuan dan juga sebagian laki-laki memahami bahwa tampil “menarik” bukan hanya keinginan pribadi, tetapi semacam kebutuhan untuk dapat diterima, dipuji, dan merasa eksis di tengah ruang digital yang sangat kompetitif (Twenge 2017).

Yang membuat fenomena ini semakin kompleks adalah kenyataan bahwa generasi alfa tidak hanya menjadi konsumen pasif dari tren kecantikan yang ditampilkan di media sosial, tetapi juga menjadi produsen aktif. Mereka membuat konten, mengikuti tantangan *make up*, mempraktikkan tutorial dari *beauty influencer*, dan bahkan terlibat dalam percakapan daring mengenai produk kecantikan. Dengan bantuan filter wajah, wajah mereka bisa dimodifikasi secara instan untuk tampil lebih simetris, kulit lebih mulus, bibir lebih penuh semuanya sesuai dengan standar estetika digital yang dominan. Akibatnya, kecantikan menjadi sesuatu yang tidak lagi alami atau diwariskan, tetapi dikonstruksi dan dikurasi. Ini adalah kecantikan algoritmik, yakni bentuk estetika yang dibentuk oleh teknologi, disebarkan oleh pasar, dan diperkuat oleh budaya “*like*” dan “*followers*” (Duffy 2017). Dalam dunia semacam ini, tekanan untuk tampil “sempurna” muncul sejak usia sangat muda. Anak-anak mengalami pembentukan citra tubuh bahkan sebelum mereka memiliki pemahaman utuh tentang siapa diri mereka sebenarnya. Citra tubuh mereka tidak dibangun dari dalam dari rasa syukur, penerimaan, atau keunikan personal melainkan dari luar: dari angka, komentar, dan impresi visual.

Fenomena ini menimbulkan banyak konsekuensi serius, tidak hanya pada aspek psikologis, tetapi juga spiritual. Remaja dan anak-anak dari generasi alfa semakin rentan terhadap gangguan citra tubuh, kecemasan sosial, rendah diri, bahkan depresi, karena mereka merasa tubuh mereka tidak memenuhi ekspektasi estetika yang sangat sempit. Ketika tubuh terus-menerus dinilai, dibandingkan, dan disesuaikan, maka tubuh tidak lagi dirasakan sebagai bagian dari diri yang utuh, melainkan sebagai proyek yang harus diperbaiki. *Make up*, dalam konteks ini, tidak hanya menjadi alat untuk menghias, tetapi juga “topeng” yang digunakan untuk menyembunyikan ketidakpercayaan diri, atau bahkan bentuk penolakan terhadap tubuh sendiri (Naomi Wolf 2002). Inilah ironi budaya visual digital: semakin banyak ruang ekspresi yang tersedia, semakin sempit ruang penerimaan diri. Kecantikan bukan lagi sesuatu yang dirayakan dalam keberagaman, tetapi yang dipaksakan dalam keseragaman.

Dalam menyikapi fenomena ini, pendekatan yang kritis namun penuh empati sangatlah penting. Di satu sisi, tidak bijak jika *make up* langsung dikutuk sebagai sesuatu yang buruk atau dangkal. Sebab, dalam sejarah manusia, *make up* telah lama menjadi bagian dari budaya, seni, bahkan spiritualitas. Dalam banyak kebudayaan, *make up* digunakan untuk merayakan kehidupan, menyimbolkan peran sosial, atau menyambut peristiwa penting. Dalam konteks tertentu, *make up* dapat menjadi sarana ekspresi diri, meningkatkan rasa percaya diri, bahkan memperkuat jati diri. Namun di sisi lain, ketika *make up* menjadi kewajiban sosial yang tidak tertulis didorong oleh rasa takut tidak diterima, ketakutan akan citra, atau tekanan sosial digital maka praktik ini perlu dikritisi dan ditanggapi secara

mendalam. Pada titik inilah, pendidikan mengenai tubuh dan identitas menjadi sangat relevan. Generasi alfa perlu dibimbing untuk memahami bahwa nilai mereka tidak terletak pada kulit yang mulus, bentuk wajah yang ideal, atau tampilan yang sesuai algoritma, tetapi pada siapa mereka sebenarnya: pribadi yang unik, berharga, dan dikasihi.

Dalam dunia modern yang sangat terpengaruh oleh media sosial dan budaya konsumtif, tubuh kerap dijadikan objek manipulasi untuk memenuhi standar kecantikan yang ideal, yang sering kali bersifat tidak realistis dan semu. Amos Yong memberikan koreksi teologis yang signifikan terhadap fenomena ini melalui pendekatan Teologi Tubuhnya. Menurut Yong, tubuh bukan sekadar wadah atau sarana estetika, melainkan *temple of the Holy Spirit* (1 Korintus 6:19), tempat tinggal Roh Kudus yang kudus dan penuh kasih. Tubuh memiliki nilai intrinsik yang berasal dari ciptaan Allah, bukan dari pengakuan sosial atau validasi eksternal. Dengan perspektif ini, setiap tindakan mempercantik diri, termasuk penggunaan *make up*, perlu dipahami bukan hanya dari motivasi estetika atau sosial, tetapi juga dari motivasi spiritual dan etis yang merefleksikan martabat yang diberikan Allah pada tubuh.

Amos Yong menekankan bahwa tubuh manusia hidup dalam konteks budaya dan sosial tertentu, sehingga standar kecantikan dan praktik populer seperti *make up* tidak bisa dipisahkan dari konstruksi budaya di sekitarnya. Fenomena generasi alfa yang menggunakan *make up* sejak usia dini harus dianalisis dengan mempertimbangkan tekanan media sosial, pengaruh *influencer*, serta norma kecantikan global. Dalam kerangka Teologi Tubuh Yong, tindakan mempercantik

diri bisa menjadi sarana positif jika dimaknai sebagai ekspresi syukur dan penghargaan terhadap tubuh yang Allah ciptakan, tetapi menjadi problematis bila dimotivasi oleh ketidakpuasan diri, perbandingan sosial, atau pencarian validasi eksternal.

Pendekatan Amos Yong menekankan dimensi relasional dan inkarnasional dari tubuh. Tubuh bukan hanya milik individu, tetapi juga berfungsi dalam relasi dengan Allah, sesama, dan lingkungan sosial. Dalam konteks generasi alfa, hal ini berarti penggunaan *make up* bukan semata-mata tindakan pribadi, tetapi juga interaksi dengan budaya populer dan komunitas digital yang membentuk persepsi tentang “cantik” dan “layak diterima.” Teologi Tubuh mendorong pemahaman bahwa tubuh adalah medium pengalaman iman: bagaimana seorang anak menghargai tubuhnya, merawatnya, dan menafsirkan dirinya, harus terkait dengan identitas rohani sebagai *Imago Dei*, bukan sekadar estetika atau tren.

Dalam analisis fenomena *make up*, Teologi Tubuh Amos Yong berfungsi sebagai kerangka hermeneutik untuk menilai motivasi, makna, dan dampak sosial dari praktik ini. Penggunaan *make up* bisa dibaca sebagai ekspresi kreativitas, identitas, atau ritual sosial, tetapi juga bisa menjadi indikator internalisasi standar dunia yang menekan, mereduksi nilai tubuh, atau menimbulkan kecemasan sosial. Yong mengajarkan bahwa tubuh yang kudus dan bernilai tetap memiliki hak untuk dihormati, dan setiap tindakan terhadap tubuh harus mempertimbangkan nilai spiritual, etis, dan budaya. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang tidak hanya melihat fenomena dari sisi psikologis atau estetika, tetapi juga dari perspektif teologis dan moral yang komprehensif.

Dengan demikian, Teologi Tubuh Amos Yong menjadi teori utama untuk menafsirkan penggunaan *make up* oleh generasi alfa. Tubuh dipahami sebagai ciptaan yang bernilai, medium iman, dan bagian dari konstruksi budaya; *make up* dapat menjadi sarana positif ketika memperkuat kesadaran martabat tubuh dan identitas rohani, namun dapat menjadi problematis ketika meniru standar dunia tanpa refleksi etis dan spiritual. Kerangka ini memberikan dasar untuk mengevaluasi motivasi, perilaku, dan dampak penggunaan *make up* pada pembentukan identitas dan persepsi tubuh generasi muda di era digital.

Perspektif Teologi Tubuh terhadap Penggunaan Make Up bagi Generasi alfa

Fenomena penggunaan *make up* di kalangan generasi alfa tidak dapat dilepaskan dari konteks sosial-budaya tempat mereka dibesarkan. Generasi ini yakni mereka yang lahir antara 2010 hingga pertengahan 2020-an hidup dalam lingkungan digital sejak usia dini. Sejak awal kehidupan, mereka terpapar pada media sosial, *influencer*, algoritma visual, dan standar estetika yang dikonstruksi secara virtual. Dalam konteks ini, *make up* tidak lagi dipahami sebagai sarana artistik semata, tetapi menjadi bagian dari proses pencarian identitas, cara mengelola citra diri, serta bentuk adaptasi terhadap ekspektasi visual masyarakat kontemporer. Ketika realitas tubuh mengalami tekanan untuk selalu tampil "layak dilihat", muncul kebutuhan untuk mengkaji fenomena ini melalui lensa Teologi Tubuh, yakni suatu pendekatan yang menempatkan tubuh sebagai bagian integral dari spiritualitas dan identitas manusia.

Dalam pemahaman Kristen, tubuh bukanlah sekadar objek biologis yang bersifat duniawi atau netral. Tubuh manusia adalah bagian dari ciptaan Allah yang

baik dan diciptakan menurut gambar-Nya (*Imago Dei*). Konsep ini secara teologis menyatakan bahwa tubuh memiliki nilai sakral, bukan karena ia sesuai dengan standar kecantikan tertentu, melainkan karena tubuh adalah tempat manifestasi kemuliaan Allah (John Paul 2006). Pandangan ini menantang budaya modern yang sering kali menilai tubuh berdasarkan ukuran, warna kulit, bentuk wajah, atau tren kosmetik. Teologi Tubuh mendorong pemahaman bahwa tubuh manusia dalam segala wujudnya bukan untuk dipermalukan atau diperbaiki demi diterima, melainkan untuk dihargai, dipelihara, dan diterima sebagaimana adanya.

Namun, dalam konteks generasi alfa, tubuh sangat rentan direduksi menjadi citra yang harus tampil sempurna di layar. Budaya *selfie*, filter wajah, dan *tutorial make up* menciptakan tekanan tersendiri terhadap anak-anak dan remaja, terutama perempuan, untuk menampilkan versi diri yang *ideal* dan dapat diterima secara sosial. Dalam hal ini, *make up* beralih fungsi dari sekadar seni rias menjadi alat untuk meraih penerimaan dan pengakuan (Twenge 2017). Fenomena ini tidak selalu negatif, tetapi memerlukan pemahaman kritis agar penggunaan *make up* tidak menjadi cermin dari krisis identitas atau ketergantungan pada validasi eksternal. Di sinilah Teologi Tubuh berperan sebagai koreksi dan alternatif etis: ia mengajarkan bahwa keindahan sejati bersumber dari relasi manusia dengan Allah, bukan dari pencapaian penampilan tertentu.

Teologi Tubuh yang dikembangkan oleh teolog kontemporer seperti Amos Yong juga menekankan bahwa tubuh adalah tempat kehadiran Roh Kudus bahkan dalam keterbatasannya. Dalam karya teologisnya yang berfokus pada disabilitas dan inkarnasi, Yong memperluas konsep tubuh tidak hanya pada yang ideal secara

sosial, tetapi juga pada tubuh yang rentan dan tidak sesuai dengan norma estetika. Jika tubuh dalam bentuk apapun adalah ruang spiritual, maka nilai seseorang tidak terletak pada “kesempurnaan” tampilannya, tetapi pada fakta bahwa ia adalah tempat kehadiran dan karya ilahi. Dalam kerangka ini, penggunaan *make up* dapat ditata secara positif, selama tidak merusak martabat diri atau melayani logika komodifikasi tubuh.

Dalam praktiknya, gereja dan keluarga perlu memberikan ruang edukatif dan dialogis kepada generasi alfa tentang tubuh dan kecantikan dalam terang iman Kristen. Ini mencakup pengajaran bahwa mempercantik diri tidak salah secara moral, tetapi harus lahir dari motivasi yang sehat dan spiritual bukan sekadar keinginan untuk menyesuaikan diri dengan dunia. Anak-anak perlu diberdayakan agar memahami bahwa mereka dikasihi tanpa syarat, dan bahwa tubuh mereka adalah anugerah yang tidak membutuhkan pembuktian di hadapan algoritma atau opini sosial. Teologi Tubuh, dalam hal ini, tidak hanya berfungsi sebagai sistem ajaran, tetapi sebagai spiritualitas yang meneguhkan dan membebaskan dari tekanan budaya performatif.

Teologi Tubuh menurut Amos Yong berangkat dari pemahaman bahwa tubuh manusia terlepas dari bentuk, fungsi, atau ketidaksempurnaannya adalah tempat kehadiran Allah melalui Roh Kudus. Ia mengembangkan pendekatan yang inklusif, terutama dalam konteks disabilitas, dengan menolak pandangan bahwa tubuh yang tidak ideal harus dikoreksi atau ditutup-tutupi. Bagi Yong, tubuh manusia adalah bagian dari *Imago Dei* yang memiliki nilai spiritual dan martabat

yang tidak dapat dikurangi oleh standar budaya (Yong 2020). Tubuh bukanlah objek pasif, tetapi lokasi spiritual yang hidup dan layak dihargai secara utuh.

Sebaliknya, generasi alfa yang lahir dan tumbuh dalam budaya digital mengembangkan paradigma tentang tubuh melalui lensa visual dan algoritma media sosial. Dalam realitas mereka, penggunaan *make up* tidak hanya menjadi praktik estetika, tetapi juga bagian dari konstruksi identitas dan ekspresi sosial. Mereka belajar sejak dini bahwa penampilan digital dapat mempengaruhi penerimaan sosial. *Make up* dipahami sebagai cara untuk "menyempurnakan" tampilan tubuh agar sesuai dengan ekspektasi estetik populer (Twenge 2017). Paradigma ini menjadikan tubuh sebagai proyek visual, yang perlu ditata agar layak dilihat dan dinilai di ruang publik digital.

Kedua pendekatan ini mencerminkan ketegangan zaman: antara tubuh yang dipahami sebagai ciptaan Allah yang utuh, dan tubuh yang dikonstruksi sebagai media performatif. Dalam konteks pastoral, teologi Amos Yong menjadi koreksi penting terhadap paradigma visual generasi muda, dengan mengajarkan bahwa tubuh adalah anugerah ilahi yang tidak perlu selalu disesuaikan dengan standar luar.

Pertemuan antara Teologi Tubuh yang dikembangkan oleh Amos Yong dan paradigma penggunaan *make up* oleh generasi alfa membuka ruang refleksi teologis yang kaya. Di satu sisi, keduanya berangkat dari konteks dan asumsi yang berbeda: Amos Yong berbicara dalam kerangka teologi pneumatologis dan disabilitas, sementara generasi alfa membentuk pandangannya terhadap tubuh dalam kultur digital yang sangat visual dan estetis. Namun, dalam ketegangan tersebut, juga terdapat peluang dialog yang saling mengoreksi dan memperkaya.

Secara paradigmatis, terdapat ketegangan yang jelas antara kedua pendekatan ini. Amos Yong menolak logika tubuh sebagai objek estetika yang harus disesuaikan dengan norma ideal, dan lebih menekankan tubuh sebagai tempat Roh Kudus berdiam, tak tergantung pada kondisi fisik, estetika, atau kecacatan (Yong 2020). Ia menawarkan pendekatan teologi tubuh yang radikal dengan menyatakan bahwa bahkan tubuh yang dianggap “tidak sempurna” oleh masyarakat adalah wujud kehadiran dan kemuliaan Allah. Dalam kerangka ini, tubuh tidak perlu “diperbaiki” agar memiliki nilai; sebaliknya, tubuh sudah memiliki nilai spiritual karena menjadi bagian dari *Imago Dei*.

Di sisi lain, Generasi Alfa membentuk cara pandang terhadap tubuh melalui interaksi mereka dengan media sosial, *influencer*, dan algoritma visual. *Make up* dalam konteks ini bukan hanya kosmetik, tetapi simbol dari proyek kurasi diri. Paradigma ini tidak lahir dari refleksi teologis, melainkan dari konstruksi budaya yang menekankan penampilan, pengakuan sosial, dan estetika yang dikodifikasikan secara algoritmik. *Make up* digunakan bukan hanya untuk mempercantik, melainkan untuk membentuk citra diri yang “layak dilihat”, bahkan sejak usia anak-anak dan remaja (Twenge 2017). Di sinilah potensi konflik dengan pandangan Amos Yong muncul: ketika tubuh dilihat sebagai proyek sosial, bukan sebagai anugerah spiritual.

Namun demikian, pertentangan ini tidak bersifat total. Justru, jika ditafsirkan secara kritis dan pastoral, keduanya dapat saling memperkaya dalam suatu kerangka dialog. Paradigma generasi alfa menunjukkan bahwa tubuh adalah medium komunikasi dan ekspresi, bukan hanya wadah biologis. Dalam hal ini,

make up bisa dipahami bukan sebagai bentuk penolakan terhadap tubuh, tetapi sebagai sarana menyampaikan identitas, perasaan, dan eksistensi dalam dunia yang sangat terhubung secara digital. Asalkan digunakan dengan kesadaran spiritual, bebas dari tekanan budaya, dan tidak bersifat kompulsif, penggunaan *make up* dapat dimaknai sebagai bagian dari perawatan diri (*self-care*) yang sehat.

Di titik inilah pendekatan Amos Yong dapat menjadi koreksi etis dan spiritual terhadap potensi penyimpangan dari paradigma visual generasi alfa. Ia mengingatkan bahwa tubuh bukan untuk memenuhi ekspektasi sosial, melainkan untuk dihidupi sebagai anugerah, dikasihi, dan dirayakan dalam semua bentuknya. Dengan membawa pesan bahwa kehadiran Roh Kudus tidak bergantung pada kesempurnaan tubuh, teologi tubuh Amos Yong membantu membebaskan generasi muda dari penindasan simbolik terhadap tubuh yang ditanamkan oleh budaya populer. Ia mengajak generasi alfa untuk mengintegrasikan pemahaman iman ke dalam cara mereka memperlakukan tubuh, termasuk dalam keputusan mempercantik diri.

Dengan demikian, pertanyaan utama bukanlah apakah *make up* salah atau benar, tetapi bagaimana generasi muda menyikapinya secara teologis dan spiritual. Jika tubuh dilihat sebagai tempat kehadiran Allah, maka mempercantik diri pun harus dilakukan dalam semangat syukur, penghormatan, dan kesadaran akan martabat ilahi tubuh itu sendiri. Di sinilah letak titik temu antara kedua pendekatan tersebut: bahwa tubuh manusia, dengan segala ekspresinya baik dalam kekurangan maupun dalam seni tetaplah ruang kudus yang layak dihargai dan dirayakan.

Dalam kerangka Teologi Tubuh, tubuh manusia bukan sekadar realitas biologis atau objek estetika, melainkan bagian integral dari keberadaan manusia yang diciptakan menurut gambar dan rupa Allah (*Imago Dei*). Tubuh memiliki nilai spiritual dan moral yang melekat karena menjadi sarana di mana manusia mengekspresikan dirinya, membangun relasi, serta menghayati keberadaannya secara utuh. Oleh karena itu, segala tindakan terhadap tubuh termasuk dalam menggunakan *make up* tidak lepas dari tanggung jawab teologis dan etis.

Teolog kontemporer seperti Amos Yong menekankan bahwa tubuh, dalam segala bentuknya termasuk yang dianggap kurang ideal oleh budaya populer, tetap merupakan tempat kehadiran Roh Allah. Ia menolak pemahaman bahwa tubuh harus memenuhi standar estetika tertentu agar bernilai (Twenge 2017). Sebaliknya, setiap tubuh manusia mencerminkan anugerah dan martabat ilahi yang tidak bisa diukur hanya dari tampilan luar. Maka, penggunaan *make up* dapat dipahami secara positif jika dilakukan dengan motivasi yang selaras dengan penghargaan terhadap tubuh sebagai ciptaan Allah. Sebagai contoh, *make up* yang dipakai untuk merawat diri, menunjukkan rasa syukur, atau tampil sopan dan pantas dalam konteks sosial bisa dilihat sebagai bagian dari tanggung jawab rohani terhadap tubuh.

Namun, dalam budaya digital yang sangat visual, penggunaan *make up* juga bisa menjadi bentuk tekanan. Banyak orang, terutama generasi muda, merasa perlu menyesuaikan diri dengan standar kecantikan sempit yang dibentuk oleh algoritma media sosial. Dalam konteks ini, *make up* seringkali berubah fungsi bukan lagi sebagai ekspresi diri yang sehat, melainkan sebagai alat untuk menutupi identitas asli, demi pencitraan atau penerimaan sosial. Paradigma semacam ini berisiko

menurunkan makna tubuh dari yang seharusnya dimuliakan, menjadi proyek konsumtif yang terus-menerus harus “disempurnakan”.

Oleh sebab itu, Teologi Tubuh menuntut kesadaran rohani dan refleksi etis dalam penggunaan *make up*. *Make up* bukanlah sesuatu yang salah secara moral, tetapi harus digunakan dengan hati yang benar. Paradigmanya bukan sekadar “boleh atau tidak,” melainkan “untuk apa dan mengapa.” Bila digunakan sebagai bentuk kasih terhadap diri sendiri dan penghormatan terhadap karunia tubuh, maka *make up* dapat menjadi bagian dari spiritualitas tubuh. Namun jika digunakan untuk menutupi ketidakpuasan diri yang mendalam atau sekadar memenuhi ekspektasi eksternal, maka itu perlu dikaji ulang agar tidak bertentangan dengan nilai keberadaan sebagai manusia yang berharga di hadapan Allah (Lisa Sowle Cahill 1996).

Tubuh, Identitas, dan Budaya Make Up Generasi alfa

Generasi alfa, merupakan generasi pertama yang sepenuhnya dibesarkan dalam lingkungan digital dan terhubung internet sejak lahir. Mereka tidak hanya mengonsumsi teknologi, tetapi menjadikannya bagian dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam membentuk identitas diri. Dalam konteks ini, penggunaan *make up* tidak dapat dilepaskan dari pengaruh media sosial, budaya visual, dan standar kecantikan global yang terus berubah.

Fenomena seperti TikTok, Instagram, dan YouTube telah mengubah cara generasi alfa melihat tubuh dan kecantikan. Mereka terpapar pada konten *tutorial make up*, filter wajah digital, serta influencer kecantikan sejak usia dini. *Make up* tidak lagi semata-mata alat kosmetik, melainkan sebuah ekspresi identitas,

performa sosial, dan bahkan bentuk komunikasi visual antar individu (Crystal Abidin 2018).

Dalam budaya ini, tubuh dipandang sebagai kanvas yang terus-menerus dibentuk, dirawat, dan disesuaikan. Hal ini menyebabkan munculnya fenomena "*aesthetic labor*", yakni upaya konstan untuk merawat dan mengelola tubuh demi memenuhi standar kecantikan tertentu. Generasi alfa secara tidak langsung terlibat dalam estetika yang bersifat performatif di mana tubuh bukan hanya untuk dilihat, tetapi untuk dinilai.

Namun demikian, tekanan sosial yang muncul dari budaya digital juga membawa konsekuensi psikologis. Banyak studi menunjukkan bahwa paparan awal terhadap standar kecantikan digital dapat menimbulkan perasaan tidak puas terhadap tubuh, bahkan pada anak-anak usia 8–12 tahun (Seeta Pai & Kelly Schryver 2015). Hal ini mengindikasikan bahwa *make up*, alih-alih menjadi sarana ekspresi diri yang bebas, dapat berubah menjadi bentuk penyesuaian diri terhadap norma-norma sosial yang sempit dan membatasi.

Lebih jauh, budaya *make up* dalam kalangan generasi alfa sering kali dikaitkan dengan pencarian identitas diri di tengah dunia yang cepat berubah. *Make up* menjadi cara untuk “mengendalikan” citra diri di tengah dunia digital yang penuh penilaian. Namun, kontrol ini bersifat ilusif karena citra tubuh yang ditampilkan di media sosial sangat bergantung pada filter, algoritma, dan ekspektasi publik, yang sering kali tidak realistis (Kelly, Campbell Perri, and Hickey 2018).

Hal yang perlu disoroti di sini adalah munculnya paradoks: di satu sisi, *make up* menjadi simbol empowerment atau pemberdayaan diri, tetapi di sisi lain bisa

menjadi bentuk tekanan terselubung. Dalam dunia yang mendorong ekspresi diri secara visual, keaslian justru menjadi terpinggirkan. Tubuh bukan lagi ruang pengalaman spiritual, tetapi berubah menjadi proyek estetika yang terus diubah dan disesuaikan.

Dengan demikian, dalam konteks budaya generasi alfa, *make up* memiliki makna *ambivalen*: antara kebebasan dan keterikatan, antara ekspresi diri dan tekanan sosial, antara estetika dan etika. Maka dibutuhkan pendekatan yang lebih reflektif dan kritis, agar praktik mempercantik diri ini tidak menjadi sarana penolakan terhadap tubuh sebagai anugerah ilahi, melainkan benar-benar menjadi bentuk penghormatan terhadap martabat tubuh.

Mempercantik atau Merusak?

Perspektif Etis-Teologis

1) Mempercantik : Ekspresi Keindahan yang Mencerminkan Citra Allah

Menurut Amos Yong, tubuh manusia bukan hanya soal fisik atau biologis saja, tapi juga memiliki makna rohani yang dalam. Tubuh adalah tempat Roh Kudus hadir dan bekerja, serta menjadi cara Allah menyatakan diri-Nya dalam diri manusia. Karena itu, tubuh mencerminkan gambar dan rupa Allah (*Imago Dei*), yang membuat setiap manusia memiliki nilai, martabat, dan keindahan sejak awal penciptaan.

Make up dapat menjadi ekspresi keindahan, yaitu bentuk pernyataan diri yang merayakan estetika tubuh sebagai ciptaan Allah. Ketika seseorang menggunakan *make up* dengan kesadaran bahwa ia sedang memperindah anugerah tubuh yang telah Tuhan berikan, tindakan itu dapat menjadi bentuk pujian dan

penghormatan terhadap karya penciptaan. Dalam terang Teologi Tubuh, ekspresi keindahan seperti ini mencerminkan aspek kreatif dan estetik dari Allah sendiri yang menciptakan dunia ini "sungguh amat baik" (Kejadian 1:31). *Make up*, dalam hal ini, bukan sekadar kosmetik, melainkan tindakan simbolik yang merayakan keberadaan sebagai *Imago Dei*.

2) Merusak : Potensi Objektifikasi dan Penyangkalan Jati Diri

Namun, penggunaan *make up* juga dapat tergelincir pada sisi negatif jika dimotivasi oleh tekanan sosial, ketidakpuasan diri, atau hasrat untuk memenuhi standar kecantikan duniawi. Dalam konteks ini, tubuh bukan lagi dilihat sebagai karunia yang mencerminkan Allah, tetapi diubah menjadi objek konsumsi atau alat untuk meraih penerimaan, sehingga dapat melemahkan identitas sejati yang berasal dari relasi dengan Allah. Ini bertentangan dengan maksud awal penciptaan tubuh sebagai sarana komunikasi kasih dan kebenaran.

Dengan demikian, Teologi Tubuh mendorong penilaian etis dan rohani terhadap penggunaan *make up*, dengan mempertimbangkan motivasi batin, niat hati, dan dampaknya terhadap pemahaman diri sebagai gambar dan rupa Allah.

KESIMPULAN

Artikel ini menegaskan bahwa penggunaan *make up* di kalangan generasi alfa tidak dapat dilepaskan dari dinamika budaya digital yang kompleks, namun juga harus dilihat dalam terang iman Kristen melalui konsep Teologi Tubuh. Tubuh bukan sekadar objek estetika, melainkan bagian dari identitas rohani yang kudus dan bernilai karena diciptakan menurut gambar dan rupa Allah. *Make up* dapat menjadi bentuk penghargaan terhadap tubuh jika digunakan dengan motivasi yang

benar dan dalam batas yang sehat, namun juga berisiko menjadi alat objektifikasi dan tekanan sosial jika dipakai demi memenuhi standar kecantikan yang semu. Oleh karena itu, pendekatan etis dan teologis diperlukan untuk mendampingi generasi alfa dalam memahami makna sejati tubuh, agar mereka mampu merawat dan menghargainya bukan karena tuntutan budaya, melainkan karena kesadaran akan martabatnya sebagai ciptaan Allah yang utuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrean, Astarte Caralisa, Andhita Salsabillah Putri, and Nur Salma Hamidah. 2024. "Makna Make Up Sebagai Self Healing Perempuan." *Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya*, 2024.
- Anwar, Wan Tasya Luthfiah, Wahyuddin Nur Nasution, and Muhammad Irwan Padli Nasution. n.d. "Pentingnya Literasi Informasi Dan Komunikasi di Era Digital." *Innovative: Journal Of Social Sciense Research* 5 (3): 7943–64.
- Christopher West. 2009. *Theology of the Body for Beginners: A Basic Introduction to Pope John Paul II's Sexual Revolution*. 2nd (edisi. West Chester, PA (Pennsylvania): Ascension Press.
- Crystal Abidin. 2018. *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Bingley, Inggris: Emerald Publishing Limited.
- Duffy, Brooke Erin. 2017. *(Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work*. Amerika Serikat, London: Yale University Press (New Haven, CT).
- Engeln, Renee. 2017. *Beauty Sick: How the Cultural Obsession with Appearance Hurts Girls and Women*. New York, NY.: HarperCollins.
- Fadlurrohman, Ishak, Asmar Husein, Liya Yulia, Hery Wibowo, and Santoso Tri Raharjo. 2019. "MEMAHAMI PERKEMBANGAN ANAK GENERASI ALFA DI ERA INDUSTRI 4.0." *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial* 2 (2): 178–86. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i2.26235>.
- Fell, Mark McCrindle & Ashley. 2021. *Generation Alpha: Understanding Our Children and Helping Them Thrive*. Sydney: Hachette Australia.

- Hasrin, Awaluddin, and Sangputri Sidik. 2023. "TREN KECANTIKAN DAN IDENTITAS SOSIAL: ANALISIS KONSUMSI KOSMETIK DAN OBJEKTIFIKASI DIRI DI KALANGAN PEREMPUAN KOTA PALOPO." *Jurnal Analisa Sosiologi* 12 (4). <https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71618>.
- Herlina, Fadilla. 2024. "Pengaruh Penggunaan Make-Up Sederhana Terhadap Kepercayaan Diri Wanita." *Jurnal Tata Rias* 14 (2): 84–97. <https://doi.org/10.21009/jtr.14.2.07>.
- Intan, Tania, and Prima Agustina Mariamurti. 2019. "MEMBONGKAR MITOS KECANTIKAN DAN BUDAYA KONSUMEN DALAM CHICK LIT 'BEAUTY CASE' KARYA ICHA RAHMANTI." *Sejarah dan Budaya : Jurnal Sejarah, Budaya, dan Pengajarannya* 13 (2): 164. <https://doi.org/10.17977/um020v13i22019p164-178>.
- Jannah, Diah Nadiatul. 2025. "Beauty Premium: Make-Up Sebagai Modal Simbolik Dalam Peningkatan Pendapatan Perempuan Di Dunia Kerja." *Jurnal Ekonomi Dan Riset Pembangunan* 3 (2): 33–44.
- John Paul. 2006. *Man and Woman He Created Them: A Theology of the Body*. Penulis: John Paul II. Pauline Books & Media (Boston).
- Kelly, Peter, Campbell Perri, and Lyn Harrison; dan Chris Hickey. 2018. *Young People and the Politics of Outrage and Hope*. The Netherlands: Brill, Leiden.
- Lisa Eldridge. 2015. *Face Paint: The Story of Makeup*. New York: Abrams Image.
- Lisa Sowle Cahill. 1996. *Sex, Gender, and Christian Ethics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Maula, Inayatul. 2024. "INTERACTION SYMBOLIC PENGGUNAAN MAKE UP LOOK DALAM MEMBENTUK KONSEP DIRI MAHASISWI UNIVERSITAS TRIBAKTI LIRBOYO." Diploma, UIT Lirboyo Kediri. <https://doi.org/10/abstrakk.pdf>.
- Nainggolan, Jeppri. 2022. "Bahasa Roh dan Komunikasi Gerejawi: Telaah Teologi Komunikasi atas 1 Korintus 12–14." *Stulos: Jurnal Teologi* 6 (2): 127–278.
- Naomi Wolf. 2002. *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. New York.: Harper Perennial.

NURJANAH, RIA. 2023. “HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN KEPERCAYAAN DIRI PADA WANITA PENGGUNA MAKE-UP DI DESA SUMBER HARUM KECAMATAN TUNGKAL JAYA.”

Diploma, Universitas Bina Darma. <http://repository.binadarma.ac.id/7374/>.

Oktavina, Salma, Maria Deo Haro, Diah Rosmaya, Sabila Rahma Khoirunnisa, and Anik Maghfiroh. 2025. “Pengaruh Media Sosial sebagai Sumber Inspirasi Makeup dan Hairdo dalam Mata Kuliah Pengantin Internasional.” *Kampus Akadeik Publising - Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* 2 (2): 266–75.

<https://doi.org/DOI:%2520https://doi.org/10.61722/jmia.v2i2.4300>.

Seeta Pai & Kelly Schryver. 2015. “New Report by Common Sense Media Reveals Kids’ Body Image Develops as Early as Five and Media and Parents Play Pivotal Role.” *Children, Teens, Media, and Body Image: A Common Sense Media Research Brief*.

Soegijanto, Timothy. 2023. “PERSEPSI TERHADAP ORANG BERTUBUH PENDEK: ANALISIS TERHADAP NOVEL ‘THE LION, THE WITCH & THE WARDROBE’ DARI PERSPEKTIF JOHN W. KLEINIG DAN AMOS YONG.” Masters, Universitas Kristen Duta Wacana.

<https://repository.ukdw.ac.id/7989/>.

Soehardi, Dwi Vita Lestari, and Fitridawati Soehardi. 2019. “PELATIHAN TATA RIAS WAJAH SEHARI-HARI PKK BUKIT BESTARI KOTA TANJUNG PINANG.” *Dinamisia - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 3 (Special Issue): 156–65.

Twenge, Jean M. 2017. *iGen: Why Today’s Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood--and What That Means for the Rest of Us*. Simon and Schuster.

Yong, Amos. 2020. *Renewing the Church by the Spirit: Theological Education after Pentecost*. Wm. B. Eerdmans Publishing.