

---

# ABDIMAS

Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat  
<https://journal.unnes.ac.id/journals/abdimas/>

---

## Beauty for All: Tata Rias Wajah dan Strategi Pemasaran Berbasis Teknologi untuk Penyandang Disabilitas

Anik Maghfiroh\*, Ade Novi Nurul Ihsani, Erna Setyowati, Indah Indi Afifah, Ajeng Rahma Sudarni, Mia Hafizah Tumangger

Universitas Negeri Semarang, Indonesia

\*Corresponding Author: [anikmaghfiroh@mail.unnes.ac.id](mailto:anikmaghfiroh@mail.unnes.ac.id)

---

### Abstract

The main problems faced by people with disabilities in roemah difabel semarang are the lack of knowledge and skills in applying makeup, limited access to skills education, and economic difficulties. This problem is the main reason for the implementation of this community service activity, with the aim of creating a more productive and sustainable life. This activity aims to provide comprehensive training to people with disabilities in roemah difabel, so that they can understand and apply the right techniques in doing makeup. The methods chosen to implement this community service are as follows: 1) lectures and questions and answers are used when providing material about makeup and technology, 2). practical methods are used when the resource person or speaker practices the steps in applying makeup, then the trainees are asked to practice applying makeup that has been practiced by the resource person with guidance from the resource person and students of the community service team. 3) monitoring and evaluation to assess participants' understanding and skills. The results of this activity ran smoothly and without obstacles, with the enthusiasm of persons with disabilities reflecting increased knowledge and skills in applying makeup. This activity succeeded in improving the quality of makeup according to appropriate techniques, thus having a positive impact on the training participants.

**Keywords:** make-up, technology, disability

---

### INTRODUCTION

Roemah difabel merupakan komunitas atau pusat pemberdayaan yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan penyandang disabilitas, terutama dalam aspek kemandirian, keterampilan, dan kesempatan ekonomi. Di Semarang, Roemah Difabel menjadi wadah bagi penyandang disabilitas untuk mendapatkan pelatihan keterampilan, pendampingan, serta dukungan dalam berbagai bidang, termasuk wirausaha, seni, dan pengembangan diri [1]. Dan bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang inklusif, di mana penyandang disabilitas dapat belajar, berkarya, dan berdaya secara mandiri. Selain itu, Roemah Difabel juga aktif dalam mengedukasi masyarakat agar lebih peduli dan memahami pentingnya inklusivitas serta aksesibilitas bagi semua orang, termasuk dalam dunia kerja dan industri kreatif [2].

Penyandang disabilitas sering menghadapi berbagai tantangan dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aspek ekonomi dan sosial. Akses terhadap pelatihan keterampilan yang mendukung kemandirian ekonomi masih terbatas, terutama dalam bidang kecantikan dan pemasaran digital [3][4]. Sektor tata rias wajah merupakan salah satu bidang yang memiliki potensi besar untuk memberikan peluang ekonomi bagi penyandang disabilitas. Dengan keahlian yang tepat, mereka dapat bekerja secara mandiri atau bergabung dalam industri kecantikan yang terus berkembang. Untuk itu kami bermaksud untuk memberikan pelatihan tata rias wajah [5]. Pada saat ini meraka mendapat pelatihan menjahit baju selain itu belum pernah didapat pelatihan yang mengenai tata rias wajah.

Pelatihan tata rias wajah bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan peluang dibidang industri kecantikan. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dalam

rias wajah. Tata rias wajah merupakan teknik atau seni merias wajah dengan tujuan untuk mempercantik, menonjolkan keindahan alami, atau menciptakan karakter tertentu. Tata rias dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti sehari-hari, acara formal, pertunjukan, hingga keperluan profesional seperti fotografi dan film [6][7]. Selain itu menurut Arisa Tata rias merupakan hal yang penting dalam dunia kecantikan dan pertunjukan, karena dapat memberikan perubahan besar pada penampilan seseorang, menciptakan karakter yang kuat, dan menghasilkan efek khusus yang mendukung tujuan tertentu[8]. Riasan wajah identik dengan penampilan diri dan merupakan asset yang berharga bagi wanita. Konsep kecantikan berkembang sejalan dengan perubahan gaya hidup, perkembangan di bidang kosmetik, dan perawatan yang saat ini sudah semakin berkembang. Selain itu perkembangan juga terjadi pada pemasaran yang tentunya dengan inovasi yang lebih bagus dan berkembang [9][10].

Pemasaran digital merupakan strategi pemasaran yang menggunakan media digital dan internet untuk mempromosikan produk atau layanan kepada target audiens [11]. Dengan berkembangnya teknologi, pemasaran digital menjadi salah satu cara paling efektif untuk menjangkau pelanggan secara luas dan interaktif. Selain itu pemasaran digital menurut hariman merupakan strategi pemasaran yang didalamnya memiliki ciri sebagai berikut: SEO (*Search Engine Optimization*) Optimalisasi situs web agar muncul di peringkat atas hasil pencarian Google. SEM (*Search Engine Marketing*) Pemasaran berbayar melalui iklan di mesin pencari seperti Google Ads[12] [13]. Media Sosial Marketing Promosi melalui platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan LinkedIn. Email Marketing Menggunakan email untuk menjangkau pelanggan dengan informasi atau penawaran khusus. *Content Marketing* Pembuatan konten berkualitas seperti blog, video, dan infografis untuk menarik audiens. *Affiliate Marketing* Memanfaatkan pihak ketiga untuk mempromosikan produk dengan sistem. *Influencer Marketing* Bekerja sama dengan influencer untuk meningkatkan kesadaran merek [14] [15].

Berdasarkan observasi awal yang sudah pengabdian lakukan kepada penyandang disabilitas mengenai pengetahuan tentang tata rias wajah mereka sangat memerlukan pengetahuan dan keterampilan di bidang tersebut, karena belum pernah menerima pelatihan terkait. Harapan dari pihak mitra mengajak Prodi Pendidikan Tata Kecantikan untuk sharing memberikan pelatihan tentang tata rias wajah dan pemasaran digital guna untuk meningkatkan kemandirian untuk membuka peluang di industri kecantikan dengan menggunakan startegi pemasaran berbasis teknologi.

## METHOD

Metode pada pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari :

a. Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Roemah difabel Kota Semarang, pada tanggal 15 Juni 2025.

b. Alat dan Bahan

Alat dan bahan yang digunakan dalam pelatihan make up terdiri Kuas, beauty blender, eyelash curly, pinset, mixing palette, spatula, pembersih kuas, dan untuk kosmetik yang digunakan yaitu moisturizer, primer, foundation, concealer, setting powder, setting spray, blush on, countur, highlight, eyeshadow, eyeliner, maskara, eyebrow, lisptik dan lain sebagainya.

c. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ikuti oleh beberapa penyandang disabilitas di roemah difabel semarang. Kegiatan ini meliputi beberapa tahap diantaranya tahap persiapan alat dan bahan meliputi persiapan peralatan dan bahan-bahan yang akan digunakan selama kegiatan pengabdian yang harus diketahui oleh peserta, sehingga mereka dapat mengetahui dengan jelas jenis pelatihan yang akan diikuti nanti. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dengan memberikan materi mengenai langkah langkah make up, teknik yang digunakan untuk make up dan tahap yang terakhir yaitu evaluasi dan umpan balik pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kualitas hasil make up yang sudah dipraktikkan pada kegiatan pengabdian.

## RESULTS AND DISCUSSION

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di roemah difabel kota semarang, bertujuan untuk meningkatkan kualitas skill penyandang disabilitas mengenai teknik make up yang benar, dan nantinya bisa digunakan untuk membuka peluang usaha. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan para penyandang disabilitas. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap yang saling terkait, yaitu sosialisasi, praktik make up dan teknologi, serta evaluasi dan umpan balik.

Tim pengabdian masyarakat dari prodi Pendidikan Tata Kecantikan Fakultas Teknik UNNES melakukan sosialisasi untuk memberikan pemahaman teoritis tentang make up kepada penyandang disabilitas. Metode yang digunakan dalam sosialisasi ini adalah ceramah dan diskusi interaktif, bertujuan untuk mengedukasi peserta mengenai konsep dasar dalam melakukan make up dan skill technology yang digunakan dalam mengambil gambar hasil dari make up dengan teknik yang benar.



Gambar 2. Sosialisasi Teoritis Oleh Tim Pengabdian Kepada Peserta

Sebelum pelatihan, dilakukan survei awal yang menunjukkan bahwa 50% peserta tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang teknik tata rias yang baik. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan yang perlu diatasi. Setelah sosialisasi, data menunjukkan bahwa 94% peserta mampu menjelaskan konsep dan teknik tata rias dengan baik. Peningkatan pengetahuan ini sangat penting karena pemahaman yang baik tentang tata rias wajah dapat memiliki keterampilan dibidang tata rias sehingga dapat membuka usaha dibidang rias.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan

Setelah tahap sosialisasi, peserta dilibatkan dalam praktik langsung melakukan praktik tata rias wajah. Pelatihan ini dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat dari Prodi Pendidikan Tata Kecantikan Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang dan berlangsung dengan baik, di mana peserta diajak untuk aktif terlibat dalam setiap langkah dalam melakukan tata rias wajah mulai dari complexion, rias mata, rias hidung dan sampai dengan rias bibir. Pendampingan intensif dilakukan oleh mahasiswa dan tim pengabdian, yang memastikan bahwa peserta dapat menerapkan teknik yang diajarkan secara baik dan benar.

Hasil evaluasi setelah pelatihan menunjukkan bahwa 94% peserta berhasil praktik tata rias wajah yang memenuhi standart dari kerapihan, teknik dan hasil yang baik. Sebelumnya, hanya 50%

peserta yang mampu membuat riasan dengan teknik dan standart yang baik. Peningkatan yang signifikan ini menunjukkan bahwa pelatihan praktis sangat efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta. Dengan adanya kemampuan baru ini, diharapkan para penyandang disabilitas dapat menciptakan usaha dibidang tata rias.



Gambar 5. Hasil Pelatihan

Tahap terakhir merupakan tahap evaluasi dan umpan balik. Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai kualitas hasil tata rias wajah berdasarkan beberapa kriteria, yaitu kreativitas, kerapian dan teknik. Melalui wawancara dan observasi, data menunjukkan bahwa tata rias wajah yang dihasilkan setelah pelatihan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Selain itu, umpan balik dari peserta menunjukkan bahwa 85% merasa lebih percaya diri dalam melakukan praktik make up karena sudah mendapatkan ilmu mengenai tata rias wajah lebih banyak dan sesuai dengan teknik yang benar. Peningkatan rasa percaya diri ini sangat penting, karena dapat mendorong untuk lebih aktif dalam meningkatkan skill dalam tata rias wajah.

Dengan adanya informasi, bimbingan, dan pelatihan yang diberikan, diharapkan penyandang disabilitas dapat mengaplikasikan tata rias wajah yang bagus dengan harga terjangkau. Peningkatan yang signifikan memberikan dampak positif bagi para penyandang disabilitas, serta menunjukkan bahwa pelatihan semacam ini dapat menjadi model yang efektif untuk meningkatkan skill serta keterampilan dengan baik. Dalam konteks ini, kajian terdahulu menunjukkan bahwa penguatan kapasitas melalui pelatihan tata rias wajah dapat meningkatkan daya di era saat ini (Sari et al., 2020). Temuan ini semakin memperkuat argumen bahwa kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif yang nyata bagi perekonomian dan kesejahteraan bagi penyandang disabilitas.

## CONCLUSION

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kemitraan berupa pelatihan tata rias wajah untuk penyandang disabilitas telah berhasil mencapai tujuannya. Hal ini dibuktikan dengan beberapa capaian penting, dimana terjadi peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang tata rias wajah 50% menjadi 94% setelah mengikuti sosialisasi dan pelatihan. Dalam aspek keterampilan, 85% peserta berhasil membuat tata rias wajah untuk diri sendiri secara baik dan benar sesuai dengan standart dan teknik yang telah diperoleh. Meningkat signifikan dari kondisi awal yang hanya 40%. Selain itu, program ini juga berhasil menguatkan kepercayaan diri dalam bermake up, dengan 85% peserta menyatakan lebih percaya diri dalam mempraktikkan tata rias wajah setelah mengikuti pelatihan. Untuk merealisasikan apa yang menjadi harapan dari mitra, maka dapat disarankan Kegiatan pendampingan ini untuk kedepannya juga dapat dikembangkan lagi dengan memberikan pekatihan mengenai pelatihan yang lain untuk penyandang disabilitas yang dapat digunakan untuk membuka usaha mandiri.

## ACKNOWLEDGEMENT

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan dan keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang atas dukungan dana dan fasilitas yang telah diberikan, Terima kasih juga disampaikan kepada peserta pelatihan penyandang disabilitas di roemah difabel yang sudah bersedia untuk mengikuti pelatihan. Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Kecantikan Universitas Negeri Semarang yang telah membantu sebagai fasilitator

selama kegiatan berlangsung, serta semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Keberhasilan kegiatan ini merupakan hasil kerja sama dan dukungan dari semua pihak terkait. Semoga hasil kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

## REFERENCES

- [1]. Widinarsih, D. (2019). Penyandang disabilitas di indonesia: perkembangan istilah dan definisi. *Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 20(2), 127-142.
- [2]. Syafi'ie, M. (2014). Pemenuhan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. *Inklusi*, 1(2), 269-308.
- [3]. Maftuhin, A. (2016). Mengikat makna diskriminasi: Penyandang cacat, difabel, dan Penyandang disabilitas. *INKLUSI Journal of Disability Studies*, 3(2), 139-162.
- [4]. Hidayanto, S., & Kartosapetro, I. S. (2020). Strategi Digital Branding pada Startup Social Crowdfunding (Studi Kasus pada Kitabisa. com). *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 9(1), 19-33.
- [5]. Thohari, S. (2014). Pandangan disabilitas dan aksesibilitas fasilitas publik bagi penyandang disabilitas di kota Malang. *Indonesian Journal of Disability Studies*, 1(1), 27-37.
- [6]. Noviana, M., & Susiati, Y. T. (2015). Hubungan Pengetahuan Rias Wajah Sehari-Hari Dengan Penggunaan Kosmetika Tata Rias Wajah Di Smk Negeri 3 Klaten. *KELUARGA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 1(2).
- [7]. Soehardi, F., & Soehardi, D. V. L. (2019). Pelatihan Tata Rias Wajah Sehari-Hari Pkk Bukit Bestari Kota Tanjung Pinang. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 156-165.
- [8]. Mursanti, A. E., Fatirul, A. N., & Hartono, H. (2020). Pengembangan Bahan Ajar Dasar Tata Rias Wajah untuk Mahasiswa Prodi Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga (PVKK) Tata Rias. *Edcomtech*, 5(1), 76-87.
- [9]. Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- [10]. Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98-102.
- [11]. Melandi, I. K., Budiman, A., & Yusuf, I. (2023). Analisis strategi pemasaran digital pada travelxism menggunakan digital marketing canvas. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1107-1122.
- [12]. Muntazori, A. F., Listya, A. (2019). Branding produk UMKM pempek gersang. *Jurnal Desain*, 6(03), 177-185.
- [13]. Fadly, H. D., & Sutama, S. (2020). Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213-222.
- [14]. Krisnaresanti, A., Naufalin, L. R., Indrayanto, A., & Sukoco, H. (2022). Pengaruh manfaat dan kemudahan penggunaan media digital sebagai alternatif pemasaran digital terhadap keberlangsungan usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1063-1073.
- [15]. Sembiluh, D., & Sulistiadi, W. (2022). Analisis Implementasi Pemasaran Digital di Rumah Sakit pada Pandemi COVID-19: Literatur Review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (MPPKI)*, 5(3), 224-232.