

ILMU ANTI-AGING MEDICINE DI KALANGAN GENERASI MUDA INDONESIA DAN KOREA SELATAN: PERBANDINGAN PERSPEKTIF BUDAYA DAN KESEHATAN**Imelda Audry Chandra**

Universitas Indonesia, Indonesia

Email: chandrimelda21@gmail.com**Abstrak**

Peningkatan minat generasi muda terhadap ilmu anti aging menunjukkan perubahan besar dalam perspektif tentang perawatan kecantikan dan penuaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana generasi muda di Indonesia dan Korea Selatan melihat dan menggunakan teknologi anti-aging medicine, dengan penekanan khusus pada dampak budaya dan kesehatan. Studi ini menggunakan metodologi kualitatif, yang mengumpulkan data melalui kuesioner terbuka, diskusi kelompok fokus, dan wawancara mendalam. Orang-orang muda di kedua negara, berusia antara 18 dan 30 tahun, dipilih untuk menunjukkan perspektif dan kemajuan terbaru dalam bidang obat anti penuaan. Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi tema dan pola utama dalam data. Hasil menunjukkan bahwa, dibandingkan dengan generasi muda Indonesia, generasi muda Korea Selatan lebih menyadari dan menggunakan teknologi anti-aging. Di Korea Selatan, tekanan media sosial dan budaya kecantikan yang kuat memengaruhi pilihan mereka untuk menggunakan produk dan prosedur anti-aging canggih. Sebaliknya, di Indonesia, nilai-nilai budaya dan praktik tradisional lebih mempengaruhi pendekatan anti-aging, dengan preferensi untuk produk berbasis bahan alami dan perawatan holistik. Perbedaan perspektif ini menunjukkan pengaruh besar dari norma sosial dan budaya dalam melakukan anti-aging. Di Indonesia, pilihan konsumsi dipengaruhi oleh praktik tradisional dan nilai-nilai holistik, sementara di Korea Selatan, fokus pada penampilan fisik dan kemajuan teknologi mendorong adopsi yang cepat. Kesimpulan: Penelitian ini menunjukkan bagaimana budaya lokal mempengaruhi persepsi dan adopsi ilmu anti aging di dua negara yang berbeda. Industri anti-aging harus mempertimbangkan preferensi pasar yang beragam saat membuat strategi pemasaran dan pengembangan produk.

Kata Kunci: Anti-aging medicine, generasi muda, Korea Selatan, Indonesia, budaya perawatan kecantikan

Abstract

The increasing interest of the younger generation in anti-aging science shows a major change in perspectives on beauty care and aging. The aim of this study was to see how young people in Indonesia and South Korea perceive and use anti-aging medicine technology, with a special emphasis on cultural and health impacts. The study uses a qualitative methodology, which collects data through open-ended questionnaires, focus group discussions, and in-depth interviews. Young people in both countries, aged between 18 and 30, were selected to demonstrate the latest perspectives and advances in the field of anti-aging medicine. Thematic analysis is used to identify key themes and patterns in the data. The results show that,

How to cite:

Imelda Audry Chandra (2024) Ilmu Anti-Aging Medicine di Kalangan Generasi Muda Indonesia dan Korea Selatan: Perbandingan Perspektif Budaya dan Kesehatan, (06) 09,

E-ISSN:[2684-883X](https://doi.org/10.26848/2723-4339)

compared to the younger generation of Indonesia, the young generation of South Korea is more aware of and uses anti-aging technology. In South Korea, strong social media and beauty culture pressures influence their choice to use advanced anti-aging products and procedures. In contrast, in Indonesia, traditional cultural values and practices influence the anti-aging approach more, with a preference for natural ingredients-based products and holistic treatments. This difference in perspective shows the great influence of social and cultural norms in anti-aging. In Indonesia, consumption choices are influenced by traditional practices and holistic values, while in South Korea, the focus on physical appearance and technological advancements is driving rapid adoption. Conclusion: This study shows how local culture influences the perception and adoption of anti-aging science in two different countries. The anti-aging industry must consider diverse market preferences when creating marketing strategies and product development.

Keywords: *Anti-aging medicine, young generation, South Korea, Indonesia, culture, health, beauty care*

PENDAHULUAN

Anti-aging adalah perawatan kecantikan yang dirancang khusus untuk mengurangi munculnya kerutan, garis halus, dan kulit kendur. Perawatan ini biasanya dilakukan pada bagian tubuh yang paling rentan terhadap tanda-tanda awal penuaan, seperti wajah, leher, dan tangan. Tergantung pada sejauh mana kondisi kulit mengalami penuaan, pilihan perawatan anti-aging bisa berkisar dari produk yang dijual bebas, seperti krim dan losion, hingga suntikan botox dan prosedur bedah yang sangat invasif, seperti facelift. Setiap pilihan memiliki risiko tertentu. Itulah mengapa penting bagi pasien untuk berdiskusi secara menyeluruh dengan dokter spesialis perawatan kulit dan anti-aging sebelum menjalani jenis perawatan apa pun (Cam, 2024).

Dalam beberapa dekade terakhir, ilmu medis anti-aging telah mengalami kemajuan besar dalam hal pencegahan dan perawatan penuaan. Konsep ini mencakup berbagai teknologi dan terapi yang dimaksudkan untuk memperlambat atau membalikkan proses penuaan dari segi fisiologis dan estetika (Hou et al., 2018). Perkembangan ini sangat memengaruhi cara orang, terutama anak-anak, melihat dan mengadopsi ilmu anti-aging.

Industri kecantikan dan perawatan kulit Korea Selatan sangat maju dan dikenal secara global karena tren dan inovasi kecantikan yang cepat berkembang (Halim & Kiatkawsin, 2021). Pasar anti-agingnya berkembang pesat, yang didorong oleh budaya kecantikan yang kuat dan investasi besar dalam penelitian dan pengembangan produk anti-aging. Sebuah penelitian oleh (Y. Kim, 2021) menunjukkan bahwa globalisasi dan media sosial telah memperkuat pengaruh budaya kecantikan di kalangan generasi muda Korea Selatan, menjadikannya sangat sadar dan aktif dalam mencari solusi anti-aging (Guo et al., 2022).

Sebaliknya, di Indonesia, meskipun minat terhadap anti-aging medicine meningkat, faktor budaya yang berbeda sering memengaruhi adopsi dan pandangan masyarakat tentang ilmu ini. Studi (Kara & Özgür, 2023) menemukan bahwa pandangan tentang kecantikan dan penuaan di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, sering dipengaruhi oleh norma dan prinsip tradisional budaya yang lebih kental dibandingkan dengan di Korea Selatan. Ini mencakup bagaimana nilai-nilai lokal mempengaruhi persepsi mereka tentang kecantikan dan penuaan, dan seberapa terbuka mereka terhadap metode perawatan anti-aging modern.

Sikap dan penggunaan ilmu anti-aging dipengaruhi oleh perbedaan budaya di Indonesia dan Korea Selatan. Di Korea Selatan, teknologi canggih sering dianggap sebagai solusi untuk masalah penuaan, sementara di Indonesia, perawatan anti-aging mungkin lebih cocok dengan

metode dan produk tradisional (Smith et al., 2021). Dengan perbedaan ini, studi komparatif sangat penting untuk mengetahui bagaimana pandangan budaya generasi muda tentang ilmu anti-aging dibentuk.

Penelitian ini, berdasarkan temuan sebelumnya, bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana budaya mempengaruhi pandangan dan adopsi obat anti-aging di kalangan generasi muda di Indonesia dan Korea Selatan. Melalui perbandingan perspektif budaya dan kesehatan antara kedua negara, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi obat anti-aging dan bagaimana metode ini dapat digunakan untuk mengurangi efek samping.

Tujuan Penelitian ini adalah menganalisis pandangan generasi muda Indonesia dan Korea Selatan tentang ilmu anti-aging. Membandingkan perbedaan budaya yang mempengaruhi pandangan dan adopsi ilmu anti-aging di kedua negara. Menilai dampak perspektif budaya terhadap kesehatan dan praktik anti-aging di masing-masing negara.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan budaya dan adopsi ilmu anti-aging medicine di kalangan generasi muda (Creswell, 2019). Metode ini dipilih karena dapat menggali makna pribadi dan subjektif dari pengalaman budaya seseorang. Subjek penelitian adalah generasi muda yang tinggal di Indonesia dan Korea Selatan, yang berusia antara 18 dan 30 tahun. Kelompok usia ini dipilih karena mereka lebih terlibat dalam tren kesehatan dan kecantikan dan lebih terbuka terhadap inovasi perawatan anti-aging. Metode Pengumpulan Data melalui Wawancara, Wawancara Mendalam: Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan untuk mempelajari perspektif, sikap, dan pengalaman individu terkait ilmu anti-aging medicine. Persepsi tentang penuaan, perawatan kecantikan, dan pengaruh budaya akan dibahas melalui wawancara. Diskusi Kelompok Fokus (*Focus Group Discussion*) (Hennink, 2013): Kelompok kecil di masing-masing negara akan terlibat dalam diskusi kelompok fokus untuk mendapatkan pandangan kolektif dan membandingkan perspektif peserta. Kuesioner Terbuka: Kuesioner terbuka akan digunakan untuk mengumpulkan data tentang pendapat dan pengetahuan tentang ilmu anti-aging medicine, serta faktor budaya yang mempengaruhi adopsi ilmu anti-aging medicine tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ilmu Anti-Aging Medicine

Ilmu Anti-Aging Medicine berkonsentrasi pada cara untuk memperlambat atau membalikkan proses penuaan dari segi fisiologis dan estetika. Finkel & Holbrook, (2000) menjelaskan bahwa kemajuan dalam bidang ini mencakup berbagai metode, seperti terapi gen, intervensi nutrisi, dan penggunaan obat farmakologis yang menargetkan jalur biologis yang berkaitan dengan penuaan. Kennedy & Lamming, (2016) melakukan penelitian yang menekankan peran penting yang dimainkan oleh mTOR (*mechanistic target of rapamycin*) dalam proses penuaan, serta bagaimana pengaturan jalur ini dapat berdampak pada kesehatan dan umur panjang. Perawatan anti-aging dalam industri kecantikan mencakup produk dan teknologi yang bertujuan untuk mengurangi tanda-tanda penuaan seperti pigmentasi, kehilangan elastisitas kulit, dan keriput (Finkel & Holbrook, 2000). Produk-produk ini sering

dipromosikan dengan klaim ilmiah yang didasarkan pada penelitian dermatologi dan biologi sel terbaru (J. Kim et al., 2013).

Perspektif Budaya terhadap Kecantikan dan Penuaan

Pandangan masyarakat tentang kecantikan dan penuaan sangat dipengaruhi oleh budaya mereka. Pandangan tentang penuaan di Asia, termasuk Korea Selatan dan Indonesia, sering dipengaruhi oleh standar budaya dan prinsip estetika unik, menurut (Kara & Özgür, 2023). Di Korea Selatan, budaya kecantikan sangat kuat, dan penuaan sering dianggap sebagai masalah yang dapat diselesaikan dengan teknologi dan inovasi (B.-Y. Kim et al., 2021). Lee dan (J. Kim et al., 2013) menambahkan bahwa konsumen Korea Selatan cenderung lebih terbuka terhadap produk dan prosedur anti-aging yang berbasis pada teknologi canggih.

Namun Sebaliknya, di Indonesia pandangan terhadap penuaan mungkin lebih dipengaruhi oleh nilai-nilai tradisional dan praktik budaya. Sedangkan nilai-nilai dan praktik budaya tradisional Indonesia mungkin lebih kentara pengaruhnya terhadap persepsi penuaan. Choi (2019) menemukan bahwa kecantikan di Asia Tenggara sering dikaitkan dengan aspek spiritual dan tradisional, sehingga mungkin lebih penting untuk mempertimbangkan penggunaan produk anti-aging melalui pendekatan yang holistik dan alami. Nilai-nilai budaya seperti menghormati usia dan pengalaman hidup dapat memengaruhi persepsi orang Indonesia tentang penuaan dan perawatan anti-aging.

Generasi Muda dan Adopsi Anti-Aging Medicine

Di berbagai negara, generasi muda menunjukkan minat yang tinggi terhadap kesehatan dan perawatan diri, termasuk obat anti penuaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Smith (2018), globalisasi dan media sosial menyebabkan generasi muda menjadi lebih sadar kesehatan dan estetika. Kim (2020) menekankan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam menyebarkan tren kecantikan, seperti produk anti-aging, ke generasi muda Korea Selatan. Meskipun ada perbedaan budaya, fenomena ini juga terjadi di Indonesia. Studi lebih lanjut oleh Lee dan Kim (2021) menemukan bahwa, didorong oleh standar kecantikan yang tinggi, generasi muda Korea Selatan secara aktif mencari informasi dan mencoba berbagai produk anti-aging. Di Indonesia, meskipun minat terhadap anti-aging medicine juga ada, adopsinya mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya dan tradisional, serta aksesibilitas produk dan informasi (Choi, 2019).

Perbandingan antara Korea Selatan dan Indonesia

Perspektif dan adopsi ilmu anti aging medicine di Korea Selatan dan Indonesia sangat berbeda. Korea Selatan mengadopsi teknologi anti-aging modern lebih banyak daripada Indonesia, karena industri kecantikannya yang sangat maju dan pengaruh budaya global (Lee & Kim, 2021). Sebaliknya, Indonesia lebih konservatif dan mungkin menggabungkan metode tradisional dengan pendekatan modern dalam perawatan anti-aging (Choi, 2019). Berbagai variabel, seperti kemajuan teknologi, pandangan budaya, dan pengaruh generasi muda, memengaruhi pandangan tentang obat anti penuaan. Penelitian saat ini menunjukkan bahwa berbagai variabel memengaruhi pandangan tentang obat anti penuaan. Perbandingan antara Korea Selatan dan Indonesia menunjukkan bagaimana budaya setempat memengaruhi pandangan mereka tentang perawatan diri dan penuaan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi satu sama lain dan bagaimana mereka mempengaruhi adopsi ilmu anti-aging di kedua negara tersebut.

Pandangan Kaum Muda di Korea Selatan

Tingkat Kesadaran dan Adopsi: Menurut penelitian, remaja Korea Selatan sangat menyadari produk dan teknologi anti-aging. Sebagian besar orang yang menjawab mengatakan bahwa mereka menggunakan produk anti-aging, seperti krim, serum, dan masker yang mengandung peptida, asam hialuronat, dan retinol. Banyak orang juga sering menjalani prosedur estetika seperti injeksi botox dan perawatan laser.

Pengaruh Media Sosial dan Budaya Kecantikan: Perkembangan budaya kecantikan Korea Selatan sangat berkontribusi pada adopsi teknologi anti-aging. Influencer kecantikan dan media sosial memainkan peran penting dalam mempromosikan produk baru. Responden mengatakan mereka sering mengikuti rekomendasi dari influencer kecantikan dan tren global yang muncul di situs web seperti Instagram dan YouTube. Studi Kim (2020) menemukan bahwa media sosial mempercepat penyebaran tren kecantikan.

Norma Sosial dan Tekanan Kecantikan: Menurut penelitian, ada tekanan sosial yang besar untuk tetap tampan dan menarik. Kesuksesan sosial dan profesional ditunjukkan oleh budaya Korea Selatan, yang mendorong generasi muda untuk berinvestasi dalam produk dan teknologi anti-aging (Lee & Kim, 2021).

Pandangan Kaum Muda di Indonesia

Tingkat Kesadaran dan Adopsi Produk Anti-Aging: Dibandingkan dengan Korea Selatan, Indonesia lebih sadar akan produk anti-aging. Meskipun ada minat yang meningkat, produk anti-aging biasanya menggunakan bahan alami seperti minyak esensial dan ekstrak tanaman. Teknik canggih seperti perawatan laser dan prosedur kosmetik invasif masih kurang diminati oleh generasi muda.

Pengaruh Budaya dan Nilai Tradisional: Pandangan orang Indonesia tentang penuaan dan perawatan anti-aging lebih dipengaruhi oleh nilai-nilai dan praktik budaya tradisional. Banyak orang yang menjawab menunjukkan bahwa mereka memilih produk yang menggabungkan metode alami dan tradisional dengan teknologi modern. Misalnya, menggunakan pijat wajah dan masker wajah yang terbuat dari bahan alami. Pandangan ini mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan kesehatan, menurut Choi (2019).

Penekanan pada Kesehatan Holistik: Orang-orang di Indonesia sering melihat perawatan anti-aging sebagai bagian dari pendekatan yang lebih holistik terhadap kesehatan dan kesejahteraan karena mereka percaya bahwa penuaan adalah proses alami yang harus diterima. Perawatan anti-aging dianggap sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan, bukan hanya untuk memperbaiki penampilan fisik.

Perbandingan Pandangan terhadap Anti-Aging Medicine

Korea Selatan: Studi menunjukkan bahwa generasi muda lebih banyak menggunakan produk dan teknologi anti-aging. Ini dipengaruhi oleh budaya kecantikan yang kuat dan tekanan sosial untuk memenuhi standar kecantikan tinggi. Influencer kecantikan dan media sosial sangat membantu menyebarkan berita tentang produk dan teknologi anti-aging terbaru. Fokus budaya pada penampilan dan inovasi teknologi mencerminkan kecenderungan ini (Kim, 2020; Lee & Kim, 2021).

Indonesia: Sebaliknya, di Indonesia, meskipun minat terhadap anti-aging medicine meningkat, adopsi teknologi canggih belum sebesar di Korea Selatan. Pandangan tentang penuaan lebih sesuai dengan prinsip dan praktik budaya tradisional. Banyak orang memilih produk anti-aging yang terbuat dari bahan alami dan mempertimbangkan spiritualitas dan kesehatan secara keseluruhan. Ini menunjukkan bahwa nilai-nilai lokal dan budaya sangat memengaruhi pandangan orang tentang obat anti penuaan (Choi, 2019).

Pengaruh Budaya terhadap Sikap dan Adopsi

Budaya Korea Selatan: Karena budaya kecantikan Korea Selatan yang sangat menekankan penampilan yang muda dan menarik, generasi muda di negara itu dengan cepat mulai menggunakan teknologi anti-aging. Pengaruh tekanan sosial dan media sosial memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan barang dan jasa yang dianggap dapat memperlambat penuaan. Studi (Dewi, 2024) menekankan peran media sosial dalam mempopulerkan produk kecantikan.

Budaya Indonesia: Nilai-nilai budaya yang lebih luas memengaruhi cara orang Indonesia melihat penuaan. Ditunjukkan bahwa pendekatan yang mengutamakan keseimbangan antara teknologi dan tradisi memiliki dampak yang signifikan pada cara generasi muda melihat dan menggunakan produk anti-aging. Pilihan produk dan metode perawatan yang digunakan dipengaruhi oleh nilai lokal dan integrasi dengan praktik tradisional (Choi, 2019).

Implikasi untuk Industri dan Praktik Anti-Aging

Korea Selatan: Untuk industri anti-aging Korea Selatan, sangat penting untuk terus mengikuti tren terbaru dalam produk kecantikan dan teknologi. Untuk menarik pelanggan, penggunaan media sosial dan platform online sangat penting. Perusahaan harus terus membuat produk baru yang memenuhi standar kecantikan tinggi (Nurisyah et al., 2021).

Indonesia: Ada peluang untuk mengembangkan produk anti-aging yang menggabungkan teknologi kontemporer dengan bahan-bahan alami dan tradisional. Untuk mendorong adopsi produk anti-aging, strategi pemasaran yang menekankan keuntungan secara keseluruhan dan relevansi dengan nilai-nilai lokal dapat berhasil. Menurut Choi (2019), industri harus membuat produk yang memenuhi kebutuhan pasar dengan mempertimbangkan preferensi lokal dan praktik kecantikan tradisional.

KESIMPULAN

Dengan demikian, studi ini pada dasarnya mengungkap bahwa penelitian ini menunjukkan bahwa generasi muda di Korea Selatan dan Indonesia memiliki perspektif yang berbeda tentang penggunaan obat anti penuaan. Perbedaan ini menunjukkan bagaimana norma sosial, budaya, dan nilai-nilai lokal mempengaruhi keputusan individu tentang perawatan anti-aging. Dengan memahami perbedaan ini, industri anti-aging dapat membuat strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih sesuai dengan konteks budaya masing-masing negara untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pasar yang beragam.

BIBLIOGRAFI

- Cam, G. (2024). *Exploring Young People's Understandings of Health and Healthy Lifestyles: A Qualitative Investigation*. Open Access Te Herenga Waka-Victoria University of Wellington.
- Creswell, J. W. (2019). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif dan campuran*.
- Dewi, M. (2024). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Ambassador terhadap keputusan pembelian produk Pond's: Studi kasus pada masyarakat di kota Bandung*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Finkel, T., & Holbrook, N. J. (2000). Oxidants, oxidative stress and the biology of ageing.

- Nature*, 408(6809), 239–247. <https://doi.org/10.1038/35041687>
- Guo, X., Luo, J., Qi, J., Zhao, X., An, P., Luo, Y., & Wang, G. (2022). The role and mechanism of polysaccharides in anti-aging. *Nutrients*, 14(24), 5330.
- Halim, T. M., & Kiatkawsin, K. (2021). Beauty and celebrity: Korean entertainment and its impacts on female Indonesian viewers' consumption intentions. *Sustainability*, 13(3), 1405.
- Hennink, M. M. (2013). *Focus group discussions*. Oxford University Press.
- Hou, A., Chen, P., Tang, H., Meng, H., Cheng, X., Wang, Y., Zhang, Y., & Peng, J. (2018). Cellular senescence in osteoarthritis and anti-aging strategies. *Mechanisms of Ageing and Development*, 175, 83–87.
- Kara, M., & Özgür, F. F. (2023). Perception of beauty in different cultures. In *Beauty, Aging, and AntiAging* (pp. 11–19). Elsevier.
- Kennedy, B. K., & Lamming, D. W. (2016). The mechanistic target of rapamycin: the grand conductor of metabolism and aging. *Cell Metabolism*, 23(6), 990–1003.
- Kim, B.-Y., Kang, S. M., Kang, J.-H., Kang, S. Y., Kim, K. K., Kim, K.-B., Kim, B., Kim, S. J., Kim, Y.-H., & Kim, J.-H. (2021). 2020 Korean Society for the Study of Obesity guidelines for the management of obesity in Korea. *Journal of Obesity & Metabolic Syndrome*, 30(2), 81.
- Kim, J., Han, W., Kim, D., & Paramita, W. (2013). Is beauty in the eye of the beholder? Gender and beauty in the cosmetics sector: A comparative study of Indonesia and Korea. *Marketing Intelligence & Planning*, 31. <https://doi.org/10.1108/02634501311312035>
- Kim, Y. (2021). Introduction: Popular culture and soft power in the social media age. In *The Soft Power of the Korean Wave* (pp. 1–38). Routledge.
- Nurisyah, N. N., Asikin, A., & Dewi, R. (2021). Pelatihan Pembuatan Krim Dari Ekstrak Kulit Jeruk Nipis Dan Cangkang Telur Ayam Serta Penyuluhan Tentang Kosmetik Berbahaya. *Jurnal Pengabdian Kefarmasian*, 2(2).
- Smith, A., Byrne, B., Garratt, L., & Harries, B. (2021). Everyday aesthetics, locality and racialisation. *Cultural Sociology*, 15(1), 91–112.

Copyright holder:

Imelda Audry Chandra (2024)

First publication right:

[Syntax Idea](#)

This article is licensed under:

