

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Masalah

Menjadi seorang wanita bukanlah hal yang mudah terutama mahasiswi selain tugas dan tanggung jawab dalam perkuliahan, serta kesesuaian dalam penampilan dimana semua hal di masa ini harus di persiapkan untuk melangkah ke lingkungan sosial yang lebih luas. Mahasiswi masa peralihan usia remaja menuju dewasa, kurang lebih usia 18 sampai 25 tahun ditandai dengan adanya eksperimen dan eksplorasi (Santrok, 2012). Seseorang menjadi dewasa, baik pria dan wanita belajar untuk menerima perubahan-perubahan fisik dan tahu pula memanfaatkannya. Penampilan yang menarik merupakan potensi yang kuat dalam pergaulan dan yang tidak menarik menghambat pergaulan. Pengalaman seseorang tahu bahwa harga diri, keberanian menonjolkan diri, kemudahan berteman, kebahagiaan, dan penampilan yang menarik merupakan faktor-faktor yang saling berhubungan. Kematangan fisik dan psikologis pada usia dewasa awal membuat mahasiswi sadar akan pentingnya menggunakan *make up* dan seolah *make up* menjadi kebutuhan primer bagi penunjang penampilan mahasiswi. Tetapi, masih ada beberapa mahasiswi yang menghindari keadaan tersebut, ia sadar akan penampilan tetapi kurang peduli dengan perawatannya salah satu contoh tanpa menggunakan *make up* sehingga banyak waktu dan pikiran yang terbuang demi mencari jalan untuk memperbaiki penampilan mereka (Hurlock, 2003).

Konsep diri menurut Acocella & Calhoun (1995:90) merupakan gambaran mental yang terdiri dari pengetahuan tentang diri sendiri, pengharapan, dan penilaian terhadap diri sendiri. Banyak faktor yang dapat membentuk konsep diri seseorang, salah satu faktor yang membentuk konsep diri seseorang dari penilaian orang itu sendiri maupun orang lain terhadap dirinya, dimana seseorang yang memiliki konsep diri yang positif akan menjadikan penilaian orang lain sebagai hal yang membangun dirinya agar dapat melangkah maju. Sedangkan konsep diri yang negatif akan membuat orang

tersebut minder, kecewa, down, cemas, merasa dirinya tak berguna hingga menyebabkan depresi.

Selain itu ada faktor dari budaya yang ada di lingkungan sekitar, media sosial yang saat ini tengah ramai di penggunaan dan persepsi dari individu itu sendiri. Selain itu penampilan wajah yang di rias dengan menggunakan *make up* akan membuat seseorang dapat menunjukkan dirinya yang diinginkan. Maka dapat disimpulkan dari uraian di atas, peneliti ingin mengetahui gambaran konsep diri mahasiswi pengguna *make up* di lihat dari jenis pemilihan *make up* (kosmetik wajah) apa saja yang di gunakan. Riasan berasal dari kata rias yang artinya dalam KBBI (2005) adalah hias, *make up* yang diartikan dalam Bahasa Indonesia adalah riasan yang artinya hasil pekerjaan merias atau dandan. Alat-alat rias, memperbaiki, menjadikan baik (rapi) juga dapat diartikan sebagai mengenakan pakaian dan hiasan. Sedangkan kosmetik adalah bahan atau campuran bahan untuk digosokkan, dilekatkan, dituangkan, dipercikkan atau disemprotkan, dipergunakan pada badan atau bagian badan manusia dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau mengubah rupa, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit (Depkes RI, Undang-undang tentang Kosmetika dan Alat Kesehatan, 1976).

Kesan cantik dari iklan-iklan yang tayang di televisi memunculkan prepektif bahwa wanita cantik itu adalah wanita yang memiliki kulit putih, bersih, saat ini menjadi problem bagi beberapa orang yang merasa kurang percaya diri akan dirinya dan berusaha untuk menampilkan dirinya sebaik mungkin sesuai dengan apa yang dia inginkan. *Make up* biasa digunakan oleh mahasiswi ketika pergi ke kampus, keluar bersama teman, pacar atau pun keluarga, acara formal dan non-formal. Di Indonesia sendiri saat ini terjadi fenomena kemunculan *beauty vlogger* menjadi salah satu keuntungan bagi mahasiswi yang ingin tahu dan belajar tentang cara-cara untuk mengaplikasikan *make up* yang cocok serta beda dan kegunaan setiap produk.

Dari kemunculan-kemunculan *beauty vlogger*, baik yang mengunggah tutorial video melalui akun pribadinya di *facebook*, *Instagram*, *line* mau pun *youtube*, menjadi salah satu faktor pendorong banyaknya konsumsi kosmetik di Indonesia. Hal tersebut didukung oleh artikel dari *global business guide* Indonesia mengenai naiknya penjualan kosmetik di Indonesia yang di unduh pada 08 Febuari 2018 pukul 15.00 WIB ([http://www.gbgindonesia.com/en/manufacturing/article/2016/overview\\_of\\_indonesian\\_cosmetic\\_sector\\_growing\\_domestic\\_and\\_export\\_markets\\_11593.php](http://www.gbgindonesia.com/en/manufacturing/article/2016/overview_of_indonesian_cosmetic_sector_growing_domestic_and_export_markets_11593.php)) menyatakan bahwa “Di Indonesia, pertumbuhan volume penjualan industri kosmetik didongkrak oleh permintaan yang tinggi dari kelas menengah. Populasi perempuan Indonesia sebagai pengguna kosmetik kini telah mencapai 126,8 juta orang.” Dengan pertumbuhan penjualan kosmetik, dapat disimpulkan penggunaan *make up* menjadi salah satu kebutuhan dan permintaan. Menurut redaksi *NewsLab* (2018) yang di unduh pada 08 Febuari 2018 pukul 15.00 WIB menyatakan bahwa “Berdasarkan riset yang telah dilakukan tim Arta di Indonesia khususnya Jogja, ternyata pengguna *make up* mayoritas berusia 18-20 tahun dengan presentase 72,7% dari total sebanyak 66 responden dilanjutkan diposisi kedua dengan rentang usia 21-23 tahun sebanyak 14 responden. Sisanya, 2 responden berusia 15-17 tahun dan 2 terakhir berusia lebih dari 26 tahun.”

Dapat disimpulkan bahwa dengan seiring perkembangan zaman dan teknologi saat ini banyak wanita khususnya mahasiswi peduli dengan penampilan sehingga masa-masa saat ini dihabiskan untuk mencari tau dan bereksperimen dengan *make up*. Maka dari itu mahasiswi akan lebih menimbang dan memilih produk-produk *make up* yang sesuai untuk dikenakannya, mahasiswi pada saat ini umumnya sudah mengenal berbagai jenis *make up* dan juga menggunakan *make up* biasanya pelembab, bedak, *eyeshadow*, *blush on* atau pun lipstik. Penggunaan *make up* bagi para mahasiswi tentunya untuk menunjang penampilan dan kecantikan mereka. Hal tersebut di dukung oleh beberapa hasil wawancara dengan beberapa mahasiswi salah satunya,

Saya menggunakan *make up* sudah dari SMP sebelumnya saya di beritahu oleh ibu saya untuk selalu menggunakan bedak dan *lipbam* setiap aktivitas keluar rumah. Saya tau macam-macam *make up* sendiri dari teman-teman dekat saya dan mencari di internet, biasanya saya mencari informasinya terlebih dahulu baru saya beli. Saya biasa pakai *make up* untuk menunjang penampilan, saya sehari-hari berkegiatan di luar rumah dan agar wajah saya tidak terlihat pucat serta terlihat lebih segar. Dan hal tersebut sudah jadi kebiasaan juga sih dari remaja sama ibu dan pengaruh pergaulan juga jadi, seperti ada yang kurang kalo gak pake *make up* belum lagi sekarang ini saya banyak berkegiatan di luar rumah jadi menurut saya pakai *make up* itu penting sekali. (N, perempuan, 23 tahun, UKWMS)

Berdasarkan hasil wawancara yang di lakukan peneliti dengan subjek N bahwa, N merasa dengan menggunakan *make up* ia merasa lebih kelihatan segar. Disini N ingin menunjukkan konsep diri yang positif dari dirinya, mengenal dirinya dengan baik sehingga ia mampu menerima dirinya sendiri dan dapat menerima orang lain serta merancang tujuan-tujuan yang sesuai dan realistis dimana N mencari tahu terlebih dahulu sebelum ia memutuskan sesuatu. Lain halnya dengan wawancara dengan salah satu mahasiswi dari universitas lain di Surabaya yang menyatakan bahwa,

Saya menggunakan *make up* itu sejak dari SMA sih, soalnya dulu saya kurang peduli sama penampilan terutama penampilan wajah. Jadi, pas waktu SMP tuh saya dekil banget, iya kurang terawat gitu hingga ada beberapa teman laki-laki saya yang mengejek penampilan saya yang tomboy itu, karena berbeda dari teman perempuan saya lainnya. Sampai pada akhirnya beberapa teman dekat saya waktu SMP yang masuk ke SMA yang sama mengajak saya untuk mengggunkan dan merubah penampilan saya waktu SMP dulu. Hingga saat ini saya rutin melakukan produk-produk *skin care* setiap harinya mulai dari cuci muka, pembersih wajah, *hand body*, masker instan yang di jual di pasaran selain itu juga saya menggunakan tabir surya (*sun cream*), *BB cream* dan

*lipstik* bila beraktivitas di luar rumah maupun di dalam rumah. Karena, masa SMP yang kurang menyenangkan maka saya mengubah diri saya. Awalnya sih aneh tapi lama-lama jadi kebiasaan malah rutinitas, kalo gak pake *make up* sekarang jadi aneh dan ada yang beda dari diri saya. (S, 22 tahun, perempuan, UC)

Berdasarkan hasil wawancara dengan subjek S, karena masa lalunya yang pernah ia alami semasa SMP yang terkesan negatif, tetapi hal tersebut malah membentuk konsep diri yang positif dengan dapat menerima fakta tentang dirinya baik itu positif maupun negatif, mengenal dirinya dengan baik, mempunyai sifat stabil dan bervariasi serta bertindak berani dan memperlakukan orang lain dengan hangat dan hormat. Karena, S tau akan dirinya seperti apa dan menerima masukan yang di ajukan oleh teman-teman yang peduli padanya.

Selain dari hasil wawancara, di dukung pula dengan penelitian yang di lakukan oleh Christivia Hadi Putri, Ahmad Junaidi yang berjudul “Pembentukan Konsep Diri *Beauty Vlogger* Laki-Laki Dalam *Instagram*” menyatakan bahwa “Kesimpulan dalam penelitian ini, ada empat hal yang membentuk konsep diri seseorang dilihat dari dimensi-dimensi konsep diri yaitu internal (diri penerimaan/penilaian) dan eksternal (diri keluarga dan diri sosial), aspek-aspek konsep diri yaitu psiko-sosiologis, dan psiko-spiritual. Pada *beauty vlogger* laki-laki yang melihat kelemahan dan kelebihanannya melalui perbandingan yang dilakukan dengan kompetitornya, termasuk dalam dimensi internal dan psiko-sosiologis dimana seseorang mengamati, mengevaluasi, dan menyesuaikan diri dengan perilakunya. Selanjutnya, dimensi konsep diri eksternal yang terbentuk berdasarkan penilaian yang di berikan orang lain berupa dukungan dari orang tua, teman-teman, serta para pengikut di akun *Instagram*. Selain itu, ada aspek psiko-spiritual dalam faktor pembentukan konsep diri dari *beauty vlogger* yaitu ajaran agama, budaya atau petuah-petuah yang dianut oleh orang tua yang diturunkan kepada para *beauty vlogger* laki-laki tersebut. Dari hal tersebut *beauty vlogger* laki-laki melihat bahwa *make up* merupakan hal yang positif dan sesuai dengan apa yang mereka yakini.”

## 1.2. Batasan Masalah

Pada penelitian ini, peneliti fokus pada beberapa masalah mengenai gambaran konsep diri mahasiswi pengguna *make up* antara lain:

- a. Penggunaan *make up*, pada konteks ini dilihat dari jenis konsep diri positif dan negatif yang ditinjau dari fungsi psikologi *make up* (*seduction* dan *camouflage*).
- b. Subjek pada penelitian ini merupakan mahasiswi yang masuk dalam masa dewasa awal yang berusia 18-25 tahun.

## 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana gambaran konsep diri mahasiswi pengguna *make up*?”

## 1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kuantitatif deskriptif tentang gambaran konsep diri mahasiswi pengguna *make up*.

## 1.5. Manfaat Penelitian

### 1.5.1. Manfaat Teoritis

Dari penelitian ini dapat memberi sumbangan teoritis dalam bidang psikologi terutama di bidang perkembangan, khususnya mengenai konsep diri mahasiswi pengguna *make up* yang di tinjau dari konsep diri positif dan negatif.

### 1.5.2. Manfaat Praktis

1. Bagi mahasiswi, dalam penelitian ini diharapkan memberi dan menambah pemahaman serta informasi bagi mahasiswi

mengenai konsep diri yang ditinjau dari konsep diri positif maupun negatif seseorang yang menggunakan *make up*.

2. Bagi masyarakat, dalam penelitian ini hendaknya menjadi inspirasi bagi masyarakat khususnya wanita. Dapat lebih paham, mengerti dan menambah informasi bagi yang menggunakan *make up* bagaimana konsep diri positif dan negatif.