

MAKNA PENGGUNAAN *MAKE-UP* SEBAGAI IDENTITAS CANTIK

(STUDI PADA MAHASISWI FISIP UNIVERSITAS UDAYANA)

Nifita Sistin Wahyuwidowati¹⁾, Wahyu Budi Nugroho²⁾, Ni Luh Nyoman Kebayantini³⁾
¹²³⁾Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana
Email: fita.sistinw@gmail.com¹⁾, wahyubudinug@yahoo.com²⁾, kebayantini@unud.ac.id³⁾

ABSTRACT

Students want to look beautiful in everything, one of the efforts made to look beautiful using makeup. This research discusses to understand the meaning of using make up as a beautiful identity and driving factors as well as the use of make up for farmers. This research was conducted at Udayana University, using descriptive qualitative research methods. Data collection techniques used were interviews, observation, documentation, and literature. The sampling technique uses purposive sampling. Research subjects are female students and make-up beauty advisors. Data validity uses source triangulation and data analysis uses Miles and Huberman interactive. The results showed that the use of make up gave rise to internal factors namely physical deficiencies and liking for make up, and external factors were affecting friends, parents, beauty vloggers, and improving work and organization. The meaning of using make up is the importance to look perfect, get personal attention and satisfaction.

Keywords: *makeup, personal identity, impact*

1. PENDAHULUAN

Kecantikan adalah benteng pertahanan perempuan yang sekarang diserang oleh produsen kecantikan. Kecantikan merupakan salah satu kontrol sosial terhadap perempuan yang menjadi objek yang dilihat, dinilai, dan selalu dipandang entah itu dalam arti menjatuhkan atau memuji di lingkungan sosialnya sendiri. Kecantikan juga diciptakan untuk mempengaruhi pikiran perempuan. Banyak perempuan yang merasa menjadi objek dalam visualisasi dari citra dirinya sendiri. Cantik menjadi magnet tersendiri untuk memikat dan menarik perhatian banyak orang khususnya laki-laki. Perempuan memiliki bagian-bagian tubuh yang dijadikan objek kecantikan dan mempunyai

makna sosial bagi masyarakat. Penampilan akan menjadi sangat bermanfaat jika kita sertakan dengan sikap yang baik dan dapat menonjolkan penampilan kita. Salah satu penunjang penampilan yang membuat kepercayaan diri semakin bertambah adalah melalui make-up. Make-up merupakan suatu instrumen untuk menutupi kekurangan yang wanita miliki. Membuat berbagai produk dan jenis *make-up* dalam kesehariannya yang berguna dalam menunjang penampilannya, dalam hal ini termasuk juga mahasiswa.

2. KAJIAN PUSTAKA

Sebelum penelitian ini dilakukan, ada sejumlah penelitian lain yang juga

memiliki fokus yang sama hanya saja objek penelitiannya berbeda. Ada tiga penelitian, yang pertama ditulis oleh Sri Mulia Listianti (2013), dengan skripsi yang berjudul *Makna Berdandan Bagi Perempuan (Studi tentang penggunaan Make-up Pada Sales Promotion Girl di Kota Surakarta)*. Penelitian ini menunjukkan bahwa ada standar kecantikan dalam dunia SPG yang mengharuskan para SPG menggunakan *make-up* untuk selalu terlihat cantik. Hal ini menjadi lahan bisnis bagi para produsen kosmetik, sehingga perdagangan kosmetik meningkat 30% pada tahun 2012.

Penelitian kedua ditulis oleh Ann Marie Britton (2012), yang berjudul *The Beauty Industry's Influence on Women in Society*. Penelitian ini menunjukkan bahwa media berperan penting dalam rasa percaya diri wanita. Media semakin sering mengekspos kecantikan wanita dalam gambaran wanita yang cantik, putih, tinggi. Untuk itulah, produk – produk kecantikan banyak bermunculan di masyarakat yang ternyata produk tersebut banyak digunakan oleh para mahasiswi dan wanita karir untuk menunjang penampilan mereka.

Penelitian yang ketiga juga memiliki fokus yang sama dengan penelitian milik Britton. Penelitian ini ditulis oleh Sarah Scott (2007) yang berjudul *Influence of Cosmetic on the Confidence of College Women : An Exploratory Study* ini ditulis oleh Sarah Scott. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa wanita di Amerika bermasalah dengan rasa kepercayaan

diri mereka yang terkait dengan penampilan. Banyak dari mereka yang memutuskan untuk menggunakan *make-up* agar lebih percaya diri. Dari ketiga penelitian di atas, alasan utama penggunaan *make-up* adalah rasa percaya diri mereka akan penampilan mereka. Namun, faktor-faktor lain yang menyebabkan kurangnya rasa percaya diri, bentuk atau jenis *make-up* serta makna *makeup* itu sendiri, selain standar kecantikan masyarakat khususnya mahasiswi, tidak dijabarkan secara luas. Untuk itulah penelitian ini akan menunjukkan faktor lainnya yang membuat *make-up* menjadi identitas cantik dikalangan mahasiswi khususnya di FISIP Universitas Udayana.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menganalisis fenomena secara obyektif. Jenis penelitian deskriptif ini menyajikan data berupa kata-kata dan gambar yang didapat dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, serta dokumen resmi lainnya sehingga laporan penelitian berisi kutipan-kutipan yang dapat menggambarkan keadaan dalam bentuk aslinya. Adapun data utama dalam penelitian ini adalah pengamatan sekaligus wawancara langsung peneliti dengan para informan yang telah ditentukan yakni penggunaan *make-up*, mahasiswi, serta *beauty advisor*.

Data tambahan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai tulisan seperti buku, jurnal, skripsi, tesis, artikel, maupun data-data lain yang berkaitan dengan makna penggunaan *make-up*.

Penulis sebagai instrumen penelitian tidak hanya merencanakan penelitian, mengumpulkan, dan menganalisis data tetapi juga sebagai menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian. Selain itu, instrument pendukung lainnya dalam penelitian ini yakni pedoman wawancara, kamera, serta alat perekam. Pedoman wawancara digunakan sebagai acuan dalam proses wawancara dengan informan terkait makna penggunaan *make-up* sebagai identitas cantik. Sedangkan kamera dan alat perekam digunakan untuk mengambil gambar serta merekam segala percakapan dalam proses wawancara sehingga tidak ada informasi yang terlewatkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Informan

Untuk menjawab pertanyaan yang diajukan, maka dalam penelitian ini selain melakukan pengamatan terlibat, juga dilakukan tanya jawab kepada informan yang berjumlah 8 orang diantaranya adalah 5 orang mahasiswi dan 3 orang yang berkerja di toko kecantikan. Mereka dipilih berdasarkan kriteria yang dirasa perlu dalam penelitian ini. Pemilihan informan mahasiswi dipilih di FISIP secara acak dan pemilihan informan beauty advisor dipilih di

toko-toko yang berbeda. Berikut karakteristik informan dibawah ini :

- a) Merlin seorang perempuan yang berusia 19 tahun. Mahasiswi angkatan 2018 jurusan Sosiologi. Hobi shopping ditempat perbelanjaan seperti mall untuk memenuhi kebutuhan penampilannya. Tidak heran penampilannya dikampus cukup *fashionable*.
- b) Farras seorang perempuan berusia 17 tahun angkatan 2019 jurusan Administrasi Negara ini memiliki hobi membaca buku. Ia juga sangat aktif berkumpul dengan teman-teman kelasnya untuk membahas tentang pelajaran dikampus.
- c) Dewa Ayu adalah perempuan yang berusia 18 tahun dan berkuliah pada jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2019. Ia memiliki sifat yang periang dan senang berkumpul bersama teman-temannya.
- d) Indah berkuliah di jurusan Ilmu Komunikasi dan berusia 18 tahun angkatan 2019. Ia sangat memperhatikan penampilannya baik untuk kekampus maupun pergi nongkrong bersama temannya.
- e) Intan adalah mahasiswi angkatan 2019 berusia 18 tahun jurusan Administrasi Negara. Ia memiliki gaya *make-up* tersendiri yang membuat dirinya nyaman.
- f) lin adalah seorang *beauty advisor* di perusahaan yang bernama *Clinique*. Ibu berusia 44 tahun ini

sangat berpengalaman di bidang kosmetik dan kesehatan wajah.

- g) Dyah adalah seorang ibu pemilik toko kosmetik yang bernama *Vita Cosmetic*. Ia berusia 35 tahun dan sangat ramah saat melayani pelanggannya yang ingin berkonsultasi maupun membeli perlengkapan kecantikan di tokonya.
- h) Ryska adalah seorang beauty advisor di *The Body Shop* yang berusia 28 tahun. Ia memiliki hoby merias wajah dan selalu wangi.

4.2 Faktor Pendorong Penggunaan *Make-up* Di Kalangan Mahasiswi

Penggunaan *make-up* pada mahasiswi menjadi hal dasar untuk menunjang penampilan mereka. Membuat mereka yakin dalam menjalankan aktifitas baik di kampus maupun diluar kampus. Banyak sekali faktor yang mendorong para mahasiswi menggunakan *make-up*. Seperti contohnya mereka ingin terlihat cantik, mendapat pujian dan masih banyak lagi. Beberapa faktor pendorong juga menjadi hal utama untuk mahasiswi antara lain faktor internal dan faktor eksternal.

4.2.1 Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri mereka. Faktor itu timbul karena adanya rasa yang kurang dalam diri mereka sehingga timbul rasa ingin menonjolkan atau menutupi rasa kurang ercaya diri itu. Faktor internal tidak disebabkan oleh pengaruh dari luar atau eksternal. Salah satu usaha untuk menutupi dan menambah kepercayaan diri mereka

adalah dengan menggunakan *make-up*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Farras Aulia:

“....dampak setelah menggunakan *make-up* membuat saya lebih percaya diri....”

(Farras Aulia, wawancara 04 Desember 2019)

Farras beranggapan bahwa *make-up* membuatnya semakin percaya diri. Hal ini sesuai ungkapan Dewa Agung Utami Sawitri:

“....dampak menggunakan *make-up* membuat diri saya tidak terlihat pucat....”

(Dewa Agung Utami Sawitri, wawancara 04 Desember 2019)

Ketika menggunakan *make-up* akan muncul ketika melihat diri mereka sendiri menjadi cantik sesuai keinginan mereka masing-masng. Hal tersebut sesuai dengan ungkapan Dewa Agung Utami Sawitri:

“....perasaan saya ketika menggunakan *make-up* saya merasa lebih senang

karena melihat diri saya menjadi cantik....”

(Dewa Agung Utami Sawitri, wawancara 04 Desember 2019)

4.2.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar, adanya faktor pendorong dari luar yangn membuat mereka terinspirasi untuk mempercantik diri dengan menggunakan *make-up*. Banyak dan maraknya influencer dan beauty vlogger yang bermunculan menjadi salah satu

faktor eksternal yang sangat berpengaruh bagi perempuan untuk lebih banyak mendapat ilmu atau tutorial-tutorial yang dapat diaplikasikan pada wajah mereka. Banyaknya platform seperti youtube, instagram dll membuat perempuan memiliki banyaknya pilihan inspirasi yang dengan mudahnya dapat ditemukan dan dicari pada aplikasi sosial media. Hal ini sesuai dengan ungkapan Ni Made Melin Sri Wiguna:

“....saya memilih *make-up* dari Youtube, IG (Instagram) karena saya bisa mendapatkan inspirasi. Jadi dari media sosial juga bisa mempengaruhi tren kecantikan semakin meluas dan banyak digemari...”

(Ni Made Melin Sri Wiguna, wawancara 04 Desember 2019)

Faktor *eksternal* lain adalah saling sharing tentang hal kecantikan dan juga alat kecantikan tersebut. Selain itu juga hal pendorong eksternal adalah karena melihat satu sama lain menjadi cantik, maka timbul pertanyaan antara mereka tentang kecantikan dan *make-up*. Hal ini seperti yang di ungkapkan oleh Indah Nur Nabila:

“....awalnya saya memilih menggunakan *make-up* karena melihat teman karena cantik dan juga karena pengaruh lingkungan....”

(Indah Nur Nabila, wawancara 04 Desember 2019)

Sama halnya seperti ungkapan dari Intan Harmaeni:

“...Pertama kali melihat teman-teman saya yang ber*make-up* terlihat semakin menarik....”

(Intan Harmaeni, wawancara 04 Desember 2019)

4.3 Pemaknaan *Make-up*

Untuk bisa membuat penampilannya menarik, mereka menggunakan berbagai cara dan membuat mereka merasa bangga dengan penampilan dirinya. Bagi para wanita, selalu ingin menjadi pusat perhatian dilingkungannya namun dengan citra yang positif. Untuk mendapatkan perhatian dilingkungannya dan membuat penampilannya cantik. Penilaian orang lain terhadap wanita mempengaruhi mereka dan menjadi tuntutan bagi diri mereka untuk tampil dengan sempurna maka hal tersebut menjadi makna dari menggunakan *make-up* bagi mereka. Banyak mahasiswi yang kurang begitu puas terhadap penampilan dirinya sendiri. Mereka mendapat dorongan dari lingkungan sosial mereka untuk menjadikan diri mereka berpenampilan lebih cantik dari menggunakan *make-up*.

4.4 *Make-up* dan Identitas Diri

Make-up menjadi suatu selera dari gaya hidup. Ada dua jenis individu dalam menggunakan *make-up* yaitu individu yang merasa dirinya sudah menarik namun tetap menggunakan *make-up* agar terlihat lebih menarik lagi. Lalu individu kedua yaitu merasa dirinya kurang menarik sehingga mereka menggunakan *make-up* untuk membuat dirinya menarik dan merasa percaya diri. Mahasiswi akan berulang – ulang menggunakan *makeup* hal tersebut

karena mereka lebih merasa percaya diri dan menjadi cantik dengan menggunakan make-up maka hal tersebut membuat mereka menjadi nyaman dan terbiasa melakukan hal tersebut.

. Hal ini yang seperti diungkapkan Dewa Ayu Agung Utami Sawitri:

“....cantik menurut saya sendiri ada 3B *Brain, Beauty, Behavior....*”

(Dewa Ayu Agung Utami Sawitri, wawancara 04 Desember 2019)

4.5 Dampak Penggunaan *Make-up*

Dampak positif penggunaan make-up adalah menjadikan dirinya tampil lebih cantik dan mendapatkan rasa percaya diri saat beraktifitas. Selain itu juga make-up juga menjadi ajang untuk belajar berkame-up sehingga mereka bisa mengekspresikan diri dan menciptakan cantik versi mereka masing-masing, karena make-up tidak mudah atau tidak begitu saja langsung diaplikasikan pada wajah perlu pembelajaran agar make-up yang mereka gunakan dapat menutupi kekurangan serta mempercantik diri mereka.

Setiap perilaku pasti memiliki dampak positif dan negatif. Dampak negatif pada make-up yang pada umumnya terjadi adalah adanya masalah pada kulit sebagai wadah penggunaan make-up. Bagi kesehatan make-up memiliki jenis dan bentuk yang akan disesuaikan pada kondisi wajah dari pengguna make-up. Ada yang wajahnya sensitif, normal, berminyak dll. Hal tersebut harus jadi pertimbangan bagi pengguna untuk memilih sesuai dengan jenis kulit mereka agar tidak terjadi

kerusakan kulit seperti iritasi, berjerawat dan alergi pada wajah. Berganti-ganti make-up juga dapat berpengaruh pada area wajah yang sudah terbiasa pada merek produk make-up yang digunakan.

Sifat negatif lainnya adalah mereka yang sudah menggunakan make-up namun tidak menggunakan make-up lagi dikarenakan mereka merasa bisa menyelesaikan masalah mereka tidak hanya dengan menggunakan make-up.

Hal ini seperti yang diungkapkan Farras Aulia:

“....mengekspresikan diri sendiri, lebih banyak yang ingin mengekspresikan dirinya dengan *make-up* yang dipakai dan terus-menerus belajar mempercantik diri....”

(Farras Aulia, wawancara 04 Desember 2019)

5. KESIMPULAN

Menggunakan make-up sudah menjadi bagian dari penunjang penampilan bagi wanita khususnya mahasiswa. Banyaknya produk kosmetik membuat mahasiswa memiliki banyak pilihan untuk mereka gunakan agar lebih percaya diri. Menggunakan make-up bagi mahasiswa adalah sesuatu sudah menjadi bagian dalam sehari-hari. Ada beberapa faktor yang mendasari dari penggunaan make-up yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal muncul dari diri mereka sendiri dan faktor eksternal muncul karena adanya pengaruh dari luar atau lingkungan sosial.

Dampak dari penggunaan make-up pun tidak luput dari penggunaan make-up. Adanya dua dampak yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positif yaitu membuat mahasiswi menjadi tampil lebih cantik dan percaya diri, sedangkan dampak negatif pada umumnya dapat merusak jaringan kulit wajah dan menjadikan kulit wajah tidak iritasi, berjerawat dll. Selain itu dampak negatif lainnya adalah wanita menjadi lebih konsumtif dalam membeli make-up yang harganya tidak murah bagi keuangan mahasiswi namun karena adanya tuntutan demi penampilan yang menarik dan sudah terbiasa memakai make-up menjadikan mereka mengesampingkan keuangan mereka demi penampilan.

Scott, Sarah. *"Influence of Cosmetic on the Confidence of Collage Woman: An Exploratory Study."* (n.d).

Sutinah & Bagong Suyanto. (2013). *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan.* Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Wolf, Naomi. (2004). *Mitos Kecantikan Kala Kecantikan Menindas Perempuan.* Yogyakarta: Niagara.

6. DAFTAR PUSTAKA

Britton, Ann Marie. (2012). *"The Beauty Industry's Influence on Women in Society."*

Hollows, Joanne. 2000. *Femisme, Feminitas dan Budaya Populer.* Yogyakarta: Jalasutra

Mansoer Pateda. 2001. *Semantik Leksikal.* Jakarta: Rineka Cipta

Melliana S, Anastasia. 2006. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan.* Yogyakarta: LKIS

Musthofawahab, Iput. (2016). *Sejarah Dan Perkembangan Make-up Dari masa Ke Masa.* Tersedia di <http://rumputri.blogspot.co.id/2016/06/sejarah-danperkembangan-make-up-dari.html>. Diakses pada 25 Oktober 2017.