

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman dahulu sekitar 4000 tahun yang lalu bangsa Mesir sudah mengenal *make up*. Salah satu sejarah yang terkenal yaitu masyarakat Mesir kuno yang menggunakan *make up* berupa hiasan mata yang seperti *eyeliner* hingga ujung mata atau saat ini dikenal dengan teknik *cat eye*. Ratu Cleopatra yang merupakan ratu Mesir juga di kenal menggunakan *make up* sebagai penunjang penampilannya (Sugiharto, 2010).

Masyarakat Mesir memang mengagungkan kecantikan sebagai sesuatu yang penting, selain itu *make up* juga dipandang sebagai sebuah bentuk kesenian. *Make up* tidak hanya digunakan oleh perempuan tetapi juga pria, terutama *eyeliner* atau lebih dikenal sebagai *kohl*. *Kohl* adalah kosmetik yang terbuat dari *stibnite*. Sedangkan menurut sejarah Eropa, *make up* digunakan oleh ratu Elizabeth dan kaum bangsawan berupa bedak yang terbuat dari bubuk timah hingga warna kulit wajah menjadi putih pucat yang di masa tersebut sebagai bentuk dari kemakmuran (Belinda,2021).

Adapun sejarah penggunaan *make up* di kalangan perempuan muslim, menurut jurnal dari S K Chaudhri dan N K Jain yang berjudul "*History of Make Up*" mengungkapkan bahwa *make up* digunakan di Persia atau sekarang menjadi Timur Tengah dari periode kuno (Jain & Chaudhri, 2009). Setelah suku-suku Arab masuk Islam dan menaklukkan daerah-daerah tersebut, terdapat beberapa daerah yang membatasi penggunaan *make up* dikarenakan mereka ingin

menyamarkan tampilan asli dengan tujuan menggoda yang kemudian menuju kepada membangkitkan hasrat atau nafsu. Hal ini karena dalam Islam terdapat sejumlah aturan praktis yang berkaitan dengan kesucian dan kebersihan, baik dalam bentuk fisik maupun spiritual. Kemudian termasuk pula di dalamnya aturan dalam penggunaan *make up*.

Salah satu ayat yang mengatur tentang penggunaan *make up* ini bagi umat islam terdapat dalam Q.S. Ahzab/33: 33

وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبَرُّجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ ۗ وَأَقِمْنَ الصَّلَاةَ وَآتَيْنَ الزَّكَاةَ
وَأَطَعْنَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ ۗ إِنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذْهِبَ عَنْكُمُ الرِّجْسَ أَهْلَ الْبَيْتِ وَيُطَهِّرَكُمْ تَطْهِيرًا

Terjemah : Tetaplah (tinggal) di rumah-rumahmu dan janganlah berhias (dan bertingkah laku) seperti orang-orang jahiliah dahulu. Tegakkanlah salat, tunaikanlah zakat, serta taatilah Allah dan Rasul-Nya. Sesungguhnya Allah hanya hendak menghilangkan dosa darimu, wahai ahlulbait dan membersihkan kamu sebersih-bersihnya.

Syaikh Shafiyurrahman al-Mubarakfuri dalam kitab *tafsirnya Al-Misbaahul Muniir fii Tahdziibi Tafsiri Ibni Katsiir* berpendapat bahwa terdapat alasan yang membolehkan para wanita keluar rumah salah satunya untuk melaksanakan sholat di mesjid dengan syarat-syarat tertentu. Adapun *Tabarruj* pada masa Jahiliyah, yang dimaksudkan pada penafsiran ini yaitu apabila kaum wanita keluar rumah, yang di mana masa sebelum Islam perempuan suka berjalan berlenggak-lenggok, lemah gemulai, manja, memakai pakaian yang membentuk tubuh, memakai wewangian atau parfum di depan laki-laki yang bukan suaminya (Utami et al., 2021).

Sedangkan berdasarkan dari hadis-hadis Rasulullah *Shallallahu 'Alaihi Wasallam*. Nurmahni mengelompokkan aturan penggunaan *make up* yaitu tidak boleh menyerupai kaum wanita kafir, tidak mengubah ciptaan Allah *Subhanahu wata'ala*, tidak mengundang syahwat serta tidak *tabarruj*, yakni menampakkan kecantikan kepada orang lain (Nurmahni, 2015).

Apabila ditelusuri lebih dalam sebenarnya masih terdapat perbedaan pendapat di antara para ulama tentang kebolehan wanita menggunakan *make up*. Hal ini dikarenakan *make up* saat ini telah menjadi kebutuhan dan bagian dari kultur masyarakat *modern*. Seperti mahasiswi UIN Antasari yang menggunakan *make up* saat pergi ke kampus, karena memang secara peraturan kampus tidak ada larangan untuk penggunaan *make up*. Dalam penentuan hukum terdapat pertimbangan faktor zaman serta kultur yang telah berubah saat ini. Hal ini juga selaras dengan tujuan perempuan zaman sekarang yang tidak semua memiliki tujuan untuk menggoda atau mengundang syahwat laki-laki serta niat ke arah mudarat, karena boleh jadi terdapat tuntutan yang mengharuskan perempuan menggunakan *make up*.

Dari beberapa pemaparan di atas menunjukkan bahwa sejak zaman dahulu *make up* sudah digunakan oleh perempuan sebagai bentuk penunjang dalam penampilan. Apabila dahulu *make up* hanya bisa digunakan oleh kaum bangsawan atau orang dengan kasta yang tinggi, tetapi dengan seiring zaman kini *make up* dapat digunakan oleh semua kalangan. Tanpa terkecuali untuk perempuan muslim juga dapat menggunakan *make up*, akan tetapi pada penggunaannya terdapat aturan-aturan yang perlu untuk di patuhi. Meskipun

pada kenyataannya tidak semua perempuan muslim mengetahui aturan dan menaatinya.

Pada bulan Agustus tahun 2020 sebuah *platform survey online* (nusaresearch.net) pernah mengadakan survey dengan tema penggunaan *make up* kepada 2830 responden, seluruh responden berjenis kelamin perempuan. Diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa usia responden 46,8% berada di kelompok usia 18-25 tahun. Sedangkan hasil dari pertanyaan penggunaan *make up* terdapat 57,3% dari responden menyatakan bahwa menggunakan *make up*, dan 42,7% lainnya menjawab kadang-kadang menggunakan *make up*. Adapun alasan dalam menggunakan *make up* 75,1% dari responden menyatakan bahwa menggunakan *make up* untuk mempercantik diri. Kemudian 66,7% dari responden menyatakan untuk meningkatkan kepercayaan diri, alasan selanjutnya memakai *make up* hanya karena terkait dengan pekerjaan yaitu sebanyak 34,7% , selain itu terdapat 22,5% menyatakan bahwa menggunakan *make up* karena untuk menutupi kulit yang kurang bagus. Lalu sebanyak 22,5% lainnya tidak memiliki alasan khusus mengapa menggunakan *make up* (*Laporan Tentang Makeup Routine, 2020*).

Dari pemaparan laporan survey tersebut dapat disimpulkan bahwa *make up* telah menjadi bagian dari perempuan, terutama perempuan pada rentang usia 18-25 tahun. Motif dalam penggunaan *make up* pun beragam mulai dari karena ingin mempercantik diri, tuntutan pekerjaan, meningkatkan kepercayaan diri, menutupi kekurangan pada kulit, bahkan ada yang menggunakan tanpa memiliki alasan khusus. Hal ini menunjukkan bahwa *make up* tidak hanya memiliki peran

sebagai riasan wajah untuk mendukung dalam penampilan perempuan, tetapi setiap perempuan memiliki alasan yang mungkin berbeda-beda dalam hal menggunakan *make up*.

Saat ini beberapa pekerjaan juga menuntut untuk pegawai perempuannya menggunakan *make up* saat bekerja, terutama di bidang pelayanan masyarakat seperti pramugari pesawat, *costumer service* bank, model dll. Saat ini mungkin sudah banyak yang mengetahui adanya sebuah bidang profesi bernama *influencer* yang aktif di dalam sosial media, tren *make up* saat ini tidak lepas dari peran para *beauty influencer* dalam memberikan konten dan edukasi tentang teknik penggunaan *make up* dan gaya dalam menggunakan *make up*. Hal ini membuat para perempuan yang mengambil bidang pekerjaan yang berhubungan dengan *make up* sudah menjadi terbiasa dalam menggunakan *make up* selama jam kerjanya berlangsung.

Fenomena dalam tren penggunaan *make up* oleh perempuan-perempuan muda ini apabila dilihat dari sudut pandang filsafat eksistensi Soren Aabye Kierkegaard yang pernah dituliskan oleh Zaenal Abidin yang memuat pandangannya tentang eksistensi manusia dan membaginya menjadi beberapa tahap perkembangan (Aryati, 2018). Pada tahap estetis dalam teori ini, terdapat penggambaran eksistensi manusia berdasarkan kemauannya untuk mengikuti kecenderungan pada masyarakat dan zamannya. Seperti mengikuti tren dalam masyarakat tanpa dilandasi sebuah *passion* atau murni hanya ingin mengetahui dan mencoba. Pengaruh sosial media dan para *influencer* atau tokoh selebritas seakan menjadi tolak ukur eksistensi yang berkaitan dengan tren pada

masyarakat saat ini. Dalam penggunaan *make up* juga demikian tampilan para *influencer* atau tokoh selebritas yang selalu tampil dengan riasan *make up* yang cantik dan menawan membuat banyak orang ingin mengikuti atau mencontohnya, karena merasakan bahwa dengan mengikuti tren akan memunculkan eksistensi dirinya di tengah masyarakat begitu pula sebaliknya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penggunaan *make up* merupakan bagian dari upaya mewujudkan eksistensi manusia pada tahap perkembangan estetis menurut filsafat eksistensi.

Apabila di zaman dahulu *make up* digunakan dengan tujuan ke arah spiritual dan menjadi ciri khas yang seras akan makna sampai kepada status sosial. Sedangkan saat ini *make up* digunakan dengan berbagai alasan seperti sebagai bentuk penunjang kecantikan, tuntutan dari pekerjaan, bahkan *make up* digunakan untuk menjadi bagian dari identitas diri bahkan citra diri seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa saat ini terdapat pergeseran makna dari penggunaan *make up* terutama bagi perempuan.

Citra diri menurut Cash and Pruzinsky merupakan suatu evaluasi atau penilaian seorang individu terhadap dirinya sendiri. Kemudian Cash and Pruzinsky juga menyebutkan terdapat empat faktor yang mempengaruhi citra diri yaitu: jenis kelamin, usia, media masa, dan hubungan interpersonal (Dianningrum & Satwika, 2021). Sedangkan menurut Thompson citra diri terdiri dari dua komponen yaitu sikap dan perseptual. Adapun maksud dari komponen sikap yaitu komponen yang meliputi persepsi pada perasaan dan

sikap yang timbul. Sedangkan komponen perseptual berdasar dari pandangan kondisi fisik individu (Habibah & Dewi, 2019)

Konsep istilah *emerging adulthood* diperkenalkan oleh Jeffrey Jensen Arnett, seorang psikolog dari Amerika. *Emerging adulthood* merupakan sebutan untuk transisi masa remaja dan masa dewasa muda. Adapun rentang usia yang tergolong ke dalam *emerging adulthood* adalah usia 18-25 tahun (Arnett, 2000). Pada masa ini disebut sebagai periode belajar (*period of learning*) dalam berbagai aspek mulai dari keintiman (*intimacy*) and dukungan relasi (*mutual support*), persahabatan yang intensif (*intensification of pre-existing friendships*), orientasi keluarga sosial (*family-oriented socialization*), hingga pada pemahaman atas konsep diri (*self-concepts*) dan konsep ideal (*ideal concepts*) (Hochberg & Konner, 2020).

Mahasiswa yang berada di bangku perkuliahan untuk rata-rata memiliki rentang usia dari 18-25 tahun dimana tergolong kedalam *emerging adulthood*. Selain itu, salah satu ciri *emerging adulthood* yaitu eksplorasi identitas (*identity exploration*) yaitu terdapat kebebasan dalam melakukan eksplorasi diri. Hal ini dikarenakan pada *emerging adulthood* seseorang memiliki tugas perkembangan untuk mulai hidup terpisah dari orang tua (Putri Arini, 2021). Menggunakan *make up* juga merupakan salah satu cara bagi perempuan di masa *emerging adulthood* untuk mengeksplorasi identitas diri sehingga dapat membentuk sebuah citra diri. Perempuan pada *emerging adulthood* lebih mementingkan penampilan secara fisik dan menyadari akan perubahan-perubahan dalam dirinya.

Setelah melakukan studi pendahuluan berupa wawancara kepada dua mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin dengan inisial R dan L, usia dari kedua responden berada di masa *emerging adulthood* yaitu 21 tahun. Kedua responden diberikan pertanyaan yang sama dengan mengacu kepada teori Gord tentang empat aspek dalam citra diri yaitu kesadaran (*awareness*), tindakan (*action*), penerimaan (*acceptence*), dan sikap (*attitude*) (Warda, 2020).

Dari wawancara diperoleh hasil sebagai berikut, responden pertama RD mengatakan bahwa sering menggunakan *make up*, jawaban dari responden kedua LN juga demikian mengungkapkan bahwa dirinya cukup sering. RD mengaku menggunakan *make up* dapat membuat dirinya menjadi mudah dikenali, serta mendapat kepuasan dan kesenangan diri sendiri, sedangkan LN mengatakan menggunakan *make up* sebagai bentuk identitas diri serta membantu untuk lebih percaya diri. Kedua responden mengatakan bahwa menggunakan *make up* adalah hal yang penting bagi mereka, RD beralasan karena *make up* dapat membuat wajahnya tetap *fresh*, kemudian alasan dari LN yaitu *make up* adalah bagian dari kebutuhan (Partisipan, wawancara pribadi, 09 Oktober 2022). Berdasarkan kedua jawaban responden dapat disimpulkan bahwa kedua respon menggunakan *make up* untuk kegiatan sehari-hari, sedangkan alasan menggunakan *make up* yaitu sebagai bentuk identitas diri dan sudah menjadi suatu kebutuhan untuk tampil *fresh*.

Menurut Korichi, Pelle-de Queral, Gazano, dan Aubert fungsi *make up* secara psikologis ada dua yaitu fungsi *seduction* dan *camouflage*. Adapun maksud dari fungsi *seduction* adalah individu yang menggunakan *make up* untuk

meningkatkan penampilan diri, sedangkan fungsi dari *comouflage* adalah individu yang menggunakan *make up* untuk menutupi kekurangannya secara fisik (Winivia et al., 2020). Apabila digabungkan dari kedua fungsi *make up* tersebut dapat disimpulkan bahwa *make up* berfungsi untuk meningkatkan penampilan diri serta menutupi kekurangan dari diri. Penampilan diri yang dimaksud adalah penggunaan *make up* pada wajah, penggunaan *make up* dengan seperangkat alatnya digunakan dengan tujuan untuk meningkatkan penampilan pada wajah contohnya pada penggunaan *lipstick* untuk memberikan warna pada bibir sehingga keseluruhan wajah tampak segar. Adapun yang dimaksud dengan menutupi kekurangan pada diri, yaitu kekurangan yang terdapat pada wajah contohnya seperti warna kulit yang kurang merata yang kemudian di tutupi dengan *foundation* dengan tujuan menutupi kekurangan pada kulit wajah.

Terdapat perbedaan yang nampak samar terlihat antara teori tentang fungsi psikologis *make up* dan jawaban yang diungkapkan subjek di studi pendahuluan. Hal ini karena *make up* dianggap responden sebagai bentuk penunjang penampilan dan kesenangan, tanpa ada maksud untuk menutupi kekurangan di wajah ataupun bertujuan untuk menggoda. Citra diri yang positif juga tergambar dari rasa percaya diri subjek yang meningkat saat menggunakan *make up*. Hal ini menunjukkan bahwa kemungkinan setiap perempuan memiliki makna yang berbeda atas *make up* yang digunakannya yang kemudian berkemungkinan mempengaruhi cara pandangnya terhadap dirinya.

Dari pemaparan sudah di bahas pada latar belakang ini maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini penting untuk dilakukan pada masa saat ini

karena menggambarkan kebaruan dan memiliki sifat terkini serta masih minim sorotan untuk itu perlu untuk mengangkatnya menjadi penelitian dengan sebuah tema **“Makna Penggunaan *Make up* Dalam Pembentukan Citra Diri Bagi Perempuan Pada Masa *Emerging Adulthood* Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah di paparkan, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pembentukan citra diri bagi perempuan muslimah yang menggunakan *make up*?
2. Bagaimana gambaran citra diri perempuan masa *emerging adulthood* yang menggunakan *make up*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dari penelitian maka dapat diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menelusuri proses dalam pembentukan citra diri bagi perempuan muslimah yang menggunakan *make up*.
2. Untuk melihat gambaran dari citra diri pada perempuan masa *emerging adulthood* yang menggunakan *make up*.

D. Signifikasi Penelitian

Signifikasi di dalam penelitian ini dapat dilihat dari dua sisi , yaitu sebagai berikut:

1. Secara teoritis

penelitian ini diharapkan dapat memeberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu psikologi. merupakan bentuk pengkajian secara keilmuan atas sebuah gejala sosial yang terjadi. Sehingga dapat menambah khasanah tentang pengkajian melalui sudut pandang psikologi.

2. Secara praktis

penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terutama bagi perempuan pengguna *make up*, serta dapat memberikan sebuah pandangan baru tentang makna dari penggunaan *make up*.

E. Batasan Istilah

Untuk membatasi fokus penelitian dan memberikan gambaran jelas, maka peneliti menetapkan definisi istilah dari variabel yang diteliti sebagai berikut:

1. **Makna *Make up* :**

Terdapat studi yang mempelajari makna yang terdapat dalam bahasa yaitu semantik. Menurut Ruhendi dalam bukunya “Semantik dan Dinamika Pergulatan Makna” mengartikan makna dalam bahasa tidak dapat dispesifikasikan secara signifikan. Dalam semantik sendiri makna merupakan bagian dari bahasa manusia karena yang menjadi objek bahasa tentu saja adalah bahasa manusia (Ruhendi Saifullah, 2018).

Sedangkan makna menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1999:619), yaitu (1) arti, (2) maksud pembicara atau penulis; pengertian yang diberikan kepada suatu bentuk kebahasaan. Dalam pandangan Saussure (dalam Sujarwo, 2018) makna adalah “pengertian” atau “konsep” yang dimiliki atau terdapat pada sebuah tanda linguistik.

Adapun *make up* yang dimaksud dalam penelitian seperti teori yang dikemukakan Thetrawan, Tanudjaja & Salamoon yang menyatakan bahwa *make up* dapat disebut sebagai tata rias wajah yang memiliki beberapa cakupan seperti teknik dalam menggunakan *make up*, alat serta produk kosmetik yang sangat banyak (Safitri & Rini, 2021).

Menurut kegunaannya pada kulit *make up* dapat digolongkan menjadi dua yaitu; (1) *make up* dengan tujuan perawatan kulit (*skincare*) yang mencakup di dalamnya perawatan kebersihan kulit (*cleanser*), menjaga kelembapan kulit (*moisturizer*), pelindung kulit dari matahari, dan perawatan dalam mempercepat regenerasi kulit (*peeling*). (2) *make up* sebagai riasan atau dekoratif dengan tujuan merias kulit wajah dan menutupi cacat pada kulit sehingga dapat menghasilkan tampilan yang menarik serta menimbulkan efek psikologis yang baik. *Make up* dekoratif terbagi lagi menjadi dua golongan yaitu berdasarkan efeknya yang di permukaan dan juga memberikan warna pada kulit seperti *lipstcik*, *blush on*, *eye shadow*, dsb. Kemudian dengan efek yang mendalam seperti pemutih kulit, cat rambut dsb (Rahmawanty, D & Sari, D., 2019).

Merujuk kepada tema penelitian yang mengusung konsep makna penggunaan *make up* karena itu batasan istilah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah makna sebagai arti dalam penggunaan *make up* dari golongan riasan/dekoratif serta memiliki efek hanya pada permukaan kulit wajah serta dapat memberikan warna dan menutupi kekurangan di kulit wajah seperti bedak, *lip produk*, *blush on*, dan *eye shadow*, dsb. Kemudian akhirnya memberikan efek psikologis (*camouflage* dan *seduction*) setelah menggunakannya pada wajah. Atau secara eksplisit, bagaimana *make up* dapat memberikan arti bagi mahasiswi UIN Antasari yang menggunakannya, seperti dalam penampilan hingga pada citra dirinya.

2. Citra diri

Citra diri adalah gambaran mengenai diri individu, berdasarkan kamus psikologi *self image* atau citra diri adalah jati diri seperti yang digambarkan atau yang dibayangkan (Chaplin, 2006). Menurut Warda citra diri adalah gambaran diri individu atau persepsi individu terhadap dirinya sendiri dan merupakan penilaian lingkungan sekitar terhadap dirinya sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri dikaitkan dengan penampilan fisik. Citra diri merupakan identitas diri sebagai pengenal terhadap lingkungan sosialnya (Warda, 2020).

Burns (Burns, 1993). menyebutkan aspek-aspek dari citra diri yang kemudian akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu: a. Tingkah Laku, yaitu individu dapat mempersepsikan tingkah lakunya sendiri, b. Identitas, individu melihat gambaran individu secara objektif, c. Diri Fisik, yaitu

bagaimana individu memandang bentuk tubuh, penampilan, dan kesehatan tubuhnya, d. Kepuasan, yaitu bagaimana persepsi individu tentang dirinya dapat memberikan nilai kepuasan, e. Diri pribadi, yaitu individu dapat menakar apakah diri pribadinya sudah cukup bernilai, f. Diri sosial, yaitu bagaimana penyesuaian diri dalam melakukan interaksi sosial dengan bermacam-macam jenis orang, g. Diri keluarga, yaitu bagaimana persepsi individu terhadap diri saat berada di sekitar orang yang paling akrab dan paling dekat

Dari beberapa pengertian tersebut, maka batasan istilah citra diri pada penelitian ini yaitu citra diri merupakan identitas yang dibangun melalui persepsi individu dalam memandang dirinya, lingkungan juga dapat mempengaruhi pandangan tersebut dari hal yang kasat mata seperti diri fisik, identitas, kepuasan, diri pribadi, diri sosial, diri keluarga dan tingkah laku. Sehingga melakat pada diri individu dalam penelitian ini yaitu mahasiswi UIN Antasari, yang kemudian menjadi identitas untuk digunakan dalam memperkuat bentuk individualitasnya di lingkungan sosial.

3. *Emerging adulthood*

Menurut teori Arnett *emerging adulthood* adalah tahapan usia yang melewati masa remaja dan belum memasuki usia dewasa, rentang usianya berkisar 18-25 tahun (Arnett, 2000).

Dari teori tersebut dapat istilah yang digunakan sebagai batasan dalam penelitian ini mahasiswi UIN Antasari yang sudah masuk di umur 18 tahun

dan belum melewati usia 25 tahun, dapat termasuk ke dalam *emerging adulthood*.

F. Penelitian Terdahulu

Pada saat peneliti mencoba untuk melakukan penelusuran karya ilmiah dengan judul “ Makna Penggunaan *Make Up* Terhadap Pembentukan Citra Diri Bagi Perempuan Pada Masa *Emerging Adulthood* Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin” hasilnya adalah belum pernah ada yang meneliti dengan judul yang sama. Akan tetapi peneliti menemukan beberapa karya ilmiah yang memiliki titik singgung dengan judul yang diangkat dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Ardhania Dinah Gitti Fadhilah, dengan judul Makna Penggunaan *Make Up* Sebagai Pembentukan Kepercayaan Diri Bagi Mahasiswi (Studi Kasus: Mahasiswi FISIP UIN Jakarta) pada tahun 2022. Skripsi Program Studi Sosiologi. Tujuan penelitian yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana makna dari penggunaan *make up* sebagai pembentukan kepercayaan diri bagi mahasiswi FISIP UIN Jakarta untuk kehidupan sehari-hari dengan delapan orang mahasiswi FISIP UIN Jakarta yang menggunakan *make up*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, memperoleh data dengan melakukan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *make up* sudah menjadi suatu kebiasaan bagi mahasiswi untuk menjalani aktivitas di kampus, hal ini karena adanya faktor internal dan eksternal yang akhirnya membuat mahasiswi menggunakan *make up*, lalu makna dari menggunakan *make up* berawal dari adanya interaksi dengan orang sekitar yang akhirnya

mendorong mereka untuk menggunakan *make up* seperti mereka merasa lebih diterima oleh lingkungan sekitar, mereka merasa lebih mudah berkomunikasi dengan lingkungan sekitar, *make up* menjadi kesenangan diri sendiri atau sebuah hobi, bahkan *make up* mampu menjadi mata pencaharian mereka (Fadhilah, 2022).

Persamaan penelitian Fadhilah dengan penelitian ini adalah pada makna *make up* yang dibahas dari sudut pengguna *make up* yang berstatus mahasiswa. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu; pembahasan yang akan peneliti angkat adalah pembentukan citra diri, selain itu subjek dari penelitian ini yaitu perempuan yang berada pada masa perkembangan *emerging adulthood*.

2. Ifahtul Warda dengan judul “Pengaruh Fungsi *Make-up* Sebagai *Camouflage* dan *Seduction* Terhadap Citra Diri Pada Remaja Putri” pada tahun 2020. Skripsi Fakultas Psikologi, Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh fungsi *make-up* sebagai *camouflage* dan fungsi *make-up* sebagai *seduction* terhadap citra diri pada remaja putri. Subjek dalam penelitian ini yaitu 203 mahasiswi di Malang dengan metode penelitian kuantitatif korelasional dengan menggunakan teknik pengambilan data *accidental sampling*. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa fungsi *make-up* sebagai *camouflage* memiliki pengaruh terhadap citra diri dengan nilai *pearson correlation* 0,446 dan signifikansi (Sig.) 0,000 sedangkan fungsi *make-up* sebagai *seduction* juga memiliki pengaruh

terhadap citra diri dengan nilai pearson correlation 0,228 dan signifikansi (Sig.) 0,001 (Warda, 2020).

Penelitian ini memiliki beberapa persamaan dengan penelitian Warda yaitu membahas citra diri melalui fungsi dari psikologis *make up*. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada pembahasan penelitian tentang makna *make up* dari penggunaannya, serta subjek dari penelitian ini yang merupakan kelompok perkembangan *emerging adulthood* yaitu pembaruan pengelompokan dari psikologi perkembangan.

3. Kathleen Brinegar and Elyse Weddle, dengan judul “ *The Correlation Between make up usage and self-esteem* ” pada tahun 2014. Jurnal *Social Psychology* dari *Hanover Collage*, tujuan penelitian ini yaitu membedah hipotesis peneliti tentang hubungan antara kepercayaan diri yang rendah dan frekuensi penggunaan *make up*. Subjek penelitian terdiri dari 32 perempuan dengan rentang usia 18-22 tahun. Metode yang digunakan yaitu dengan mengisi kuisioner, untuk kuisioner kepercayaan diri yaitu dari International Personality Item Pool “*Self-Esteem and Physical Attractiveness*”, sedangkan pembagian kuisioner kategori *make up* dibagi menjadi 6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara penggunaan *make up* dan kepercayaan diri sebesar 0.779 (N=32) $p < 0.001$, Apabila disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara rendahnya kepercayaan diri seseorang dengan penggunaan *make up* yang berlebihan (Brinegar & Weddle, 2014).

Adapun persamaan penelitian Brinegar & Weddle dengan penelitian ini adalah tema yang membahas mengenai penggunaan *make up* oleh

perempuan. Perbedaan terletak pada korelasi yang di teliti pada penelitian Brinegar & Weddle yaitu hubungannya dengan kepercayaan diri, sedangkan penelitian ini memiliki fokus dalam mengungkap makna dari penggunaan *make up* dalam pembentukan citra diri.

4. Miftakhul Jannah Putri Winivia, Octaverina Kecvara Pritasari, Dindy Sinta Megasari, Biyan Yesi Wilujeng, dengan judul “ Makna Penggunaan *Make Up* Sebagai Penampilan Diri Bagi Wanita Profesi Model Di SZ Model Management Surabaya” pada tahun 2020. Jurnal Pendidikan Tata Rias, tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor yang mendasari penggunaan *make up*, faktor yang menunjang penampilan diri, makna penggunaan makeup sebagai penampilan diri bagi wanita profesi model. Sedangkan penelitian termasuk kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Adapun hasil dari penelitian ditemukan bahwa penggunaan *make up* dikarena faktor internal yaitu menutupi kekurangan wajah dan kesukaan terhadap *make up*, dan faktor eksternal yaitu pengaruh lingkungan dan tuntutan dalam pekerjaan (Winivia et al., 2020).

Sedangkan persamaan penelitian Winvia dengan penelitian ini yaitu terletak pada pembahasan makna dari penggunaan *make up*. Akan tetapi, perbedaannya penelitian ini akan membahas pembentukan citra diri, serta subjek penelitian yang merupakan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin yang berada di masa perkembangan *emerging adulthood*.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan yang berisi penjelasan tentang seluk beluk penelitian dan bagaimana penelitian akan dilakukan yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, batasan istilah, tujuan dan signifikansi penelitian, studi terdahulu, dan sistematika penelitian.

Bab kedua, kajian teori dan kerangka pikir yang memuat tinjauan teoritis dan kerangka pikir yang akan berkaitan dengan makna penggunaan *make up*, citra diri, dan *emerging adulthood*. Teori yang akan di kemukakan dalam bab ini merupakan sebagai landasan sebelum peneliti melakukan tinjauan lapangan, kemudian teori akan di lihat kembali dengan membandingkan fakta lapangan yang ditemukan

Bab ketiga, metode penelitian yang mencakup segala bentuk dari kegiatan penelitian, yaitu mencakup dari jenis penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat, hasil penelitian dan pembahasan yang berisi deskripsi singkat gambaran subjek, serta bagaimana persepsi makna dari penggunaan *make up* yang di tinjau dari penemuan data para subjek, serta skema pembentukan citra diri dari setiap subjek.

Bab lima, penutup yang terdiri dari simpulan dan saran yang akan memuat garis besar hasil dari keseluruhan penelitian dan saran yang ditunjukkan bagi peneliti yang ingin melanjutkan penelitian dengan tema serupa.