

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Prosedur Penelitian

Berikut merupakan sajian data terkait alur dari penelitian dalam bentuk tabel agar dapat tersampaikan dengan sistematis :

Tabel 4.1 Alur Penelitian

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1.	Minggu, 09 Oktober 2022	Wawancara dan Studi Pendahuluan	<i>Via Whatsapp</i>
2.	Minggu, 09 April 2023	<i>Screening Test</i> dan Studi Pendahuluan	<i>Google From dan Whatsapp</i>
3.	Senin, 10, April 2023	Wawancara Subjek 1 (Tara)	Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4.	Selasa, 11 April 2023	Wawancara Subjek 2 (Abdah)	Di Perpustakaan Daerah
5.	Rabu, 12 April 2023	Wawancara Subjek 3 (Fira)	Di <i>Recheese Factory</i> Ahamad Yani
6.	Jum'at, 13 April 2023	Wawancara Subjek 4 (Dewi)	Di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora
7.	Sabtu, 14 April 2023	Wawancara Subjek 5 (Aini)	Di kantor RRI Banjarmasin
1.	Selasa, 18 Juli 2023	Wawancara Informan Subjek 1 (Lita)	Di <i>Direct Message Instagram</i>
2.	Rabu, 19 Juli 2023	Wawancara Informan Subjek 2 (Mudah)	Di rumah peneliti
3.	Rabu, 19 Juli 2023	Wawancara Informan Subjek 3 (Ardi)	<i>Via WhatsApp</i>
4.	Jum'at, 21 Juli 2023	Wawancara Informan Subjek 5 (Dea)	<i>Via WhatsApp</i>
5.	Sabtu, 22 Juli 2023	Wawancara Informan Subjek 4 (Khairina)	Via WhatsApp

2. Alur Mendapatkan Subjek Penelitian

Dalam penelitian kualitatif umumnya memiliki jumlah yang sedikit, bahkan pada tingkat keunikan kasus tertentu hanya memiliki satu sampel. Hal ini dikarenakan tidak ada yang namanya sampel minimum (*sample size*) pada penelitian kualitatif, tetapi terdapat syarat yang harus terpenuhi dalam pengambilan sampel yaitu kecukupan dan kesesuaian. Oleh karena itu penelitian ini, peneliti mengambil sejumlah 5 orang sebagai sampel. Hal ini dikarenakan syarat dalam kecukupan informasi sudah dapat terpenuhi dengan jumlah informan tertentu, sehingga penelitian ini tidak berpacu pada menentukan jumlah informan atas dasar keterwakilan (*representasi*) meskipun setiap subjek berasal dari fakultas yang berbeda, tetapi pada kedalaman informasi yang sudah cukup. Jadi, 5 subjek ini dipilih karena sudah dapat memberikan informasi yang cukup mendalam terkait permasalahan yang diteliti.

Diperolehnya 5 orang mahasiswa aktif UIN Antasari Banjarmasin sebagai subjek dalam penelitian ini dikarenakan kelima orang ini dapat memenuhi kriteria yang sudah peneliti tentukan sebelumnya. Semua subjek menggunakan *make up* dalam kesehariannya bahkan hal ini terlihat di saat perjumpaan wawancara tatap muka dengan subjek, peneliti dapat melihat bagaimana subjek menggunakan *make up* saat bertemu. Adapun kesediaan untuk menjadi subjek terbukti dari persetujuan dalam *informed consent*.

Dalam menyeleksi calon subjek, peneliti melakukan pengamatan sederhana seperti mengamati akun *Instagram* calon subjek yang beberapa merupakan teman dari peneliti setelah mendapatkan beberapa calon subjek, peneliti melakukan *screening test*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh apa pengetahuan calon subjek mengenai *make up* dan citra diri.

Dalam perjalanannya mencari subjek ada 2 orang yang gugur sebagai subjek penelitian setelah mulanya menjadi subjek studi pendahuluan dengan melakukan wawancara, hal ini dikarenakan kedua subjek sedang berada di kampung halaman dan tidak dapat ditemui secara langsung. Sehingga 5 orang subjek ini merupakan subjek baru yang melewati penjarangan lewat *screening test*. Calon subjek mengisi kuesioner melalui *google form* yang berisikan pertanyaan seputar penggunaan *make up* dan pengertian dari citra diri.

3. Hubungan Peneliti dengan subjek

Kedudukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai peneliti (*researcher*). Sedangkan subjek merupakan seorang pengguna *make up* dalam kesehariannya. Terdapat beberapa subjek yang merupakan teman peneliti saat saat menjabat duta kampus seperti subjek Tara dan Fira. Sedangkan subjek Aini, peneliti pernah berjumpa beberapa kali saat menjadi *host* di kantor subjek. Adapun Abdah kenalan dari seorang teman yang kemudian disarankan ke peneliti untuk menjadi subjek. Subjek Dewi, peneliti sebelumnya tidak pernah kenal satu sama lain sehingga tidak ada

hubungan antara peneliti dan subjek. Kelima subjek sudah peneliti amati melalui *Instagram* sebelum akhirnya meminta menjadi subjek penelitian dan mengirimkan *screening test*.

1. Gambaran Hasil Penelitian

a. Identitas Subjek

Identitas Subjek diperlukan dalam sebuah penelitian sebagai bentuk dalam penggalian data. Selain itu dengan adanya identitas subjek dapat menjadi bukti atas kebenaran data yang digunakan dalam penelitian.

Berikut adalah identitas dari subjek, yaitu :

Tabel 4.2 Identitas Subjek

No.	Nama panggilan	Fakultas	Semester	usia
1.	Tara	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	8	21 tahun
2.	Abdah	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	8	21 tahun
3.	Fira	Fakultas Syariah	6	21 tahun
4.	Dewi	Fakultas Ushuluddin dan Humaniora	8	21 tahun
5.	Aini	Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi	8	22 tahun

Kemudian yang disebut sebagai informan penelitian adalah seseorang yang mengenal dengan baik subjek penelitian sehingga mampu memberikan informasi tambahan dan mengkonfirmasi kebenaran data yang diperoleh dari subjek. Adapun identitas informan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3 Identitas Informan Penelitian

No.	Subjek	Informan	Keterangan
1.	Tara	Lita	Teman satu kosan
2.	Abdah	Mudah	Teman satu jurusan dan curhat subjek
3.	Fira	Ardi	Teman di duta kampus dan sering jalan bersama subjek
4.	Dewi	Khairina	Teman satu asrama dan satu kamar
5.	Aini	Dea	Teman akrab subjek dari TK hingga saat ini

b. Deskripsi Subjek

1) Subjek Tara

Subjek Tara adalah seorang mahasiswi semester VIII (delapan) Prodi Perbankan Syariah UIN Antasari Banjarmasin yang sedang dalam masa penyusunan skripsi. Ketika bertemu untuk wawancara pada hari Senin pukul 14.00 WITA di Ruang Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, subjek Tara menggunakan kerudung motif bunga berwarna coklat dan baju kemeja berwarna pink. Subjek Tara juga menggunakan *eyeshadow* berwarna coklat muda dan *lipstick* berwarna merah bata, serta alis yang digambar dengan pensil alis berwarna coklat.

Berdasarkan penuturan Tara saat diwawancarai, Tara menggunakan *make up* dalam kesehariannya, terlihat juga saat bertemu dengan peneliti untuk wawancara Tara menggunakan *make up* berupa *lipstick*, *eyeshadow* dan *eyebrow*. Subjek Tara bercerita pernah mengalami kejadian yang kurang mengenakan saat sebelum terbiasa menggunakan *make up*, yaitu dalam suatu

kompetisi dirinya tersingkirkan hanya karena tampilannya yang dianggap tidak semenarik peserta yang lain. Hal ini kemudian menjadi salah satu alasannya dalam belajar menggunakan *make up*.

2) **Subjek Abdah**

Ketika bertemu Abdah di Perpustakaan Daerah kota Banjarmasin pada hari Selasa tanggal 11 April 2023, sekitar pukul 11.30 WITA. Saat ditemui Abdah menggunakan jilbab warna hijau *tosca* dengan motif bunga berwarna coklat, baju yang dikenakan Abdah berwarna abu muda, Abdah menggunakan kaca mata bermodel *cat eye* berwarna hitam.

Status dari Abdah yaitu mahasiswi aktif Jurusan Pendidikan Bahasa Arab semester VIII (delapan) UIN Antasari Banjarmasin. Abdah menuturkan bahwa dirinya mulai menggunakan *make up* pada saat SMA hingga sekarang, terlihat saat wawancara Abdah menggunakan *lipstick* merah, *eyeshadow pink shimmer*, alis yang digambar dengan *eyebrow coklat*, dan bulu mata yang di pakaikan maskara. Adapun alasan menggunakan *make up* sebagai bentuk mencintai diri nya sendiri dan Abdah menyukai untuk terlihat cantik

3) **Subjek Fira**

Subjek fira merupakan mahasiswi aktif semester VI (enam) jurusan Hukum Tata Negara di UIN Antasari Banjarmasin, saat ini Fira sedang melakukan persiapan magang. Saat bertemu Fira di

hari Kamis, tanggal 13 April 2023 bertempat di *Recheese Factory* pukul 18.00 WITA. Fira saat itu menggunakan kemeja berwarna biru malam, serta jilbab pashmina yang juga berwarna biru malam, Fira menggunakan kacamata dengan model *cat eye* berwarna hitam.

Berdasarkan penuturan Fira, dirinya mulai menggunakan *make up* saat dahulu dirinya mulai bekerja di *Alfamart*, meskipun sekarang sudah tidak bekerja disana Fira tetap menggunakan *make up* dengan alasan karena *make up* dapat membuat wajahnya terlihat *fresh*. Ketika bertemu saat wawancara Fira terlihat menggunakan *lipstick* berwarna merah.

4) Subjek Dewi

Saat bertemu Dewi di Fakultas Ushuluddin dan Humaniora pada hari Jum'at tanggal 14 April 2023, pukul 14.00 WITA. Dewi menggunakan jas berwarna abu-abu dengan dalaman kemeja berwarna putih, kerudung yang dikenakan berwarna Abu tua, dan Dewi menggunakan kaca mata bermodel *cat eye* berwarna hitam.

Saat ini Dewi merupakan seorang mahasiswi aktif semester VIII (delapan) jurusan Studi Agama-Agama di UIN Antasari Banjarmasin yang sedang melakukan penelitian skripsi. Berdasarkan penuturan Dewi dirinya mulai menggunakan *make up* saat SMA karena melihat teman-temannya mulai menggunakan *make up* dan merasa bahwa sudah saatnya dirinya juga, alasan

lainnya yaitu *make up* dapat membantu melegakan kekhawatian tentang tampilannya ketika diharuskan tampil di depan umum. Ketika bertemu Dewi terlihat menggunakan *lip tint* berwarna merah pada bibirnya.

5) **Subjek Aini**

Subjek Aini merupakan mahasiswi aktif jurusan semester VIII (Delapan) di UIN Antasari Banjarmasin, saat ini Aini sedang dalam masa penyusunan skripsi. Ketika bertemu di hari Sabtu, tanggal 15 April 2023, bertempat di ruang RRI Pro 2 Banjarmasin pukul 19.00 WITA, Aini menggunakan kemeja berwarna hitam dan kerudung model pashmina yang juga berwarna hitam.

Berdasarkan penuturan Aini bahwa dirinya hampir setiap hari menggunakan *make up* hal ini dikarenakan tuntutan pekerjaannya yang harus bertemu banyak orang dan *make up* juga bagian dari penunjang karir profesional bagi Aini. Selain itu Aini juga merasa bahwa menggunakan *make up* adalah salah satu caranya menghargai orang yang dia temui. Ketika bertemu untuk wawancara Aini terlihat memakai *lipstick* berwarna *nude*, *eyeshadow shimmer* coklat, dan bulu mata yang dipakaikan maskara.

3. Makna *Make Up* Ditinjau dari Fungsi Psikologis *Make Up*

a. Subjek Tara

Setiap hari harus lebih banyak berkegiatan di luar rumah dan bertemu orang lain membuat *make up* menjadi bagian yang penting bagi subjek Tara berada di skala 8 apabila di rating dari 1-10. Subjek Tara ingin meninggalkan kesan yang baik kepada setiap orang yang ditemui melalui *make up* yang digunakannya. Menurut subjek Tara penampilan merupakan hal yang akan dinilai oleh orang lain.

Faktor pendorong subjek Tara dalam menggunakan *make up* adalah almarhum mama, karena setiap hari walaupun di rumah saja, ketika sakit sekalipun mama dari subjek Tara selalu menggunakan *make up*. Dari sosok mama, subjek Tara melihat *make up* dapat membuat perempuan menjadi lebih percaya diri dan dapat bebas mengekspresikan diri. Oleh karena itu bagi Subjek Tara *Make up* tidak hanya sebatas untuk menambah nilai pada penampilan. Tapi salah satu alat untuk berekspresi, karena karakter dapat terlihat melalui *look make up*.

Ketika subjek Tara ingin menampilkan kesan yang lebih dewasa dengan karakter yang tegas, maka akan menggunakan *make up bold* atau tebal. *Make up* yang tebal seringkali membuat subjek Tara mendapat komentar berupa pujian tanda ketertarikan orang lain, dibandingkan dengan *make up* yang lebih *soft*. Subjek Tara merasa menjadi lebih cantik dan percaya diri jika mendapatkan komentar

positif, serta merasa diapresiasi atas upaya yang sudah dilakukannya untuk menggunakan *make up*.

Salah satu upaya yang dilakukan dalam menggunakan *make up* yaitu dengan membeli produk-produk *make up*. Hal yang menjadi pertimbangan yaitu dari kandungan dengan memastikan tidak berbahaya serta tidak dilarang dalam agama. *Make up* yang memiliki logo halal juga menjadi pilihan bagi subjek Tara.

Meskipun jika wajah tanpa *make up* membuat subjek Tara merasa lebih jadi diri sendiri dan tidak perlu mengkhawatirkan apapun. Namun di sisi lain, ada perasaan ingin menutupi kekurangan pada bagian wajah. Adapun kekurangan yang dimaksud adalah alis subjek Tara yang tipis. *Make up* dinilai efektif menurut subjek Tara dalam membantu menutupi kekurangannya pada alis. setelah menggunakan *make up* dan kekurangan dapat tertutupi dengan *make up*, subjek Tara terasa lebih puas dan senang.

b. Subjek Abdah

Subjek Abdah mengungkapkan dalam wawancara bahwa hampir setiap hari menggunakan *make up*, terutama apabila datang ke sebuah acara. Alasannya karena subjek Abdah merasa bahwa *make up* dapat memberikan tampilan yang bersih dan rapi. Sehingga jadi lebih bersemangat untuk bertemu orang lain dan *make up* juga sebagai wujud dalam menghargai orang yang ditemui.

Selain itu, dengan menggunakan *Make up* dapat membuat subjek Abdah merasa bahagia dan puas karena nampak sempurna, yang kemudian mempengaruhi rasa kepercayaan diri. *Make up* juga berfungsi sebagai bentuk ekspresi dalam mencintai dan menyayangi diri sendiri bagi subjek Abdah.

Ketika bertemu dengan orang lain terutama teman sebaya, seringkali orang lain tertarik dan berkomentar tentang *make up* alis yang digunakan subjek Abdah. Meskipun sudah memiliki alis yang sebenarnya cukup tebal, namun subjek Abdah merasa masih perlu merapikan lagi alisnya, yaitu dengan menggunakan *make up concealer* dan pensil alis.

Make up dinilai dapat memberikan perubahan yang cepat pada kulit wajah. Subjek Abdah memberi nilai 90% efektif untuk kinerja *make up*. Kekurangan seperti bekas jerawat dapat tertutupi dengan baik dengan adanya *make up concealer* dan akhirnya kulit wajah berubah menjadi lebih rata dan mulus.

Karena menggunakan *make up* setiap hari, hal itu berarti *make up* sudah menjadi kebutuhan. Kegiatan untuk membeli *make up* juga bagi subjek Abdah merupakan kegiatan rutin. Sedangkan yang menjadi pertimbangan subjek Abdah sebelum membeli produk *make up* adalah bahan baku dan juga apakah ada logo halal atau tidak di kemasan produk *make up*.

c. Subjek Fira

Berdasarkan wawancara dengan subjek Fira menyatakan bahwa *make up* digunakan untuk menutupi kekurangan dan mempercantik diri. Diantara kekurangan yang dapat ditutupi oleh *make up* yaitu, pori-pori wajah dan kantong mata. Akan tetapi, hasil dari upaya menutupi kekurangan dapat berbeda-beda karena dapat tergantung kualitas *make up* yang digunakan.

Ketika kekurangan dapat tertutupi dengan *make up*, subjek Fira merasa lebih senang karena terlihat cantik dan terlihat berbeda dari tampilannya di rumah. Dampak lain adalah saat melakukan kegiatan jadi lebih bersemangat dan rasa percaya diri meningkat. Karena bagi subjek Fira *make up* merupakan sarana dalam usaha untuk mempercantik diri.

Kegiatan keseharian yang dijalani subjek Fira yaitu perkuliahan sambil berkerja yang bertemu dengan banyak orang setiap harinya. Hal ini membuat subjek Fira merasa dituntut untuk terlihat lebih profesional. Tampilan yang terlihat profesional juga membuat subjek Fira lebih cepat untuk diberikan kepercayaan oleh orang lain. Diluar perkuliahan dan pekerjaan seperti ketika diundang berhadir pada acara formal, *bermake up* adalah bentuk profesionalitas subjek Fira untuk menghargai penyelenggara acara.

Salah satu kegiatan yang menuntut untuk terlihat profesional dengan *full make up* pada wajah adalah saat bertugas menjadi

pembawa acara. Menggunakan *make up* menjadi sebuah tuntutan karena akan menjadi pusat perhatian dan seringkali mengundang komentar orang lain. Tetapi dari pengalaman subjek Fira, orang yang kurang mengenal atau bukan teman akrab lebih tertarik untuk mengomentari tampilan *make up* dirinya, tetapi komentar tersebut berisikan pujian. Ketika subjek Fira mendengar pujian tentang *make up* yang digunakan ada perasaan senang dan berhasil dalam menggunakan *make up*.

Akan tetapi, subjek Fira membatasi dalam penggunaan *make up* yang cukup berat. Hal ini karena subjek Fira memiliki tipe kulit yang sensitif yang rentan berjerawat membuatnya jarang untuk menggunakan bedak di *make up* sehari-hari. Dalam membeli produk *make up* subjek Fira juga berhati-hati dengan memperhatikan komposisi atau kandungannya, terutama dalam membeli bedak wajah harus berisikan skincare yaitu *Niacinamide* karena sejauh ini itulah yang paling aman untuk subjek Fira gunakan.

d. Subjek Dewi

Subjek Dewi menuturkan bahwa saat ini sudah menjadi kelaziman untuk menggunakan *make up* terutama perempuan karena apabila tanpa *make up* lebih terlihat pucat dibandingkan laki-laki. Perempuan perlu bantuan *make up* untuk terlihat *fresh* seperti *lipstick*, sedangkan laki-laki akan terlihat baik-baik saja bahkan tanpa *make up*. Oleh

karena itu, subjek Dewi mulai belajar menggunakan *make up* saat SMA.

Adapun faktor pendorong subjek Dewi untuk menggunakan *make up* adalah lingkungan sekitar yaitu keluarga dan teman yang sudah lebih dahulu menggunakan *make up*. Dari kalangan keluarga adalah kaka perempuan yang memberikan dukungan kepada subjek Dewi untuk belajar menggunakan *make up*. Dalam proses belajar menggunakan *make up*, sosial media menjadi sarana dalam mencari video tutorial atau *tips* dalam menggunakan *make up*.

Setelah belajar menggunakan *make up*, subjek Dewi merasakan bahwa adanya perubahan. Terutama saat kekurangan pada wajah mampu untuk tertutupi dengan *make up*. Seperti saat subjek Dewi ingin menutupi mata yang sayu dengan menggunakan *eyeliner* dan *softlens*. Gaya atau teknik dan waktu yang dihabiskan untuk menggunakan *make up* juga turut mempengaruhi, seperti subjek Dewi yang menggunakan gaya *korean make up* sebagai referensi *make up* agar mata yang sayu terlihat lebih tajam.

Make up yang dapat menutupi kekurangan pada wajah secara maksimal dapat menimbulkan perasaan senang dan percaya diri pada subjek Dewi. Selain itu apabila sedang menggunakan *make up* ada rasa lebih semangat untuk memanfaatkan momen dengan berfoto-foto, berbeda saat sudah berpakaian yang bagus namun tanpa *make up* rasanya menjadi kurang bersemangat untuk berfoto-foto.

Intensitas penggunaan *make up* oleh subjek Dewi dapat dikatakan setiap hari, dan produk *make up* untuk harian yang harus selalu dibawa adalah *lip tint* dan *cushion*. *Make up* dalam kehidupan subjek Dewi sebagai usaha untuk memenuhi tuntutan tampil rapi, apalagi saat diminta tampil menyanyi diatas panggung dan akan menjadi pusat perhatian orang sekitar.

Selain karena tuntutan dalam profesi, *make up* juga dapat mengurangi kegelisahan dan *rasa insecure* subjek Dewi tentang penampilan fisik ketika menjadi pusat perhatian. Akan tetapi, sejauh ini subjek Dewi hanya menerima pujian atas *make up* yang digunakannya.

e. Subjek Aini

Manfaat dari *make up* yang dirasakan oleh subjek Aini yaitu; mempercantik wajah cantik, menutupi kekurangan yang ada pada kulit wajah seperti bekas jerawat dan meratakan kulit yang belang, dan menambah kepercayaan diri. Subjek Aini juga merasa bahwa *make up* adalah bentuk menghargai orang yang akan ditemui.

Sebagai seorang yang bekerja di lingkungan perkantoran yang setiap hari bertemu orang lain membuat subjek Aini merasa perlu menggunakan *make up* minimal *lipstick* dan bedak. karena dapat meningkatkan *mood* membangun *chemistry* dengan orang lain.

Subjek Aini menggunakan *make up* dengan berpegang pada prinsip dari sebuah hadis yang menyatakan bahwa Allah adalah yang

maha indah dan menyukai keindahan. Jadi, menurut subjek Aini tidak ada salahnya untuk memperindah tampilan diri dengan *make up*. Akan tetapi tetap harus memperhatikan kehalalan, kecocokan dengan kebutuhan kulit, dan komposisi yang ada di produk *make up*.

Meskipun *make up* dapat membuat penggunanya merasa cantik namun bagi subjek Aini itu bukanlah faktor yang utama. Pembawaan diri memiliki peran yang jauh lebih penting, perasaan percaya dengan diri sendiri dan bersyukur terhadap diri sendiri, pada akhirnya akan mempengaruhi pandangan orang lain dan diri sendiri untuk terlihat cantik.

Guru SMA subjek Aini adalah orang yang memotivasi untuk mencoba dan mengajarkan bahwa *make up* adalah bagian dari sebuah *profesionalitas*. Karena pada awalnya subjek Aini merupakan orang yang takut menggunakan *make up* karena adanya stigma bahwa *make up* akan menimbulkan kesan menor dan kurang bagus.

Meskipun saat mulai menggunakan *make up* dan berkaca, subjek Aini sempat berpikir bahwa apakah *make up* merupakan wujud dari kepalsuan. Namun setelah meninjau kembali nasihat gurunya, akhirnya subjek Aini menyadari bahwa *make up* tidak membuat jadi jauh berbeda dari keadaan wajah yang sebenarnya, hanya merubah menjadi lebih indah..

Karena saat ini pekerjaannya berada di dunia public speaking, terkadang subjek Aini juga mendapat tugas menjadi pembawa acara.

Dalam menarik perhatian orang-orang subjek Aini menggunakan bantuan *make up*. Ketika selesai bertugas dan mendapat pujian atas *make up* yang digunakan. Subjek Aini merasa bahwa usaha dirinya dalam ber*make up* berhasil dan senang apabila ternyata *make up* yang digunakan bagus untuknya.

Tabel 4.4 Makna *Make up* bagi Subjek

No.	Nama Subjek	Alasan menggunakan dan manfaat <i>make up</i> dalam menutupi kekurangan	Merubah dan mempertajam bentuk wajah	Memperindah fitur di wajah	Menarik Perhatian
1.	Tara	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan kesan sesuai yang diinginkan kepada orang lain. • Membantu menutupi kekurangan pada alis 	Perubahan pada alis di wajah yang awalnya tipis	Merasa lebih cantik saat menggunakan <i>make up</i> .	<i>Make up</i> memiliki pengaruh sekitar 8,5/9 dari 10 dalam menarik perhatian orang lain.
2.	Abdah	<ul style="list-style-type: none"> • Wujud mencintai diri sendiri dan menghargai orang lain • Membantu menutupi bekas jerawat, merapikan alis dan memberi efek hidung lebih mancung. 	Perubahan yang dilakukan <i>make up</i> sekitar 90%, tetapi teknik menjadi bagian yang berpengaruh.	Menggunakan <i>make up</i> dapat membuat lebih cantik dan tampak sempurna.	<i>Make up</i> berpengaruh dalam menarik perhatian orang lain.
3.	Fira	<ul style="list-style-type: none"> • Mempercantik diri dan menutupi kekurangan. • Menutupi kekurangan pada kantong mata. 	Kurang efektif dalam melakukan perubahan.	Merasa lebih cantik saat menggunakan <i>make up</i> dan menjadi senang.	Pengaruh menarik perhatian hanya untuk orang baru yang belum pernah ditemui.
4.	Dewi	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah kesegaran dan kepercayaan diri. • Membantu mendapatkan kulit yang lebihb cerah dan bibir yang lebih merona. 	Efektif dalam mempertajam bagian mata yang awalnya sayu.	Membuat penampilan menjadi lebih rapi dan menambah kesan <i>classy</i> .	Berpengaruh dalam menarik perhatian orang lain hingga mengundang komentar.
5.	Aini	<ul style="list-style-type: none"> • Mempercantik diri, menambah kepercayaan diri, dan menghargai orang lain. • Membantu menutupi bekas jerawat. 	Membantu meratakan warna kulit dan noda untuk terlihat lebih mulus.	Memperindah tampilan wajah menjadi lebih baik.	Sangat berpengaruh dan perlakuan orang lain menjadi lebih hormat saat menggunakan <i>make up</i> .

4. Pembentukan Citra Diri Bagi Perempuan Pengguna *Make Up*

a. Subjek Tara

Subjek Tara termasuk orang yang jarang berpergian tanpa menggunakan *make up* kecuali hanya untuk pergi ke warung sekitar rumah. Hal ini karena *make up* sudah menjadi kebutuhan bagi subjek Tara hingga berada pada rating 8 atau 9 dari 1-10. Bahkan dahulu subjek Tara tetap menggunakan *make up* untuk ke warung samping rumah.

Hal yang melatarbelakangi kebutuhan yang tinggi dalam menggunakan *make up*, karena subjek Tara pernah mendapat pengalaman yang kurang menyenangkan yaitu pernah kalah dalam perlombaan bukan karena faktor kualitasnya tapi karena tampilan yang kurang menarik. Setelah kejadian tersebut membuat subjek Tara mengalami perasaan kurang bersyukur dengan penampilan hingga tidak bisa keluar rumah tanpa *make up*.

Tetapi saat ini subjek Tara mulai bisa menerima keadaan diri serta sadar bahwa memiliki kelopak mata yang indah untuk disyukuri dan kembali percaya diri. Karena menyadari bahwa seiring bertambahnya usia, tampilan fisik bukan lagi yang menjadi hal utama melainkan kesehatan. Namun, *make up* tetap menjadi kebutuhan bagi subjek Tara karena tidak dipungkiri bahwa penampilan juga bagian dari penilaian orang lain meskipun tidak menjadi yang utama. Meskipun sepertinya tetap tidak termasuk dalam kategori standar

kecantikan Indonesia, subjek Tara merasa bahwa dengan *make up* dapat membuat tampilan subjek Tara menjadi tidak lusuh.

Oleh karena itu, subjek Tara tetap berusaha untuk menjaga tampilan dan kesehatan dengan menggunakan *skincare*, menjaga kulit di tubuh lainnya dengan menggunakan pakaian lengan panjang, dan berolahraga seperti *joging* di sekitar rumah. Serta upaya lainnya adalah membeli produk-produk *make up*, subjek Tara menghabiskan dana totalnya untuk keseluruhan adalah 500 ribu.

Hasil dari usaha menjaga penampilan salah satunya subjek Tara merasa tidak kesulitan menyesuaikan diri dan mudah diterima lingkungan sosial karena *make up* dapat membuat citra diri yang positif apabila menggunakannya sesuai dengan tempat. Selain itu, meskipun bukan faktor utama, tetapi menurut subjek Tara *make up* berada pada nilai 5 dari rentang 1-10 membantu mengembangkan potensi diri dalam segi karir, pendidikan dan pertemanan.

Visualisasi atau tampilan merupakan salah satu cara untuk menilai citra diri yang dapat terlihat *make up* yang digunakan. Selain itu gaya komunikasi dan postingan dalam sosial media *Instagram* juga dapat membangun karakter yang akan membuat orang lain mengingat subjek Tara. Melalui ketiga kategori tersebut subjek Tara membangun citra diri sesuai dengan keinginannya menjadi seorang perempuan yang mandiri dan kuat. Citra diri yang ingin dibangun subjek Tara salah satunya karena terinspirasi dengan seorang *influencer* bernama Nanda

Arsyinta seorang *beauty vlogger* yang dapat berpenghasilan secara mandiri melalui hobi membuat konten tutorial *make up* yang menarik.

Meskipun dalam Islam saat ini masih perbincangan antara boleh atau tidaknya muslimah menggunakan *make up*. Tetapi, sebagai seorang muslimah yang juga menggunakan *make up* dalam keseharian. Sikap yang subjek Tara ambil dalam menyikapi adanya perbedaan hukum dalam penggunaan *make up* adalah dengan tidak mengkotak-kotak dan mencoba melihatnya dari sudut pandang perempuan. Hal tersebut karena perempuan memiliki kecenderungan saat merasa cantik akan merasa bahagia. Selain itu, menurut subjek Tara selagi *make up* tersebut tidak menjadi penghalang dalam beribadah, tidak berlebihan dan *make up* yang digunakan berbahan dasar yang halal, seharusnya *make up* jangan dilarang untuk perempuan muslimah gunakan.

Tumbuh di lingkungan keluarga yang rata-rata perempuannya menggunakan *make up* bahkan almarhum Ibu menjadi *role model* subjek Tara. Sehingga sudah terbiasa melihat perempuan menggunakan *make up* dari kecil pada saat mulai menggunakan *make up* keluarga tidak pernah memberi komentar negatif tentang *make up* yang digunakan subjek, bentuk dukungannya dengan memberi saran produk *make up* yang bagus, dan memberikan dana untuk membeli *make up*.

Skema 4.1 Pembentukan Citra Diri Subjek Tara



b. Subjek Abdah

Motivasi dalam menggunakan *make up* yang sekaligus menjadi *role model* bagi subjek Abdah yaitu para *influencer* seperti Dila Jaidi, Dwi Handa, dan Nanda Arsyinta. Selain karena tutorial *make up* yang dibagikan melalui konten bermanfaat, dari segi karir juga menjadi motivasi subjek Abdah karena para *influencer* tersebut bisa menghasilkan uang dari hobi *bermake up*.

Melihat bahwa *influencer make up* yang diikuti subjek Abdah juga seorang muslimah, maka menurut subjek Abdah tidak menjadi masalah jika juga menggunakan *make up* dalam keseharian karena saat ini sudah banyak pula produk *make up* yang menjamin kehalalannya. Tetapi apabila ada yang berpendapat bahwa *make up* itu tidak boleh digunakan muslimah maka sikap yang akan diambil subjek Abdah adalah dengan diam.

Make up sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari subjek Abdah. Apabila bertemu dengan orang lain tanpa menggunakan *make up* subjek Abdah merasa kurang percaya diri. Bahkan semisal harus pergi tanpa *make up*, maka wajah akan ditutupi dengan masker mekipun sekedar ke warung atau pasar yang jaraknya dekat. Meskipun bukan berarti subjek Abdah tidak menyukai wajahnya tanpa *make up*.

Subjek Abdah mulai mengenal *make up* dan memperhatikan penampilan berawal sejak SMA karena teman-temannya yang lebih dahulu menggunakan *make up* mulai mengenalkannya *make up*.

Adapun upaya yang dilakukan subjek Abdah yaitu, membeli produk *make up* dan melakukan perawatan kulit ke klinik kecantikan. Hingga menghabiskan dana sekitar 300-400 ribu untuk *make up*. Sedangkan sumber dana berasal dari tabungan dan gaji subjek Abdah sebagai guru ngaji.

Salah satu bagian wajah yang paling diperhatikan untuk dirawat adalah mata dan bibir, karena menjadi bagian wajah yang paling disukai. Jenis perawatan yang dilakukan yaitu dengan rutin memberikan serum. Karena bisa merawat diri dengan baik subjek Abdah merasa 85% puas dengan diri sendiri.

Setelah mulai memperhatikan penampilan, subjek Abdah menuturkan bahwa dirinya lebih banyak dikenal dan lebih mudah untuk diingat orang lain. Hal ini merupakan salah satu cara agar citra diri yang ingin dibentuk sebagai seorang yang suka berteman, membangun suasana yang positif, dan ramah dapat diwujudkan. Terbukti dari orang lain mengenal Abdah sebagai orang yang dapat *mix and match outfit* dengan baik.

Dengan penampilan yang baik membuat subjek Abdah lebih bersemangat untuk melakukan hal positif dan merasa senang, serta percaya diri saat harus bertemu banyak orang. Oleh karena itu, *inner beauty* juga ikut terpancar. Meskipun menurut pandangan dari mama jangan terlalu sering menggunakan *make up* karena takut persona subjek Abdah akan hilang ketika menikah.

Skema 4.2 Pembentukan Citra Diri Subjek Abdah



c. Subjek Fira

Awal mula subjek Fira belajar menggunakan *make up* adalah saat mulai bekerja di *alfamart*, karena merupakan tuntutan. Kebiasaan menggunakan *make up* tersebut kemudian menjadi kebiasaan yang terbawa hingga sekarang, seperti ketika kuliah minimal harus menggunakan *lipstick* dan maskara karena bulu mata adalah bagian wajah kesukaannya. Hingga saat ini terdapat anggaran yang untuk membeli *make up* dari gaji sekitar 300-500 ribu.

Setelah mulai memperhatikan penampilan, subjek Fira merasa puas terhadap hasil yang diperoleh dari upaya dalam memperbaiki penampilan terutama saat mendapat pujian dari orang lain.

Meskipun subjek Fira sempat ditentang oleh ibunya ketika mulai menggunakan *make up* karena terbawa stigma di kampung halamannya bahwa nanti akan menghilangkan pesonanya saat menikah. Ada pula pengalaman yang kurang menyenangkan yang datang dari Bibi subjek Fira yang pernah berkomentar untuk *lipstick* yang digunakan terlalu kemerahan dan itu buruk untuk subjek Fira. Akan tetapi subjek Fira tidak mengurungkan niatnya dalam menggunakan *make up*, karena baginya meskipun itu terlihat buruk bagi orang lain selagi itu ada nilai positif bagi dirinya sendiri maka akan tetap dipertahankan.

Salah satu dampak positif *make up* yang dirasakan subjek Fira adalah *make up* dapat meningkatkan kepercayaan diri yang membuat subjek Fira dapat berinteraksi kepada orang lain dengan baik,

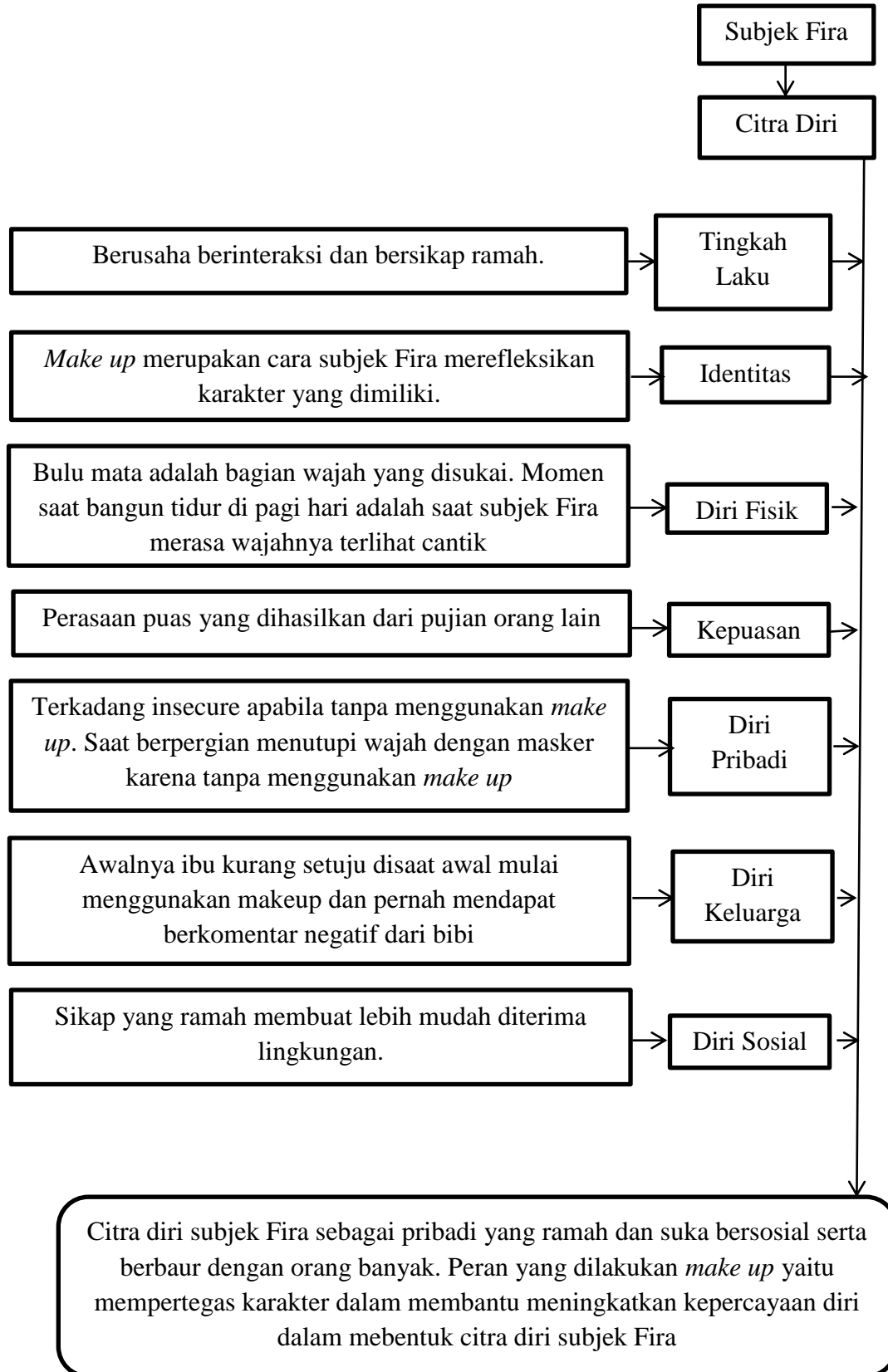
mempermudah penyesuaian di lingkungan sosial. Serta dinilai lebih profesional dan lebih terlihat anggun. Oleh karena itu menggunakan *make up* adalah salah satu upaya dalam membentuk citra diri sebagai seorang yang ramah dan mudah berinteraksi dengan orang lain.

Saat harus berpergian jauh seperti pulang ke kampung halaman, subjek Fira cenderung memilih untuk tidak menggunakan *make up*, wajahnya hanya ditutupi dengan masker. Meskipun begitu subjek Fira tetap percaya diri karena berpikir kemungkinan orang dalam perjalanan tidak mungkin mengenalinya.

Jika wajah sedang tanpa *make up* terkadang subjek Fira merasa *insecure*, tetapi disisi lain tidak mengharuskan diri sendiri untuk terus menggunakan *make up*. Serta tetap menyukai wajahnya tanpa *make up* terutama saat baru bangun tidur di pagi hari, subjek Fira menilai wajahnya akan terlihat lebih cantik dibandingkan saat di siang hari.

Tanpa melupakan statusnya sebagai seorang muslimah, subjek Fira mengetahui adanya perbedaan pendapat soal boleh atau tidaknya menggunakan *make up*. Namun sebagai pengguna *make up* dalam keseharian sikap yang diambil jika bertemu dengan orang yang tidak setuju adalah dengan mendiamkan. Karena bagi subjek Fira jika masih dalam batas wajar dan tidak berlebihan belum termasuk kedalam golongan *tabarruj*.

Skema 4.3 Pembentukan Citra Diri Subjek Fira



d. Subjek Dewi

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa subjek Dewi mulai memperhatikan penampilan ketika dibangku SMA, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah lingkungan pertemanan yang sewaktu sekolah yang melihat teman sebaya yang tidak hanya pintar namun secara penampilan juga terlihat cantik. Karena adapula perasaan bahwa memang sudah mulai belajar *make up* dan merubah penampilannya.

Adapun upaya yang sudah dilakukan subjek Dewi untuk merubah penampilan adalah dengan menonton video tutorial *make up* dan bertanya kepada kakak atau teman produk *make up* apa yang bagus. bagian wajah yang menjadi perhatian karena paling disukai subjek Dewi adalah bibir, perawatan yang dilakukan untuk menjaganya yaitu dengan rutin memberikan serum bibir. Hingga saat ini subjek Dewi menyisihkan setiap penghasilan yang dimiliki untuk membeli *make up* dan keseluruhan *make up* yang dimiliki kalau diperkirakan menghabiskan dana sekitar 200-300 ribu. Ada kepuasan yang dirasakan subjek Dewi ketika mengeluarkan dana untuk keperluan penampilannya.

Dari awal mulai menggunakan *make up* hingga saat ini keluarga memberikan dukungan kepada subjek Dewi bahkan turut memperhatikan semisal subjek Dewi lupa untuk menggunakan *make up* ketika pergi keluar rumah. Kakak perempuan adalah salah satu *role*

model subjek Dewi dalam menggunakan *make up*, serta beberapa *beauty influencer* seperti Nanda Arsyinta dan Saritiw.

Menurut subjek Dewi *make up* dapat membuat penampilan terlihat lebih rapi dan profesional, serta kesan *classy*. Selain itu *make up* membuat subjek Dewi merasa lebih percaya diri ketika bertemu dengan orang lain, berbeda jika harus tampil tanpa *make up* akan perasaan *insecure* yang muncul. Tetapi jika hanya sekedar ke warung sebelah rumah atau pergi ke asrama kampus subjek Dewi tetap percaya diri saja tanpa akan menggunakan *make up*. Karena pada dasar subjek Dewi tetap menyukai wajahnya bahkan tanpa *make up*.

Sebagai penggunaan *make up* dalam keseharian dan seorang muslimah subjek Dewi berpendapat untuk menyikapi ada kalangan yang menentang *make up* untuk digunakan muslimah, bahwa jika menggunakan *make up* dengan tujuan yang kurang baik seperti berlebihan maka seharusnya tidak apa-apa menggunakan *make up*, selagi terdapat juga manfaat di dalamnya.

Salah satu manfaat yang di dapat subjek Dewi bahwa *make up* sangat membantu untuk menyesuaikan diri dan cepat diterima oleh lingkungan sosial. Menurut subjek Dewi selain *make up*, sikap juga turut memengaruhi terbentuknya citra diri seseorang. Berdasarkan pernyataan teman-temannya yang kemudian diterima subjek Dewi sebagai citra diri yaitu dirinya adalah orang yang mudah untuk berbaur

dan seorang penyanyi. mempengaruhi pembentukan citra diri seseorang

Skema 4.4 Pembentukan Citra Diri Subjek Dewi



e. Subjek Aini

Setiap bulannya subjek Aini membeli *make up* sebagai bentuk *self reward*, apabila diperkiraan dana keseluruhan yang dikeluarkan subjek Aini membeli seluruh *make up* yang dipunya sekitar 1 juta. Adapun sumber dana selain dari gaji bulanan menjadi penyiar radio dan guru TK, yaitu dari usaha subjek Aini berjualan pentol.

Sejak awal mulai menggunakan *make up* keluarga tidak pernah melarang, dengan syarat tidak terlalu berlebihan. Kedudukan *make up* bagi subjek Aini telah menjadi kebutuhan serta tuntutan dalam kehidupan subjek Aini, seperti dalam bidang pekerjaannya yang harus berhadapan dengan orang lain setiap harinya. Sehingga penting untuk juga memperhatikan penampilan fisik. Pembawaan dalam penampilan akan terasa kurang jika tidak didukung tampilan visual.

Saat tidak menggunakan *make up* subjek Aini merasa takut bertemu orang lain dan khawatir akan pandangan orang lain tentang penampilan. Tetapi, perasaan itu tidak berlaku saat pergi ke warung dekat rumah atau *indomaret* karena berpikir bahwa orang yang ditemui belum tentu mengenalnya. Terdapat dua bagian wajah yang membuat subjek Aini tetap percaya diri meski tanpa *make up* yaitu alis dan hidung, karena alis yang sudah rapi dan cukup tebal serta hidung yang mancung.

Berbeda saat menggunakan *make up* akan merasa lebih percaya diri untuk bertemu siapapun. Perasaan puas terhadap diri sendiri juga

menjadi 75%, karena penggunaan dari *make up*. peran *make up* lainnya bagi subjek Aini dapat membantu mempermudah menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial. Dengan sering menggunakan *make up* serta memperhatikan penampilan juga membuat peluang untuk ditawari *job* atau pekerjaan yang datang lebih banyak, seperti menerima tawaran menjadi model baju dan mempromosikan makanan.

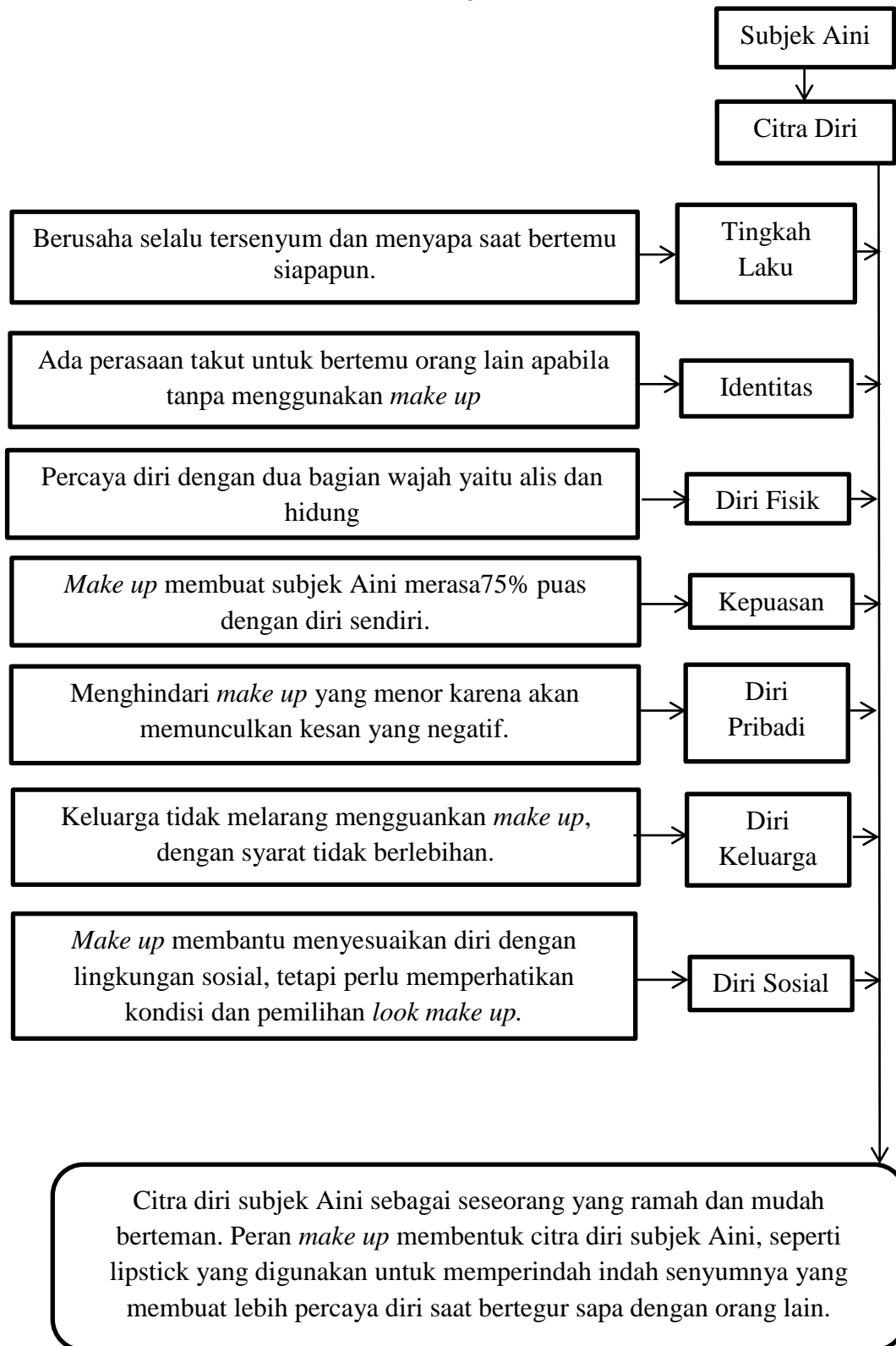
Menurut subjek Aini kecantikan tidak hanya dipengaruhi oleh teknik menggunakan *make up*, akan tetapi salah satunya dari pembawaan diri yang positif, sehingga akan terpancar *inner beauty* atau kecantikan dari dalam diri. Saat ini subjek Aini mengaku lebih bisa bersyukur dan menerima keadaan diri sehingga bisa mengatasi rasa insecure saat tanpa menggunakan *make up*.

Sebagai muslimah yang juga menggunakan *make up* dalam kesehariannya, subjek Aini berpegang kepada hadits tentang Allah menyukai keindahan, maka bagi subjek Aini seharusnya tidak apa-apa jika muslimah ingin memperindah wajahnya dengan *make up*, selagi tidak berlebihan dan tidak merubah ciptaan Allah.

Subjek Aini merasa bahwa *make up* sangat penting dalam membentuk citra diri seseorang. Hal ini karena *make up* dapat mempengaruhi cara pandang orang lain terhadap diri sendiri, seperti *make up* yang terlihat menor akan menciptakan pandangan negatif, hingga akhirnya citra diri yang terbentuk juga menjadi negatif.

Adapun citra diri yang dimiliki oleh subjek Aini berdasarkan pengakuannya adalah seseorang yang ramah dan mudah untuk diajak berteman. Subjek Aini berusaha untuk selalu tersenyum dan menyapa orang lain yang bertemu dengannya. Hal tersebut juga dilakukan subjek Aini karena pernah mendapatkan pengalaman diabaikan dan itu dirasa kurang menyenangkan hingga menginginkan jangan sampai ada lagi orang lain yang mengalami kejadian yang sama.

Skema 4.5 Pembentukan Citra Diri Subjek Aini



E. Pembahasan

Emerging adulthood adalah masa perkembangan yang terjadi pada rentang usia 18- 25 tahun. Terdapat tiga bidang komponen yang perlu untuk dieksplor untuk memenuhi tugas perkembangannya menurut Arnett, tiga bidang tersebut yaitu bidang pendidikan, bidang percintaan dan bidang pekerjaan (Arnett,2000). Pada akhirnya, perempuan pada masa perkembangan ini dituntut melakukan perubahan agar menyesuaikan diri demi terpenuhinya tugas eksplorasi, seperti melakukan perubahan penampilan, sikap, dan perilaku.

Pada dasarnya ketiga bidang eksplorasi yang dibahas oleh Arnett memiliki kesamaan yaitu berkaitan dengan interaksi sosial. Dari data yang diperoleh informasi bahwa kelima subjek adalah seorang mahasiswi yang bekerja sambil kuliah. Jika dikaitkan dengan eksplorasi bidang pendidikan dan pekerjaan yang menyamakan antara kedua hal ini adalah pada lingkungan kuliah atau tempat kerja akan bertemu orang lain serta melakukan interaksi. Sedangkan eksplorasi pada bidang percintaan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah tentang hubungan yang dimiliki subjek secara umum tidak spesifik kepada lawan jenis.

Bagi kelima subjek eksplorasi pada bidang pendidikan dapat terbantu salah satunya karena *make up* yang digunakannya. Apabila dalam bidang pendidikan *make up* dapat membuat dosen mudah untuk ingat yang nantinya sedikit banyak akan ada keuntungan jika ada terkendala urusan diperkuliahan. Begitu pula dalam membangun hubungan dengan melakukan interaksi sosial

peran *make up* dapat membantu dalam menambah rasa semangat, meningkatkan kepercayaan diri, dan bentuk menghargai orang lain. Sehingga membuat kelima subjek merasa lebih mudah untuk diterima oleh lingkungan pertemanan.

Sedangkan pada eksplorasi di bidang karir menurut subjek Tara karakter yang dapat terlihat dari *make up* yang digunakan saat *interview* pekerjaan akan meninggalkan kesan bagi *HRD* (*human resource development*) yang nantinya akan meningkatkan kesempatan untuk lolos *interview*. Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap akun *Instagram* subjek Tara terlihat bahwa dirinya seringkali mengikuti magang di beberapa lembaga swasta.

Berbeda dengan subjek Abdah yang berprofesi sebagai guru ngaji, merasa *make up* dapat membantunya untuk menjadi lebih bersemangat saat bertemu muridnya. Subjek Fira yang bekerja pada pelayanan memanfaatkan *make up* untuk menambah kesan rapi dan professional yang akan meningkatkan kepercayaan dari *customer*.

Subjek Dewi yang sering diundang untuk mengisi acara dengan bernyanyi merasa dengan *make up* akan membuat kekhawatiran terhadap penampilan dapat teratasi dengan menggunakan *make up*. Sedangkan Aini meskipun berprofesi sebagai penyiar yang lebih mengandalkan suara, namun karena bekerja pada lingkungan perkantoran dan tidak bisa menghindari akan berinteraksi dengan orang lain seperti atasan, rekan penyiar, atau bintang tamu. Maka dari itu subjek Aini menggunakan *make up* dengan tujuan

sebagai bentuk menghargai orang lain dan untuk meningkatkan *mood* saat harus membangun *chemistry* dengan bintang tamu. Sebelumnya peneliti pernah terlibat melakukan siaran bersama subjek Aini, saat itu memang sama sekali belum mengenal subjek Aini, namun tampilan yang terlihat pakaian rapi dengan make up yang telah on pada wajah yang membuat subjek Aini terlihat siap untuk menyapa dan membangun *chemistry* bersama bintang tamu.

Berdasarkan hasil wawancara kepada lima subjek semua sepakat bahwa *make up* dianggap menjadi salah satu bagian yang penting dalam membantu untuk lebih mudah diterima dan menyesuaikan diri di lingkungan. Hal ini selaras dengan apa yang disampaikan oleh informan kelima subjek yang menyatakan bahwa setiap subjek dapat meninggalkan kesan yang baik saat pertama kali berkenalan, sehingga kemudian terjalin pertemanan hingga saat ini antara informan dan subjek. Selain itu, seluruh subjek menyatakan juga bahwa *make up* dapat membantu performa untuk meningkatkan potensi yang dimiliki. Hal ini karena meningkatnya kepercayaan diri seluruh subjek setelah menggunakan *make up*.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Syahillah (Syahilah, 2022) dengan judul “Makna *Make Up* Bagi Siswi SMK Tritech Indonesia Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri” menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan makna penggunaan *make up* bagi perempuan adalah bentuk dari upaya dalam mempertinggi kecantikan dan menunjang penampilan yang menarik. Dari pernyataan setiap subjek dapat diketahui bahwa ada berbagai jenis upaya

untuk membuat tampilan diri menjadi menarik. Tetapi, pada dasarnya semua jawaban mengarah kepada merawat diri dan belajar untuk menggunakan *make up* agar penampilan menjadi menarik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dea Febrinda Herasafitri dkk memperoleh hasil bahwa penggunaan *make up* yang memang dapat mempengaruhi daya tarik (*attractiveness*). Salah satu yang dapat mengundang ketertarikan orang lain yaitu daya tarik fisik (*physical attraction*) (Herasafitri et al., 2016). Dalam jurnal yang berjudul "*Human (Homo sapiens) Facial Attractiveness and Sexual Selection: The Role of Symmetry and Averageness*" yang ditulis oleh Karl Grammer and Randy Thornhill (Grammer & Thornhill, 1994) bahwa daya tarik fisik itu sendiri mencakup persepsi universal yang umum bagi semua budaya manusia seperti simetri pada wajah. Sedangkan secara psikologis *make up* menurut Korichi, Pelle-de Queral, Gazano, dan Aubert memiliki dua fungsi yaitu *camouflage* (kamufase) dan *seduction* (rayuan) (Korichi et al., 2008).

Menurut subjek Tara bahwa *make up* yang tebal dari 1-10 kemungkinan untuk mendapat komentar atau reaksi yang menandakan bahwa orang lain tertarik berada di angka 9. Penilaian tersebut hasil dari pengalaman subjek Tara selama menggunakan *make up*, dan menyimpulkan bahwa semakin *bold* atau tebal *make up* yang digunakan maka akan semakin menarik bagi orang lain. Begitupun yang disampaikan oleh informan Lita, menyatakan bahwa subjek Tara setiap keluar dari kos selalu menggunakan *make up*.

Sedangkan subjek Abdah lebih sering mendapatkan permintaan mengajarkan cara menggambar alis seperti dirinya. Permintaan tersebut diartikan oleh subjek Abdah sebagai bentuk ketertarikan dari orang lain atas *make up* yang digunakannya. Informan Mudah juga menyatakan bahwa alis adalah ciri khas yang paling membedakan *make up* Abdah dibandingkan temannya yang lain.

Adapun subjek Fira berpendapat bahwa *make up* hanya akan menarik bagi orang yang jarang bertemu atau belum pernah bertemu dan melihatnya. Berbeda jika orang tersebut sudah sering melihatnya, kemungkinan reaksi yang ditunjukkan cenderung lebih datar dan tidak memberikan komentar apapun, tidak seperti orang yang tidak pernah melihat subjek Fira sebelumnya. Demikian pula yang dinyatakan oleh informan Ardi karena menjadi pasangan dalam duta kampus dan sering terlibat untuk melakukan tugas bersama, karena itu sudah menjadi hal yang biasa melihat subjek Fira menggunakan *make up*.

Subjek Dewi dan subjek Aini mendapat wujud dari ketertarikan orang lain melalui komentar seperti pujian cantik saat menggunakan *make up*. sebagaimana penuturan dari informan Khairina dan informan Dea yang memiliki kesamaan pernyataan bahwa menjadi *speaker* bagi kedua subjek tampilan yang menarik sudah menjadi bagian dari pekerjaannya untuk mendapatkan perhatian orang banyak.

Pandangan Islam tentang penggunaan *make up* sebagai alat mempercantik wajah, dijelaskan dalam Al-Qur'an kecantikan sebagai bagian

dari keindahan dan perhiasan (Ihsan & Saudah, 2022). Di dalam Al-Qur'an keindahan digambarkan melalui lafaz *jamal* dan disebutkan sebanyak 11 kali. *Jamāl* (keindahan) memiliki arti kebaikan yang banyak. *Jamāl* yang dimaksud terbagi dua : pertama, keindahan yang khusus ada pada manusia, baik pada dirinya, badannya atau perbuatannya. Kedua, keindahan dari dirinya yang sampai pada orang lain (Mubarak & Nurullah, 2022). Sedangkan penyebutan keindahan sebagai bentuk perhiasan ada pada Q.S Al-A'raf [7]: 32 :

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي ۖ أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ ۗ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا
فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ

Arti: Katakanlah (Nabi Muhammad), "Siapakah yang mengharamkan perhiasan (dari) Allah yang telah Dia sediakan untuk hamba-hamba-Nya dan rezeki yang baik-baik? Katakanlah, 'Semua itu adalah untuk orang-orang yang beriman (dan juga tidak beriman) dalam kehidupan dunia, (tetapi ia akan menjadi) khusus (untuk mereka yang beriman saja) pada hari kiamat.'"Demikian Kami menjelaskan secara terperinci ayat-ayat itu kepada kaum yang mengetahui.

Selain itu terdapat salah satu hadits yang menjelaskan keindahan dan seringkali menjadi dasar beberapa ulama mengambil hukum dalam bolehnya menggunakan *make up*. Yaitu hadits Imam Muslim no. 91, sebagai berikut (Mimbar Dakwah Sesi 62 : Hakekat Kesombongan, 2020):

عن عبدالله بن مسعود رضي الله عنه قال، قال رسول الله صلى الله عليه وسلم
لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ مِنْ كِبَرٍ قَالَ رَجُلٌ إِنَّ الرَّجُلَ يُحِبُّ أَنْ يَكُونَ
تَوْبُهُ حَسَنًا وَنَعْلُهُ حَسَنَةً قَالَ إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ الْكِبَرُ بَطْرُ الْحَقِّ وَغَمَطُ النَّاسِ

Arti:Diriwayatkan dari Abdullah bin Mas'ud radhiyallahu'anhu dari Nabi shalallahu 'alaihi wa sallam, beliau bersabda: "Tidak akan masuk

surga seseorang yang di dalam hatinya terdapat kesombongan sebesar biji sawi.” Ada seseorang yang bertanya, “Bagaimana dengan seorang yang suka memakai baju dan sandal yang bagus?” Beliau menjawab, “Sesungguhnya Allah itu indah dan menyukai keindahan. Sombong adalah menolak kebenaran dan meremehkan orang lain.

Dari ayat dan hadist yang sudah dipaparkan dapat disimpulkan bahwa tidak ada larangan dalam memperindah diri, asalkan tidak berlebihan dan bukan untuk menyombongkan diri. Akan tetapi, pada kenyatannya terdapat pula beberapa ulama yang mengharmkan penggunaan *make up*. Adapun landasan yang menjadi larangan penggunaan *make up* adalah untuk menghindari dari *tabarruj* yang disebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-Ahzab/33:33. Adapun tafsiran kata *tabarruj* adalah berhias hingga menyerupai orang-orang jahiliyah.

Menyikapi adanya perbedaan pendapat tentang boleh atau tidaknya menggunakan *make up* bagi muslimah. Subjek Tara menuturkan bahwa dibandingkan mengkotak-kotakan alangkah baiknya jika melihat juga dari sudut pandang perempuan, karena menurut subjek Tara perempuan memang punya kecenderungan menyukai keindahan. Apabila *make up* tidak menghalangi ibadah dan produk yang digunakan adalah halal, juga niatnya bukan untuk menggoda, maka subjek Tara menyatakan bahwa *make up* harusnya jangan dilarang untuk muslimah gunakan.

Sedangkan subjek Abdah dan subjek Fira, sebagai seorang muslimah yang menggunakan *make up* akan mengambil sikap diam ketika menghadapi orang yang tidak memperbolehkan. Subjek Dewi menyatakan bahwa selagi ada manfaat yang di dapat maka seharusnya tidak apa-apa seorang muslimah

menggunakan *make up*. Adapun subjek Aini mengungkapkan bahwa Allah menyukai keindahan dan apa salahnya jika *make up* digunakan untuk memperindah diri dan selagi tidak berlebihan.

Ifahtul Warda melakukan penelitian kepada 203 subjek mahasiswi tentang pengaruh fungsi *make up* sebagai *camouflage* dan *seduction* terhadap citra diripada remaja putri dan memperoleh hasil bahwa fungsi *make-up* memiliki pengaruh terhadap citra diri (Warda, 2020). Citra diri menurut Brown adalah tentang apa yang ingin individu pikirkan tentang dirinya. Terbentuknya citra diri menurut Hurlock merupakan hasil dari pengalaman dari berinteraksi dengan orang lain (Brown, 1998).

Self image menurut Rogers yaitu suatu cara untuk melihat dirinya sendiri yang berkembang lewat identifikasi komponen kognisi, afeksi dan perilaku orang yang dekat dengan dirinya (Amalia, 2013). Konsep self juga dapat menggambarkan pandangan diri sendiri mengenai perannya dalam kehidupannya dan dengan hubungan interpersonal (Alwisol, 2019).

Sebelum melakukan sosial interaksi dengan orang lain terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, menurut subjek Tara memiliki sebuah karakter adalah modal sebelum berinteraksi dengan orang lain, karena orang yang tidak berkarakter cenderung memiliki sifat tertutup dan menarik diri dari lingkungan sosial. Oleh karena itu, *make up* dapat membantu subjek Tara untuk menonjolkan karakter yang dimilikinya yang akan membentuk gambaran diri lebih positif kepada orang lain.

Make up merupakan salah satu cara dalam membangun identitas diri yang dapat membuat perbedaan antar individu karena terdapat perbedaan selera yang dipengaruhi oleh cara dan jenis penggunaan *make up*. Seperti yang dijelaskan dari hasil penelitian oleh Lita Dona dengan judul “Makna Penggunaan *Make Up* Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta)”(Elianti, 2017).

Peran dari *make up* sendiri bagi subjek Abdah dan subjek Aini yaitu dapat memberikan rasa semangat dan percaya diri ketika berinteraksi dengan orang lain. Sehingga citra diri subjek Abdah dan subjek Aini untuk menjadi ramah, positif dan mudah untuk bergaul, dapat tersampaikan juga ke orang lain. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diberikan oleh informan Mudah dan informan Dea pada wawancara bahwa sejak awal mengenal mudah menjadi akrab karena sikap yang ramah dan dapat berkomunikasi yang baik dalam membuka topik obrolan yang menarik.

Begitu pula dengan subjek Fira, ketika sedang menggunakan *make up* terdapat dorongan yang lebih besar untuk berinteraksi dengan orang lain, serta pembawaan diri menjadi lebih luwes tanpa ada kekhawatiran tentang pandangan orang lain terhadap penampilan subjek Fira. Bagi subjek Fira warna *lipstick* tertentu juga dapat menggambarkan karakter dari penggunaannya, sehingga gaya ber*make up* dinilai subjek Fira dapat mempengaruhi gambaran diri seseorang. Sebagaimana yang diungkapkan informan Ardi dalam wawancara bahwa subjek Fira baginya adalah seorang

wanita yang tangguh dan pandai beradaptasi dengan perubahan lingkungan, serta wanita yang mandiri.

Sedangkan subjek Dewi yang dikenal oleh orang-orang disekitarnya sebagai orang yang mudah berbaur dan subjek Dewi merasa bahwa itu adalah citra diri yang dimilikinya. Dalam membangun citra diri tersebut *make up* memiliki peran sebagai penunjang kepercayaan diri karena mengurangi kekhawatiran tentang bagaimana penampilan fisik dirinya. Informan Kharina juga menyatakan bahwa subjek Dewi termasuk orang yang mudah untuk diajak ngobrol karena memiliki kemampuan yang baik dalam *public speaking*.

Dari beberapa pernyataan subjek dapat disimpulkan bahwa *make up* memiliki peran penting dalam pembentukan citra diri pada setiap subjek yang merupakan pengguna *make up* dalam kehidupan sehari-hari. *Make up* tidak hanya berfungsi praktis sebagai alat bantu rias wajah, akan tetapi penggunaan *make up* juga memiliki efek lain seperti perasaan lebih bersemangat dan meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu, *make up* juga melalui gaya yang dipakai dapat mempeetegas karakter seseorang. Meskipun citra diri yang positif tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh penggunaan *make up*, tetapi *make up* dapat menciptakan kesan yang baik ketika melakukan sebuah interaksi sosial dengan orang lain.

F. Temuan Penelitian

Menurut Biklen dan Casella, temuan penelitian dapat berupa informasi baru kepada publik tentang isu penelitian, menawarkan pendekatan baru terhadap tema penelitian dengan analisis tajam, dan menyajikan bahasan baru dengan tujuan memberikan ruang atau lapangan yang lebih luas untuk penelitian lebih lanjut (Biklen & Casella, 2007). Oleh karena itu, berikut ini adalah pandangan baru yang berhasil ditemukan dalam mengangkat isu penelitian ini, yang diharapkan dapat menjadi informasi baru atau jadi bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya dalam mengangkat isu terbaru seputar tema penelitian ini.

1. *Make Up* Sebagai Kebutuhan

Seluruh subjek pada penelitian memiliki latar belakang selain menjadi mahasiswa, juga memiliki profesi atau pekerjaan. Akan tetapi kesamaan di antara kelima subjek adalah bidang pekerjaannya tidak lepas dari tuntutan untuk berpenampilan rapi dan menarik. Hal ini juga dikarenakan pekerjaan yang dilakukan melibatkan interaksi sosial dengan orang lain.

Dari hasil wawancara ditemukan bahwa *make up* sudah menjadi keharusan karena juga bagian dari tuntutan. Seperti subjek Tara yang menggunakan *make up* agar dapat meninggalkan kesan kepada orang lain agar mudah untuk diingat. Sedangkan bagi subjek Abdah yang berprofesi sebagai guru ngaji merasa harus berpenampilan menarik untuk bisa diperhatikan saat mengajar.

Menggunakan *make up* adalah sebuah keharusan bagi subjek Fira untuk terlihat lebih profesional terutama bila berhadapan *cutomer* dan akhirnya akan memperoleh kepercayaan bos dengan mudah. Adapun subjek Dewi yang berprofesi sebagai penyanyi yang diharuskan tampil menarik di atas panggung dan menjadi pusat perhatian orang lain, sehingga sudah seharusnya menggunakan *make up*. Subjek Aini yang bekerja di lingkungan perkantoran, *make up* sudah menjadi bagian dari pekerjaannya karena dengan begitu orang lain akan lebih merasa dihargai terutama atasan dan mudah memberikan kepercayaan kepada subjek Aini.

Kebutuhan perempuan akan *make up* pada saat ini tidak lepas dari bagaimana media dan industri kecantikan memberikan pengaruhnya melalui *beauty vloger*, citra merk, dan label yang pada akhirnya menumbuhkan minat perempuan untuk membeli produk *make up* (Hidayati & Yuliandani, 2020). Pada hasil wawancara kepada lima mahasiswa yang menjadi subjek juga ditemukan bahwa seluruhnya menyatakan mengikuti *beauty vloger* dalam *bermake up* dan membeli produk *make up* yang direkomendasikan. Sebelum membeli *make up* juga kelima subjek sepakat bahwa kehalalan dan keamanan bahan baku dari *make up* menjadi pertimbangan dalam pemilihan produk.

Meskipun tidak membeli *make up* setiap bulan, namun kelima subjek mengaku memiliki anggaran dalam membeli *make up*, meskipun ada perbedaan jumlah anggaran pada setiap subjek. Seperti subjek Tara yang mengalokasikan sekitar 500 ribu yang berasal dari gaji dan uang dari

menang perlombaan yang disisihkan. Sedangkan subjek Abdah mengeluarkan dana sekitar 300-400 ribu untuk keseluruhan *make up* yang dimiliki. Adapun subjek Fira menyisihkan sekitar 400-500 dari gajinya untuk membeli *make up*. Subjek Dewi sendiri memiliki anggaran 200-300 ribu dari hasil gaji untuk membeli *make up*. Anggaran yang disiapkan oleh subjek Aini jika ditotal mencapai 1 juta namun ini karena gabungan antara skincare dan *make up* disebabkan membelinya di waktu yang sama.

Dari beberapa pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa alasan yang menjadikan *make up* akhirnya menjadi suatu kebutuhan. Seperti tuntutan dari pekerjaan untuk terlihat lebih profesional, keinginan untuk meninggalkan kesan, faktor lingkungan, dan tuntutan agar dapat terlihat menarik di atas panggung. Pada akhirnya setiap dari subjek menyediakan anggaran untuk memenuhi kebutuhan dalam *bermake up* yang menghabiskan dana dari 200 ribu hingga lebih dari 500 ribu untuk membeli produk *make up*.

2. Cantik Menurut Muslimah

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ihsan dan Saudah yang bertema "*Beauty Privilege* Wanita Menurut Pandangan Al-Qur'an (Studi Tafsir Tematik)" menyimpulkan bahwa kecantikan dalam Al-Qur'an dikaitkan dengan Bidadari. Bidadari merupakan makhluk yang suka memandang, mempunyai mata yang anggun, wajah jelita, kulit putih bersih, berakhlak mulia, dan menjaga pandangannya pada hal-hal yang kurang baik sehingga cantik yang hakiki adalah bermakna cantik lahir

batin, cantik hati jiwa dan cantik rupa dan budi pekerti (Ihsan & Saudah, 2022).

Penelitian tersebut berbanding lurus dengan hasil wawancara kepada lima subjek yang menyatakan bahwa *make up* dapat membuat penggunaannya merasa lebih cantik secara fisik. Namun bagi kelima subjek kecantikan fisik bukan hal yang utama, karena sikap dan kepribadian juga dapat menampilkan kecantikan atau dapat dikatakan sebagai istilah *inner beauty*. Tetapi, bukan berarti kecantikan secara fisik dapat di nomor duakan, karena keduanya sama pentingnya.

G. Keterbatasan Penelitian

Penelitian telah diusahakan dengan prosedur ilmiah, akan tetapi masih terdapat keterbatasan yang peneliti miliki dalam penyusunan skripsi penelitian ini. Adapun keterbatasan penelitian tersebut ialah sebagai berikut.

1. Keterbatasan referensi data tentang *make up* dari sudut pandang psikologis, karena masih tergolong minim dibahas di Indonesia, sehingga banyak mengambil penelitian dari bidang selain psikologi atau penelitian dari luar negeri.
2. Teknik dalam pengumpulan data hanya wawancara dan dokumentasi saja, sehingga tidak mendapatkan banyak data pendukung. Dalam proses wawancara hanya dilakukan satu kali pertemuan saja karena subjek yang memiliki kesibukan.