PEMAKNAAN KOSMETIK DI KALANGAN MAHASISWI

(Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menempuh Gelar Strata 1 (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas

Oleh :

SARAH KARTIKA PUTRI

NIM. 41810034

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2015

ABSTRAK

PEMAKNAAN PENGGUNAAN KOSMETIK DI KALANGAN MAHASISWI

(Studi Kualitatif Fenomenologi Pemaknaan Penggunaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM)

Oleh :
Sarah Kartika Putri
NIM. 41810034

Skripsi ini dibawah bimbingan
Olih Solihin. S. Sos., M. I., Kom

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui Pemaknaan Penggunaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif mahasiswa menggunakan kosmetik, dan pengalaman komunikasi interpersonal mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan Metode Fenomenologi dengan pendekatan kualitatif, peneliti memperoleh 5 (lima) informan. Data Penelitian ini terdapat berbagai konstruksi makna pengalaman penggunaan kosmetik dari kalangan mahasiswi FISIP UNIKOM. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui motif mahasiswa menggunakan kosmetik, dan pengalaman komunikasi mahasiswi. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara mendalam kepada subyek penelitian serta melakukan observasi partisipatif di berbagai kegiatan mahasiswi tersebut.

Hasil yang didapat menunjukkan motif mahasiswa menggunakan kosmetik adalah motif kegunaan yaitu kesukaan, motif internal untuk menutupi kekurangan. Pemaknaan mahasiswa terhadap penggunaan kosmetik dijabarkan berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan dan tidak menggunakan alat kosmetik. Dan pengalaman komunikasi interpersonal mereka berdasarkan pesan nonverbal , *feedback* dari orang lain yaitu berupa pujian dan efek yang mahasiswa rasakan yaitu rasa percaya diri yang meningkat.

Kesimpulan dari penelitian ini yaitu Motif Internal adalah motif yang didasari keinginan untuk menutupi kekurangan yang mereka anggap ada di wajah mereka dan dapat diatasi dengan penggunaan kosmetik. Dan saran yang dapat peneliti berikan, Percaya diri itu sangat penting dan merupakan kebutuhna. Kita perlu memberikan penghargaan terhdapa diri sendiri sebelum mendapat penghargaan diri dari orang lain.

Kata Kunci : Motif, pemaknaan, pengalaman, mahasiswi, FISIP UNIKOM

ABSTRACT

COSMETIC USE AMONG THE STUDENT
(Study Qualitative Phenomenology Cosmetic Among the Making Use of Social and Political Science student UNIKOM)

By :

Sarah Kartika Putri

NIM. 41810034

This thesis is supervised by
Olih Solihin. S., M.I., Kom

This study intends to determine the Making Use of Cosmetic in student circles. The purpose of this study is to determine the motive of student use of cosmetics, and interpersonal communication experience students.

This study used a qualitative approach Phenomenology method, researchers obtained 5 (five) informants. The data of this study there are various cosmetic use of the experience of meaning construction of te Faculty of Social UNIKOM student. UPS's goal of this study to determine the motive of the students using cosmetics, from the experience of student communications. The collection of data used in this research is the subject of in – depth interview technique research and participatory observation in the student activities.

The results obtained showed motifs students using cosmetics is motive purposes, preferences, internal motive to cover the shortfall. A meaning of students to the use of cosmetics is described based on their experience in using and not using cosmetics. And their interpersonal communication experience based on nonverbal messages, feedback from others in the form of praise and effects students feel namely confidence increased.

The conclusion from this research that the Internal Motive is motive based desire to cover up flaws they perceive in their face and can be overcome with the use of cosmetics. And suggestions that can give researchers. Self – confidence is very important and is a requirement. We need to pray tribute to you before getting self – esteem of others.

Keywords : Motif, meaning, experience, student, Faculty of Social UNIKOM

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Kecantikan adalah suatu hal yang didambakan setiap perempuan. Semenjak usia dini, perempuan diajarkan untuk menganggap penampilan fisiknya sebagai salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kebanggan dan rasa percaya diri. Kecantikan itu anggapan suatu objek yang molek dan lainnya tampak serasi. Kecantikan juga sudah menjadi gaya hidup yang tidak bisa ditinggalkan oleh wanita.

Kecantikan terdiri dari 2 kategori yaitu kecantikan luar, kecantikan yang direfleksikan dengan bentuk wajah yang ayu, cantik, dan enak di lihat. Dan berikutnya kecantikan dalam *(inner beauty)*, yaitu kepribadian seseorang, bagaimana sikapnya terhadap apa saja, bagaimana keanggunan atau juga sisi feminim yang terlihat dari perempuan tersebut. Tampil cantik secara fisik menjadi bagian penting dari perempuan. Bagi perempuan, kecantikan merupakan anugrah terindah yang bisa dipercaya menambah keyakinan, dan kepercayaa diri.

Konsep cantik itu memang relatif, karena cantik bagi satu orang belum tentu cantik bagi orang lain. Dapat dikatakan bahwa pengertian cantik itu tidak bisa didefenisikan secara universal.Satu hal yang selalu dilakukan perempuan untuk tampil cantik adalah memberi perhatian pada masalah kulit. Tidak sedikit perempuan yang menjadi takut karena kulitnya semakin keriput. Serangkaian upaya dilakukan untuk menjaga keindahan kulit. Kulit dengan sendirinya menjadi suatu simbol penting dalam merepresentasikan kecantikan. Pada dasarnya jika wanita ingin kecantikannya terpancar maka wanita tersebut sangat dekat dengan

yang namanya kosmetik. Kosmetik adalah bahan – bahan yang digunakan untuk memberikan dampak cantik dan kesehatan bagi tubuh. Kosmetik memiliki pengertian bahan atau material yang dimanfaatkan pada luat tubuh bagian manusia seperti rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar manusia.

Kosmetik cenderung digunakan oleh kaum wanita meski tak sedikit kaum pria juga menggunakan kosmetik untuk merawat kesehatan tubuh dan kulit mereka. Industri kosmetik semakin meningkat dan industri kimia semakin banyak memberi bahan dasar dan bahan aktif kosmetik. Semakin banyak industri kosmetik bermunculan di pasaran semakin banyak kaum perempuan tertarik dengan berbagai kosmetik yang banyak menjanjikan kulit mereka tampak cantik.

Kehadiran kosmetik yang memberikan janji pada akhirnya membuat perempuan menjadi tidak berdaya dan selalu ingin mengkonsumsi benda atau jasa demi sebuah kecantikan. Berbagai jenis kosmetik, mulai dari harga yang paling murah sampai dengan yang termahal, semuanya menjanjikan pembentukan dan perawatan tubuh dan wajah perempuan. Hingga kalangan mahasiswi pun tidak ketinggalan dengan pemakain kosmetik ini.

Menurut Michael Argyle dan Lanet Dean mengemukakan suatu teori komunikasi nonverbal yang didasarkan pada suatu metafora keintiman – *equilibrium*, bahwa setiap kali kita berinteraksi kita mengalami atau menggunakan seluruh saluran komunikasi yang ada, dan suatu perubahan dalam suatu saluran nonverbal akan menghasilkan perubahan pada saluran komunikasi yang ada dan suatu perubahan dalam suatu saluran nonverbal akan menghasilkan perubahan pada saluran lainnya sebagai kompensasi, misalnya pendekatan dan penghindaran.

Orang yang punya kepercayaan diri bagus bukanlah orang yang hanya merasa mampu (tetapi sebetulnya tidak mampu) melainkan adalah orang yang hanya mengetahui bahwa dirinya mampu berdasarkan pengalaman dan perhitungannya. Dalam psikologi Humanistik, Abraham Maslow mengungkapkan bahwa percaya diri merupakan kebutuhan bertingkat manusi akan asa harga dirinya, baik dari sendiri ataupun dari orang lain (Kuswara, 1991 : 124).

Rias wajah atau kosmetik atau *make up* telah menjadi sebuah sarana hidup yang sedemikian rupa bagi wanita dan menjadi teman kemanapun mereka pergi dan berada. Ketika seorang wanita sedang berias, maka sebenarnya pada saat itu dia sedang membangun sebuah identitas atas dirinya. Mereka ingin tampil secara khusus dengan kondisi yang khusus pula. *Make up* memang memiliki kemampuan untuk merubah sosok wanita menjadi sosok lainnya dan menjadi alat sosialisasi diri.

2. Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan pada latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai **"*Bagaimana Pemaknaan Penggunaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM?*".**

3. Rumusan Masalah Mikro

Rumusan masalah mikro yang telah dirumuskan oleh peneliti secara lebih spesifik :

1. Bagaimana **motif** dalam penggunaaan kosmetik dikalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM?
2. Bagaimana **pemaknaan** terhadap alat – alat kosmetik yang ada dikalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM?

3. Bagaimana **pengalaman** dalam menggunakan kosmetik dikalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM?

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah prosedur yang dilakukan dalam upaya mendapatkan data ataupun informasi untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Tahapan penelitian yang digunakan harus mencerminkan dengan fenomena penelitian. Peneliti berpijak dari realitas yang terjadi dilapangan, yaitu Pemaknaan Penggunaan Kosmetik di Kalangan FISIP UNIKOM.Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi fenomenologi, yang diungkapkan Deddy Mulyana dalam bukunya 'Metodologi Penelitian Kualitatif'.

> "Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif". (Dalam Mulyana, 2003:150).

III. PEMBAHASAN

1. Motif

Motif merupakan dorongan bertindak untuk memenuhi suatu kebutuhan, dirasakan sebagai kemauan, keinginan, yang kemudian terwujud dalam bentuk perilaku nyata. Manusia sebagai makhluk sosial memiliki kebutuhan untuk bersosialisasi dengan orang lain dalam hidupnya.

Dalam melakukan penelitian, penulis mencoba mencari tahu apa yang menjadi motif mahasiswi dalam proses memutuskan menggunakan alat kosmetik

melalui pertanyaan – pertanyaam yang diajukan. Pada awalnya mereka kurang begitu memahami pertanyaan – pertanyaan yang diajukan, namun setelah mendapatkan beberapa penjelasan baru mereka mulai mengerti maksud dari pertanyaan – pertanyaan tersebut.

Motif yang pertama adalah kegunaan. Yang dimaksud dengan motif kegunaan adalah informan mengenakan alat kosmetik pada wajahnya. Diantara dari efek yang ditimbulkan setelah menggunakan alat kosmetik adalah kesenangan.

Kannya dan Risa mulai mengenakan alat kosmetik sejak duduk di bangku SMA, merasakan ketertarikan untuk mengenakan kosmetik ketika melihat ibunya memiliki usaha merias pengantin. Dari situ ia mencoba mengenakan kosmetik seperti ia yang lihat di majalah kosmetik.

Kannya dan Risa memang suka bersentuhan dengan hal – hal kosmetik. Kannya mengaku bahwa dirinya memamng memiliki pribadi yang ceria. Dan kosmetik adalah sesuatu yang sangat suka.

Kannya dan Risa juga mengakui motif mengenakan kosmetik adalah suka. Suka disini penulis artikan sebagai sebuah kegemaran atau hobi dimana seseorang tidak perlu memiliki alasan yang banyak untuk menyukai sesuatu hal.

Hal tersebut juga dirasakan oleh Nunik yang menggunakan kosmetik sejak SMA. Nunik tidak memiliki banyak alasan mengapa ia mengenakan kosmetik. Ia menyukai kosmetik karna ia senang mencoba hal yang baru (gaya *make up*) pada wajahnya. Ia memiliki kepuasaan setiap kali menyelesaikan riasan pada wajahnya.

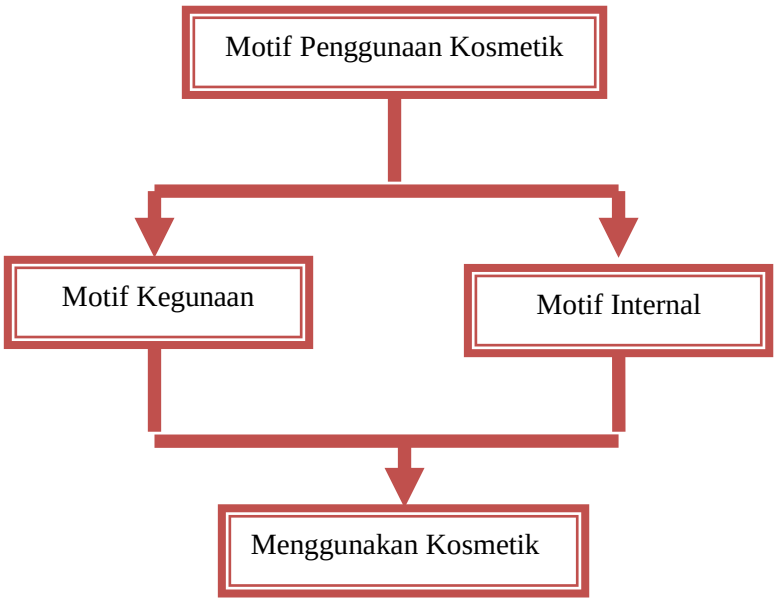
Klasifikasi motif penggunaan alat kosmetik berikutnya ada Motif Internal. Motif Internal yang dimaksudkan pada kelompok ini adalah motif yang berasal dari diri narasumber tersebut. Motif yang timbul dari mereka untuk menutupi kekurangan (yang dianggap oleh mereka) yang terdapat pada wajah.

Pada wawancara yang penulis lakukan dengan Agnes, ia memaparkan bahwa ia merasa kekurangan pada bagian bibir dan wajah. Dengan menggunakan alat kosmetik seperti lipstick untuk menutupi bibir yang pucat menjadi lebih cerah. Begitu juga dengan bedak yang ia pakai dapat menutupi wajahnya yang sedikit gelap.

Motif internal juga dialami oleh Yanifer yang merasa dirinya tidak pede kalau tidak menggunakan eye liner. Dengan menggunakan kosmetik di bagian atas matanya ia merasa dirinya lebih kelihatan sempurna.

Gambar 1.1

Motif Penggunaan Alat kosmetik



2. Pemaknaan

Klasifikasi dalam pemaknaan mahasiswi terhadap alat kosmetik memiliki kesamaan hampir menyeluruh. Kehadiran kosmetik di tangan mereka dimaknai sebagai sesuatu yang mampu menutupi kekurangan yang ada pada wajah pada mahasiswi dan menimbulkan rasa percaya diri untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Dalam wawancara dengan Risa mengakui kosmetik bukan hanya sebagai alat untuk mempercantik diri. Penggunaan kosmetik dalam kesehariaannya mampu mempengaruhi moodnya.

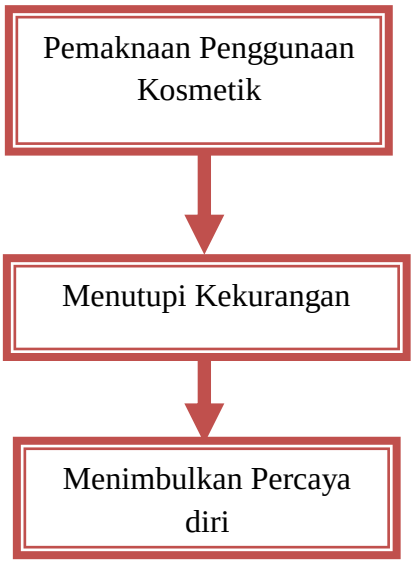
Begitu juga dengan Agnes. Ia mengawali penggunaa kosmetik karena ingin dilihat lebih indah, tidak merasa kucel. Hal ini juga sama dirasakan oleh Nunik dan Yannifer yang kurang percaya diri karna di bagian wajah mereka terlihat kurang sempurna jika belum di sentuh dengan alat – alat kosmetik.

Risa dan Agnes mengakui jika ia bertemu dengan orang di luar yang belum terlalu dekat ia tidak pede untuk berbicara.

Nunik yang menggunakan kosmetik juga mengakui atas anjuran ibunya agar terlihat lebih fresh. Semenjak itu ia semakin giat memilih make up untuk menutupi kekurangan di wajahnya tampak lebih cantik dan sempurna.

Gambar 1.2

Pemaknaan Penggunaan Alat kosmetik



3. Pengalaman

Dalam buku Prof. Deddy Mulyana juga disampaikan yang menjadi narasumber penelitian ini ternyata memiliki pesan yang ingin ia sampaikan kepda orang – orang sekitarnya. Pesan tersebut disampaikan secara nonverbal melalui kosmteik – kosmetik yang mereka gunakan.

Feedback atau tanggapan pun diterima dari teman – teman atau orang lain kepada komunikan (mahasiswi) dalam bentuk verbal dan nonverbal. Feedback yang datang dari orang lain ini kemudian menjadi sebuah pesan untuk mahasiswi dan menciptakan sebuah efek pada diri mahasiswi.

Dalam komunikasi *feedback* atau tanggapan yang diterima dari komunikator merupakan sebuah pesan yang diterima untuk komunikan. Tanggapan dari teman

– teman narasumber hampir seluruhnya adalah tanggapan yang positif. Tanggapan positif disini berupa pujian untuk para narasumber.

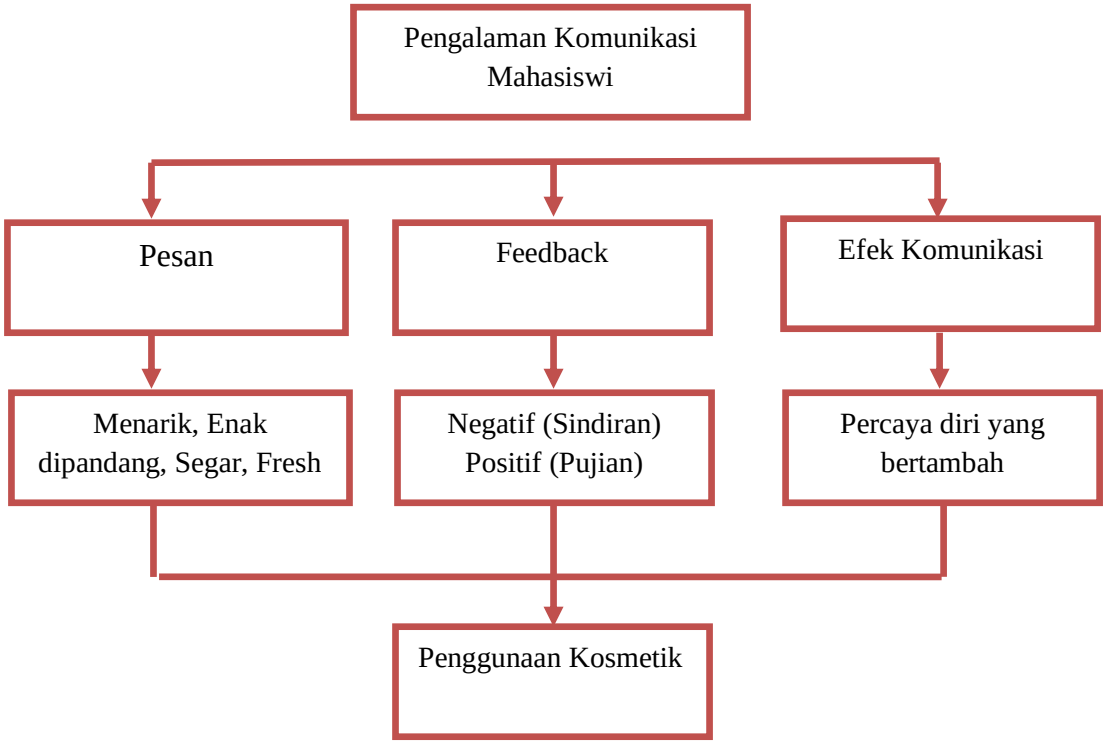
Tak jarang teman – teman dari para narasumber menanggapi penggunaan kosmetik dengan memuji secara langsung, verbal diman mengatakan “eh cantik deh pake ini lo, pake merk apa?” dan sebagainya. Hal tersebut terjadi karena pengggunaan kosmetik yang tidak sesuai dengan tempat dan acara. Contohnya pengalaman Risa yang diberikan kritikan ketika menggunakan kosmetik berlebihan.

Feedback yang berubah menjadi pesan untuk komunikan menghasilkan efek pada komunikan, mahasiswi tersebut. Efek yang berbeda terjadi karena feedback positif dan negatif. Feedback atau tanggapan positif menimbulkan rasa percaya diri yang bertambah serta keinginan untuk menggunakan kosmetik yang semakin besar.

Sedangkan feedback negatif dari orang lain tidak mempengaruhi para narasumber. Para narasumber mengakui bahwa penggunaan kosmetik merupakan bagian dari diri mereka yang tidak bisa dipisahkan.

Gambar 1.3

Pengalaman Penggunaan Alat kosmetik



IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis mengenai *Penggunaan Kosmetik di Kalangan Mahasisiwi FISIP UNIKOM*, didapatkan beberapa fakta yang telah dipaparkan di bab 4. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan informan dan data akurat mengenai pemaknaan penggunaan kosmetik yang dilakukan oleh Mahasiswi FISIP UNIKOM yang menjadi informan penulis. Penulis melakukan pengamatan dan penelitian kurang lebih 5 bulan sampai akhirnya mendapatkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Motif penggunaan Kosmetik Para Mahasiswi meliputi motif kegunaan, tujuan internal. Motif Kegunaan lebih bersifat kepada kesukaan narasumber dengan kosmetik tersebut. tanpa memiliki alasan lebih, hanya kesukaan kegemaran dalam menggunakan alat – alat kosmetik. motif yang kedua adalah motif internal. Motif Internal adalah motif yang didasari keinginan untuk menutupi kekurangan yang mereka anggap ada di wajah mereka dan dapat diatasi dengan penggunaan kosmetik.
2. Pemaknaan mahasiswa terhadap penggunaan kosmetik dijabarkan berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan dan tidak menggunakan alat kosmetik.
3. Pengalaman komunikasi mereka berdasarkan pesan nonverbal , *feedback* dari orang lain yaitu berupa pujian dan efek yang mahasiswa rasakan yaitu rasa percaya diri yang meningkat. Pengalaman komunikasi interpersonal mahasiswi terhadap penggunaan kosmetik.

A. Sebagian besar dari narasumber menggunakan kosmetik bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada orang lain bahwa dirinya menarik, segar dan semangat.
B. Feedback atau tanggapan yang diterima pun berbentuk nonverbal dan verbal. Tanggapan positif dari orang lain berupa pujian, sedangkan tanggapan negatif berupa sindiran .
C. Efek yang diterima para mahasiswi, mayoritas dari mereka tanggapan positif (pujian) adalah rasa percaya diri yang semakin meningkat.