

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Mahasiswi pada usia 18–25 tahun berada dalam tahap dewasa awal (*emerging adulthood*), suatu periode transisi penuh eksplorasi identitas dan peran hidup. Menurut Hurlock dan Agoes, masa dewasa awal (21–40 tahun) adalah kelanjutan dari remaja, di mana identitas yang selama ini dieksplorasi mulai terbentuk sedikit demi sedikit sesuai tingkat kematangan individu (Paputungan, 2023). Pencarian ini melibatkan pertanyaan seperti “siapa saya” dan “seperti apa penampilan ideal diri saya”, sehingga dapat mempengaruhi perilaku penampilan termasuk penggunaan *make up*. Fase ini bersifat krusial karena ketidakstabilan identitas pada masa ini dapat berimplikasi negatif terhadap kesehatan psikososial sepanjang hidup, termasuk munculnya gejala kecemasan, stres, hingga konflik peran sosial.

Di samping tugas akademik, mahasiswi menghadapi tekanan akademik dan sosial budaya yang kompleks. Tuntutan untuk berprestasi dan menyelesaikan beban studi yang berat sering menimbulkan stres akademik. Penelitian menunjukkan bahwa peningkatan stres akibat tekanan akademik dapat menurunkan kemampuan belajar mahasiswa, misalnya menurunnya daya ingat, konsentrasi, dan performa akademik (Rahmawati et al., 2019). Tekanan orang tua agar berprestasi juga menyumbang stres tersembunyi yang dialami mahasiswa. Di sisi lain, norma sosial yang berlaku di masyarakat modern menanamkan standar kecantikan ideal yang tinggi. Standar ini, yang di masa kini amat dipengaruhi media sosial dan industri kecantikan, seringkali mendefinisikan kecantikan dengan kulit mulus, tubuh ideal, dan gaya tertentu (Sihotang & Natalia, 2025). Eksposur pada citra-citra “sempurna” di media sosial memperkuat konstruksi sosial tentang kecantikan, sehingga banyak perempuan muda cenderung membandingkan diri dengan standar tersebut. Akibatnya, mereka merasa kurang puas terhadap penampilan alami dan mengalami tekanan untuk menyesuaikan diri dengan gambar kecantikan ideal yang beredar di *platform* seperti *Instagram* (Sihotang & Natalia, 2025).

Dalam konteks kontemporer, dinamika tersebut diperkuat oleh pengaruh media sosial. Paparan konten visual pada platform digital terbukti menginternalisasi standar kecantikan tertentu dan mendorong perbandingan sosial, sehingga berkontribusi terhadap meningkatnya ketidakpuasan tubuh serta tekanan psikologis pada perempuan muda. Kajian empiris dan meta analisis menunjukkan adanya hubungan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan *body dissatisfaction* dan perilaku modifikasi penampilan, di mana narasi “*body positivity*” sekalipun tidak sepenuhnya mengurangi fokus berlebihan pada aspek fisik.

Sebagai bentuk respons adaptif, penggunaan *make up* menjadi strategi umum di kalangan mahasiswi. Data survei nasional menunjukkan bahwa 54% mahasiswa dan 69% pekerja menganggap penggunaan *make up* penting dalam aktivitas sehari-hari, khususnya pada situasi akademik seperti presentasi (“Unveiling the Beauty Secrets: Indonesian Women’s Makeup Habits,” n.d.). Preferensi penggunaan didominasi oleh riasan sederhana, dengan kecenderungan memilih produk bibir (*lip balm, lip tint, lip cream, lipstick*) dan pensil alis, sementara media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* menjadi sumber utama referensi tren serta gaya rias yang cenderung natural dan tidak berlebihan (Amanda Lim, 2024).

Faktor struktural turut berperan melalui perkembangan industri kosmetik nasional. Indonesia menempati posisi strategis sebagai salah satu pasar kosmetik terbesar di Asia Tenggara, dengan nilai pasar yang diproyeksikan mencapai miliaran dolar serta tingkat pertumbuhan sekitar 6–7% per tahun (Maryarini, 2021). Generasi muda di Indonesia, khususnya Gen Z, memandang produk kecantikan sebagai suatu kebutuhan esensial, bukan lagi sekadar keinginan (Bharvani, 2024). Hal ini tercermin dari temuan bahwa sekitar 73% responden menganggap kosmetik sebagai bagian dari kebutuhan sehari-hari, bahkan 37% di antaranya menyatakan memiliki rencana untuk meningkatkan alokasi pengeluaran pada produk kecantikan dalam kurun enam bulan mendatang.

Fenomena penggunaan *make up* oleh mahasiswi dapat dilihat sebagai respons terhadap tekanan-tekanan tersebut sekaligus sebagai bentuk ekspresi diri. *Make up*

menjadi sarana adaptasi terhadap tuntutan sosial: dengan merias wajah, mahasiswi merasa mampu menutup “kekurangan” fisik dan memenuhi ekspektasi penampilan sosial. Studi Ardhanita (2020) menemukan bahwa mayoritas perempuan yang menggunakan *make up* merasa jauh lebih percaya diri ketika keluar rumah dan berinteraksi dengan orang lain dibanding saat tidak mengenakan *make up* (Fadhillah, 2022). Hal ini karena *make up* membantu menyamarkan noda atau fitur yang dianggap kurang ideal, sehingga pemakainya merasa lebih “siap” tampil di publik. Selain itu, *make up* juga berperan sebagai alat ekspresi diri dan peningkatan kepercayaan diri. Sebagai contoh, beberapa peneliti menekankan bahwa *make up* memungkinkan individu mengekspresikan kepribadian dan suasana hati melalui pilihan warna dan gaya riasan. Penggunaan warna-warna cerah dapat menciptakan kesan percaya diri, sementara tampilan natural memberi kesan lembut dan sederhana (Astarte et al., 2024). Banyak perempuan merasakan bahwa riasan memberikan momen positif untuk fokus pada diri sendiri, melepaskan stres, dan mengulang kembali semangat hati. Dengan kata lain, *make up* menjadi bagian dari ritual *self-care* yang mendukung harga diri; perempuan yang merias wajah sering kali merasa lebih positif dan bersemangat menghadapi hari. Ruang kreatifitas dalam berdandan juga memungkinkan mahasiswi membangun citra diri yang diinginkan di mata orang lain, sebagai cara untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam interaksi sosial mereka (Astarte et al., 2024).

Dari sudut pandang psikologis, penggunaan *make up* berkaitan erat dengan kebutuhan pengakuan, harga diri, serta keinginan untuk menampilkan citra diri yang ideal. Mahasiswi yang merasa bahwa penampilan mereka belum sesuai standar sosial biasanya terdorong lebih kuat untuk berdandan sebagai bentuk kompensasi. *Make up* menjadi alat instan untuk memperbaiki citra diri, menyamarkan kekurangan, dan menumbuhkan keyakinan bahwa mereka layak tampil di ruang publik (Martiza & Sihombing, 2024). Dalam banyak kasus, penggunaan *make up* juga berkaitan dengan konsep "*self-enhancement*" dan "*self-presentation*", yaitu upaya individu untuk mempengaruhi penilaian orang lain lewat penampilan visual. Namun, ada pula mahasiswi yang menggunakan *make up* bukan karena tekanan sosial, melainkan sebagai sarana aktualisasi diri, ekspresi

kreativitas, dan penghargaan terhadap tubuhnya sendiri. Dalam perspektif ini, *make up* menjadi media ekspresi personal yang membebaskan, bukannya membatasi.

Dari sisi sosial, lingkungan kampus memainkan peran penting dalam membentuk motivasi menggunakan *make up*. Interaksi dengan teman sebaya, partisipasi dalam organisasi, kegiatan akademik maupun non-akademik, serta ekspektasi tampil rapi dan menarik di hadapan dosen atau narasumber eksternal menciptakan tuntutan tersendiri bagi mahasiswi (Martiza & Sihombing, 2024). Dalam budaya visual yang semakin dominan, penampilan sering kali menjadi tolak ukur pertama dalam menilai seseorang, terutama dalam pertemuan sosial yang berlangsung cepat dan penuh visual. Hal ini membuat banyak mahasiswi merasa perlu berdandan agar dapat diterima, dihargai, bahkan dipandang kompeten. Tuntutan sosial ini diperkuat oleh norma tak tertulis di lingkungan kampus yang mengaitkan kerapian dan kecantikan dengan kepercayaan diri, prestise sosial, bahkan kemampuan intelektual.

Tren kecantikan yang berkembang saat ini juga berpengaruh pada preferensi *make up* mahasiswi. Berbagai survei nasional menunjukkan bahwa gaya *make up* natural yang terkesan bersih, segar, dan tidak berlebihan, atau dikenal sebagai “*no-makeup look*”, sangat populer. Gaya ini didukung oleh budaya Korea (*Korean beauty*) (Fimela, 2023) yang menonjolkan wajah yang sehat dan bercahaya, bukan hanya riasan yang tebal. Survei JakPat 2023 (Reiner, 2024) mengungkap bahwa 67% perempuan muda memilih *make up* sederhana untuk aktivitas harian, sementara hanya 8% menggunakan *make up* penuh, menandakan bahwa mahasiswi cenderung memilih gaya praktis dan alami namun tetap meningkatkan rasa percaya diri.

Selain tren global, pengaruh *beauty influencer* lokal juga sangat berperan dalam membentuk kebiasaan konsumsi kosmetik di kalangan mahasiswi. Berdasarkan *ZAP Beauty Index 2023* (Yuliasuti, 2022), 78% perempuan Indonesia lebih percaya dengan rekomendasi produk dari *influencer* lokal dibanding selebritas internasional. Ini menunjukkan bahwa figur yang lebih dekat secara budaya dan bahasa memberikan pengaruh lebih besar dalam kebiasaan berdandan. Media sosial

menjadi sumber utama informasi seputar *make up*, perawatan kulit, dan gaya hidup mahasiswi yang aktif di media sosial lebih mudah terpapar konten promosi dan *tutorial make up* yang mempengaruhi persepsinya mengenai kebutuhan berdandan.

Selain faktor-faktor tersebut, nilai dan budaya juga penting untuk dipertimbangkan dalam memahami motivasi penggunaan *make up*. Di masyarakat Indonesia yang religius dan multikultural, penggunaan *make up* bukan hanya soal estetika, tetapi juga berhubungan dengan norma kesopanan, kesederhanaan, dan identitas perempuan. Sebagian masyarakat mungkin memandang *make up* sebagai pemborosan atau hal yang sia-sia, sementara yang lain melihatnya sebagai bagian dari etika sosial dalam menjaga penampilan. Mahasiswi, sebagai individu dalam masa pencarian jati diri, seringkali berada di antara berbagai nilai tersebut. Oleh karena itu, motivasi mereka dalam berdandan merupakan hasil interaksi kompleks antara aspek psikologis, sosial, budaya, dan media.

Berbagai penelitian menyoroti dampak negatif media sosial dalam membentuk citra “ideal” wajah atau tubuh. Contohnya, studi mahasiswa UNAIR (2024) menunjukkan bahwa paparan iklan kecantikan di media sosial menciptakan standar kecantikan yang sulit dicapai, sehingga mendorong remaja untuk membandingkan diri mereka dengan model dalam iklan, yang berujung pada perasaan rendah diri dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Dampak lainnya adalah munculnya fenomena FOMO (*fear of missing out*) dalam mengikuti tren kecantikan, banyak remaja, termasuk mahasiswa perempuan, merasa terpaksa selalu memakai *make up* agar mendapat pengakuan sosial. Kondisi ini menimbulkan stres dan kecemasan psikologis, sehingga sangat diperlukan sebuah nilai luhur yang mampu menyeimbangkan dorongan tersebut.

Adapun fenomena yang terjadi di lokasi penelitian, yakni pada mahasiswi Program Studi Tasawuf dan Psikoterapi UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2021, menunjukkan pola serupa. Sebagian besar mahasiswi menggunakan *make up* dalam aktivitas perkuliahan, terutama pada situasi formal seperti presentasi, seminar, atau kegiatan kampus yang menuntut interaksi sosial. *Make up* dipersepsikan sebagai sarana untuk meningkatkan rasa percaya diri, tampil rapi di

hadapan dosen maupun teman sebaya, serta menyesuaikan diri dengan norma estetika di lingkungan akademik. Namun, terdapat pula keraguan terkait konsistensi penggunaan *make up* dengan nilai spiritual yang dipelajari dalam Tasawuf, khususnya qana'ah, yang menekankan sikap cukup, ikhlas, dan pengendalian diri.

Dengan demikian, *make up* memiliki fungsi ambivalen yaitu di satu sisi berperan sebagai sarana regulasi psikologis untuk meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan tampil, namun di sisi lain merepresentasikan objektifikasi sosial dan konsumerisme. Dalam kerangka penelitian, fenomena ini menjadi relevan untuk dikaji melalui perspektif qana'ah, yang menurut Hamka mencakup dimensi kerelaan, ikhtiar proporsional, kesabaran, tawakal, dan sikap tidak terikat pada tipu daya dunia. Qana'ah dipandang berpotensi sebagai faktor protektif yang menyeimbangkan motivasi penggunaan *make up* agar tetap proporsional, bernilai spiritual, serta bebas dari tekanan sosial yang berlebihan.

Hubungan antara *make up* dan penerimaan diri (*self-acceptance*) sangat relevan dalam memahami motivasi ini. Penerimaan diri berarti menghargai dan mencintai seluruh aspek diri sendiri, termasuk penampilan natural (Palupi, 2020). Beberapa penelitian sebelumnya, salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Palupi, meneliti bagaimana tingkat penerimaan diri mempengaruhi intensi menggunakan *make up* (Palupi, 2020). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa citra diri positif berkorelasi dengan kepercayaan diri yang lebih tinggi, walaupun motivasi penggunaan *make up* belum tentu berhubungan langsung dengan *self-esteem*. Artinya, seorang mahasiswi yang telah menerima dirinya secara utuh mungkin menggunakan *make up* karena kebiasaan pribadi atau untuk ekspresi diri (motivasi intrinsik), bukan semata untuk menutupi kekurangan karena kurang percaya diri. Dengan demikian, *self-acceptance* dapat menjadi faktor yang mengurangi tekanan untuk bergantung sepenuhnya pada *make up* demi penghargaan orang lain.

Secara psikologis, penggunaan *make up* juga dapat dihubungkan dengan konsep penerimaan diri (*self-acceptance*). Orang yang memiliki penerimaan diri rendah cenderung menanggapi kondisi yang tidak ideal dalam dirinya dengan reaksi negatif, sedangkan mereka yang mampu menerima diri akan bereaksi positif.

Menurut Mutawakkil (Alallah, 2022) *self-acceptance* atau penerimaan diri selaras dengan konsep qana'ah. Sebagaimana *self-acceptance* Qur'ani yang menekankan aspek spiritual dan menggambarkan kemampuan menerima kenyataan hidup dengan penuh kesadaran dan sikap positif, qanā'ah dalam penelitian ini juga memiliki karakter serupa. Oleh karena itu, terdapat istilah *qāni*' yang merujuk pada sifat qanā'ah, serta *muqni*' yang mengacu pada tindakan yang mencerminkan sikap tersebut. Berdasarkan penafsiran para ulama, Al-Qur'an tidak hanya menyebut qanā'ah secara eksplisit, tetapi juga melalui istilah lain seperti *ḥasanah*, *tayyibah*, *ginā*, dan *na'im*. Jika makna dari istilah-istilah tersebut dikaji dengan mempertimbangkan konteks ayat secara menyeluruh, dapat disimpulkan bahwa qanā'ah memiliki makna yang sejalan dengan *self-acceptance* Qur'ani.

Secara praktis, sikap qana'ah dapat berperan sebagai penyeimbang dalam menghadapi perilaku konsumtif. Penelitian di Universitas Islam Riau menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan, semakin tinggi tingkat qana'ah seseorang, semakin rendah kecenderungan mereka dalam perilaku konsumtif (Kurniawan, 2020). Hal ini menegaskan bahwa qana'ah mampu mengendalikan nafsu berlebihan. Islam sendiri melarang sikap boros dan kemewahan tanpa manfaat, seperti firman Allah dalam QS. Al-A'raf 7:31 yang menyatakan, "*pakailah pakaianmu yang indah... dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*" Begitu pula sabda Nabi SAW yang menyampaikan, "*Binasalah orang-orang yang berlebih-lebihan.*" Qana'ah sesuai dengan prinsip moderasi tersebut karena menumbuhkan kesadaran untuk merasa cukup dan bersyukur, bukan terus-menerus mengejar materi atau penampilan yang berlebihan.

Dari sudut pandang psikologis dan spiritual, qana'ah memberikan banyak manfaat. Individu yang memiliki sikap qana'ah biasanya lebih tenang secara batin, tidak mudah cemas atau iri saat membandingkan diri dengan orang lain. Mereka lebih fokus pada esensi diri (karakter) daripada sekadar penampilan luar, serta menjalani hidup sederhana sesuai kebutuhan, bukan dipenuhi keinginan berlebih. Sikap ini menawarkan kebebasan dari tekanan sosial untuk mengikuti tren

kecantikan terbaru, orang yang qana'ah hidup berdasarkan nilai pribadi, bukan hanya mengikuti ekspektasi sosial. Secara klinis, qana'ah juga dikaitkan dengan kesehatan mental yang lebih baik. Oleh karena itu, qana'ah dapat membantu mahasiswi menjalani kehidupan dengan lebih damai, fokus pada proses hidup, dan tidak terjebak dalam persaingan tentang penampilan.

Selain itu, penting untuk dipahami bahwa qana'ah tidak melarang seseorang merawat dirinya. Islam justru menganjurkan untuk menjaga kebersihan dan penampilan dengan niat yang benar. Sebagaimana dijelaskan oleh Syekh Ibnu Abdil Barr, berhias dan membersihkan diri diperbolehkan selama tidak berlebihan atau bernuansa kemewahan. NU Online menyatakan bahwa penggunaan produk perawatan kulit hukumnya mubah karena Islam mendorong menjaga kebersihan dan kesehatan, termasuk perawatan kulit (Lubis, 2023). Ustadzah Ferihana (UII) juga mengingatkan bahwa “*Allah SWT itu indah dan mencintai keindahan*”; mempercantik diri dengan niat baik bahkan dapat dianggap sebagai ibadah (HR. Ath-Thabrani) (SF, 2020). Namun, syariat tetap melarang sikap mubazir dan pamer (*tabarruj*). Qana'ah menguatkan keseimbangan ini, mahasiswi diajak merawat diri sebagai bentuk syukur dan menjaga amanah Allah, tetapi tetap dengan kesederhanaan. Dengan niat ikhlas (misalnya untuk ibadah atau menjaga kebersihan), perawatan diri tidak menjadi sia-sia atau melanggar prinsip agama. Qana'ah memandu agar tindakan berhias dilakukan sewajarnya tidak sekadar mengikuti hawa nafsu atau tekanan sosial sehingga tetap dalam batas proporsional dan penuh rasa syukur.

Dengan demikian, qana'ah menjadi benteng spiritual dalam menghadapi tekanan untuk tampil berlebihan. Secara konseptual, qana'ah mengajarkan rasa cukup, rasa syukur, dan penerimaan diri sebagai penangkal rasa minder dan konsumtif. Secara praktis, qana'ah mendorong mahasiswi untuk menyelaraskan niat dan tindakan, tetap menjaga kebersihan dan penampilan sesuai ajaran Islam, tetapi dengan sikap sederhana dan proporsional. Sikap qana'ah menuntun individu untuk menjaga keseimbangan antara usaha dan tawakal, antara keinginan tampil menarik dan menjaga fitrah, sehingga tindakan berhias tidak berubah menjadi

pemborosan atau pamer. Oleh karena itu, nilai qana'ah tidak bertentangan dengan merawat diri, melainkan mengarahkan agar proses tersebut dilandasi oleh keikhlasan, kesederhanaan, dan harmoni antara kebutuhan duniawi dan nilai-nilai spiritual Islam.

Fokus penelitian pada mahasiswi Jurusan Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dilandasi oleh relevansi akademis dan kontekstual. Program studi Tasawuf dan Psikoterapi memang dirancang untuk mengintegrasikan studi spiritual (tasawuf/sufisme) dengan aspek psikoterapi. Mahasiswi program ini secara khusus mempelajari konsep-konsep tasawuf seperti muhasabah (introspeksi diri), tawakal, dan qana'ah sebagai dasar pembentukan kepribadian islami. Dengan demikian, mereka memiliki kerangka berpikir yang matang mengenai keterkaitan nilai spiritual dengan kesejahteraan psikologis. Mengkaji perilaku *make up* pada kelompok ini memungkinkan peneliti melihat langsung bagaimana pemahaman keagamaan dan terapi psikologis mempengaruhi sikap terhadap penampilan. Selain itu, mahasiswi angkatan 2021 masih muda dan heterogen latar demografinya, sehingga memberikan data yang representatif tentang bagaimana perempuan Muslim generasi kini menginternalisasi ajaran tasawuf dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam keputusan berdandan. Pemilihan sampel ini juga mempertimbangkan konteks sosial kampus keagamaan UIN Sunan Gunung Djati, di mana norma agama dan budaya saling silang, membuat penelitian menjadi kaya makna bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada dua variabel utama: Qana'ah dan motivasi penggunaan *make up*, serta bagaimana kedua aspek ini saling berkaitan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021. Melalui kajian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pengaruh qana'ah terhadap perilaku penggunaan *make up* di kalangan perempuan muda. Dengan latar belakang penelitian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul “*Hubungan Qana'ah dengan Motivasi Penggunaan Make up Mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi Angkatan 2021 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat Qana'ah pada mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021?
2. Bagaimana tingkat motivasi penggunaan *make up* di kalangan mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021?
3. Bagaimana hubungan Qana'ah dan motivasi penggunaan *make up* pada mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui bagaimana tingkat Qana'ah pada mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021.
2. Mengetahui bagaimana tingkat motivasi penggunaan *make up* di kalangan mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021.
3. Mengetahui bagaimana hubungan Qana'ah dengan motivasi penggunaan *make up* pada mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian berjudul " Hubungan Qana'ah dengan Motivasi Penggunaan *Make up* Mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi Angkatan 2021 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung " diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Berikut adalah uraian mengenai manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis/Akademis

Penelitian ini berpotensi memperkaya ilmu tasawuf dan psikoterapi, khususnya dalam memahami hubungan antara penerimaan diri dan motivasi dalam penggunaan *make up*. Dengan menganalisis kedua variabel tersebut, diharapkan dapat menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan kosmetik di kalangan perempuan muda.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak kampus dan pendidik dalam Program Studi Tasawuf dan Psikoterapi untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku mahasiswi. Bagi mahasiswi sendiri, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya qana'ah (kepuasan batin) dalam menghadapi tekanan sosial, sehingga penggunaan *make up* dapat dipahami secara proporsional sebagai ekspresi diri yang positif. Dengan memahami kaitan antara penerimaan diri dan motivasi penggunaan *make up*, diharapkan mahasiswi dapat lebih menyadari pentingnya memiliki penerimaan diri yang positif. Hal ini dapat membantu untuk membangun rasa percaya diri yang sehat, tanpa terlalu bergantung pada penampilan fisik semata.

E. Kerangka Berpikir

Mahasiswi usia 18–25 tahun berada pada tahap dewasa awal, masa transisi pembentukan identitas dan peran hidup. Pada fase ini, identitas yang dieksplorasi mulai berkembang seiring kematangan individu (Papatungan, 2023), termasuk pencarian “siapa saya” dan “penampilan ideal saya”, yang dapat mempengaruhi perilaku penampilan seperti penggunaan *make up*. Dalam satu dekade terakhir, kemajuan teknologi digital, media sosial, dan tren kecantikan global mendorong peningkatan penggunaan *make up*, terutama di kalangan perempuan muda termasuk mahasiswi. Jika dulu *make up* hanya dipakai untuk acara khusus, kini menjadi bagian dari rutinitas harian, bahkan di kampus. Bagi mahasiswi pada tahap awal dewasa, *make up* berperan sebagai sarana pembentukan identitas, penciptaan citra diri, serta media ekspresi dan komunikasi sosial.

Di sisi lain, norma sosial yang berlaku di masyarakat modern menanamkan standar kecantikan ideal yang tinggi. Standar ini, yang di masa kini amat dipengaruhi media sosial dan industri kecantikan, seringkali mendefinisikan kecantikan dengan kulit mulus, tubuh ideal, dan gaya tertentu (Sihotang & Natalia, 2025). Eksposur pada citra-citra “sempurna” di media sosial memperkuat konstruksi sosial tentang kecantikan, sehingga banyak perempuan muda cenderung membandingkan diri dengan standar tersebut. Akibatnya, mereka merasa kurang

puas terhadap penampilan alami dan mengalami tekanan untuk menyesuaikan diri dengan gambar kecantikan ideal yang beredar di *platform* seperti *Instagram* (Sihotang & Natalia, 2025).

Penggunaan *make up* di kalangan mahasiswi dipengaruhi standar kecantikan yang dibentuk media sosial melalui figur publik dan influencer dengan citra wajah ideal. Tekanan ini mendorong mahasiswi memakai *make up* untuk menarik perhatian, meningkatkan percaya diri, atau tampil profesional. Studi menunjukkan *make up* membuat mereka merasa lebih siap di ruang publik dengan menutupi kekurangan dan mempercantik wajah melalui teknik rias menggunakan kosmetik (Fadhillah, 2022). Sementara itu, (I. Kartono, 2014) mendefinisikan *Make up* adalah proses pengaplikasian kosmetik berwarna, seperti *foundation*, *blush on*, *eyeliner*, *eyeshadow*, dan *lipstick*, untuk menciptakan tampilan wajah yang lebih menarik. Sebagai tata rias wajah, *make up* mencakup berbagai teknik, alat, dan produk kosmetik yang berfungsi meningkatkan daya tarik seseorang. *Make up* sering dianggap sebagai salah satu sarana paling efektif untuk meningkatkan daya tarik seseorang (Thetrawan et al., 2016). Dengan demikian, *make up* tidak hanya berfungsi sebagai alat kosmetik, tetapi juga menjadi sarana penting bagi mahasiswi untuk memenuhi standar kecantikan, mengekspresikan diri, dan membangun kepercayaan diri dalam berbagai konteks sosial.

Survei Harvard University dan Dove menunjukkan hanya 2% perempuan di dunia dan kurang dari 3% di Asia merasa percaya diri dengan kecantikannya, sementara di Indonesia angkanya kurang dari 40%. Banyak perempuan menggunakan *make up* untuk meningkatkan kepercayaan diri dan citra diri; 75% memakainya untuk merasa lebih baik dan 56% untuk tampil rapi serta profesional (Medenwald & Field Agent, 2015). Media sosial turut membentuk standar kecantikan yang mendorong perempuan, termasuk mahasiswi, menggunakan *make up* sebagai respons terhadap tekanan sosial (Perkins & Lowrey, 2021). Persepsi kecantikan yang berfokus pada aspek fisik membuat *make up* dipandang sebagai cara menutupi kekurangan dan memperkuat rasa percaya diri (Moernantyo, 2005). Selain itu, *make up* juga memiliki kemampuan untuk membentuk persepsi diri,

meningkatkan kepercayaan diri, mengubah tampilan wajah, serta memberikan kepuasan bagi penggunanya terhadap penampilan mereka sendiri (Elianti & Pinasti, 2017). Hal ini selaras dengan fakta bahwa penampilan fisik merupakan aspek pertama yang diperhatikan saat seseorang berinteraksi dengan orang lain (Sumanty et al., 2018). Berdasarkan uraian tersebut, diketahui bahwa rendahnya rasa percaya diri terhadap kecantikan mendorong mahasiswi menggunakan *make up* tidak hanya untuk mempercantik diri, tetapi juga sebagai strategi membangun citra diri dan menghadapi tekanan standar kecantikan yang dibentuk media sosial.

Penelitian berjudul "Pengaruh Intensitas Penggunaan *Make up* Terhadap Kepercayaan Diri (*Self Confidence*) Mahasiswi Angkatan 2018 di UIN Walisongo Semarang" oleh Salsabila (Ramadani, 2021) mengungkapkan bahwa semakin sering seseorang menggunakan *make up*, semakin tinggi tingkat kepercayaan dirinya. Temuan ini menunjukkan bahwa *make up* tidak hanya berfungsi untuk mempercantik tampilan, tetapi juga berperan dalam aspek psikologis, khususnya dalam meningkatkan rasa percaya diri. Penggunaan *make up* dapat membuat seseorang merasa lebih nyaman dengan penampilannya, sehingga memperkuat keyakinan diri dalam berinteraksi sosial.

Motivasi penggunaan *make up* terbagi menjadi intrinsik, ekstrinsik, dan pemosisian sosial (Karabulut et al., 2020). Motivasi intrinsik muncul dari kepuasan personal, seperti menikmati proses berdandan atau merasa senang dengan hasilnya (Astuti et al., 2023). Motivasi ekstrinsik dipengaruhi faktor luar, seperti pujian, tuntutan sosial, atau takut kritik. Pemosisian sosial terkait keinginan membentuk citra sesuai norma atau status, misalnya tampil modis atau menonjol di kampus. Ketiga motivasi ini saling berhubungan, di mana kepuasan pribadi sering dipengaruhi tekanan eksternal dan standar kecantikan sosial, sehingga mendorong mahasiswi menggunakan *make up* untuk meningkatkan kepercayaan diri atau menutupi kekurangan fisik (Fadhillah, 2022). Analisis motivasi ini membuka keterkaitan dengan penerimaan diri, karena cara mahasiswi memandang *make up* dapat mencerminkan sejauh mana mereka menerima penampilan alaminya atau merasa perlu menyesuaikannya dengan ekspektasi sosial.

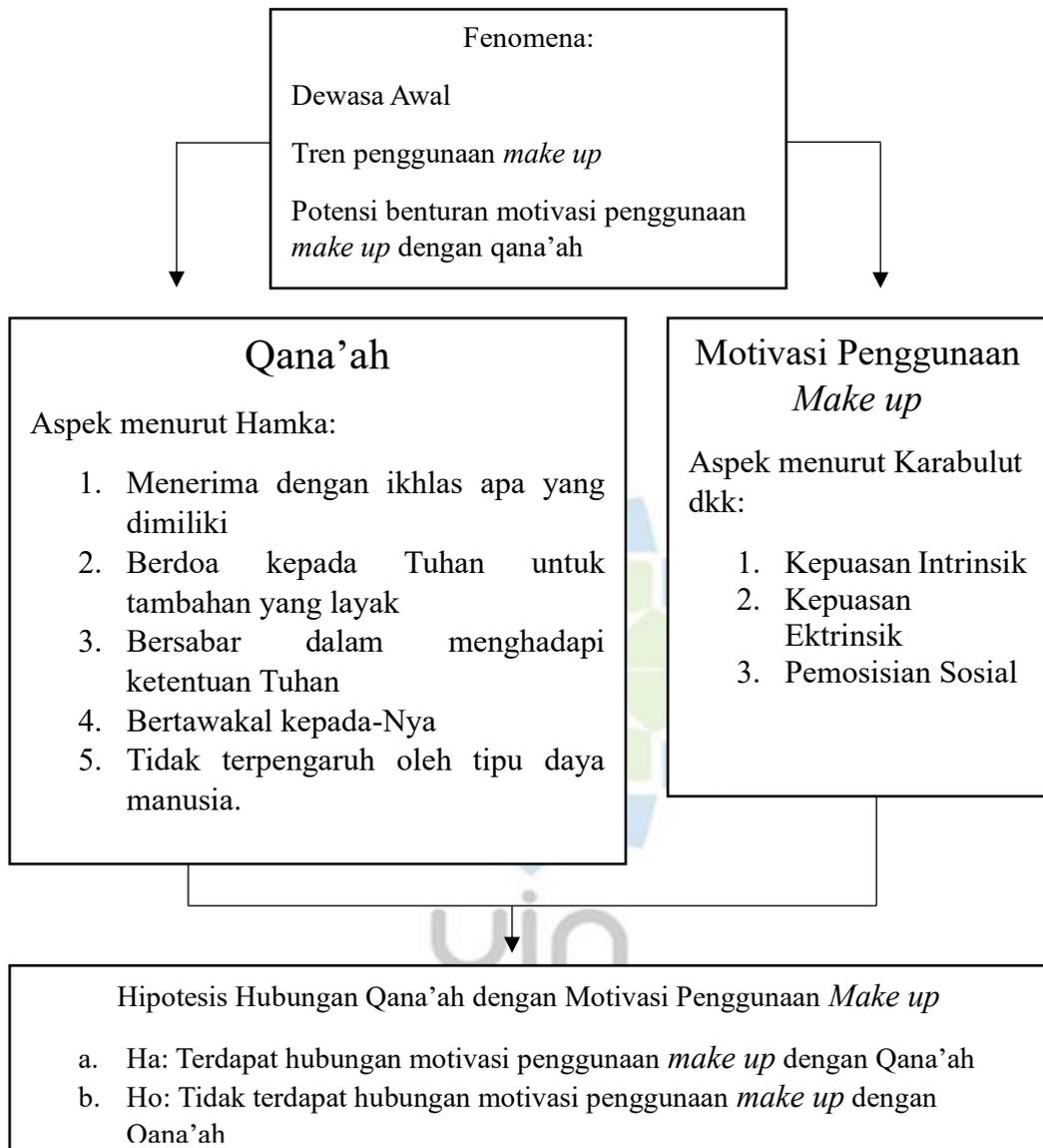
Hubungan *make up* dan penerimaan diri penting untuk memahami motivasi penggunaannya. Penerimaan diri berarti menghargai seluruh aspek diri, termasuk penampilan natural (Palupi, 2020). Mahasiswi dengan *self-acceptance* tinggi cenderung tidak menggantungkan harga diri pada penampilan yang diubah, melainkan menerima wajah sebagai anugerah Allah. Mereka mungkin menggunakan *make up* untuk ekspresi diri (motivasi intrinsik), bukan semata menutupi kekurangan. Dengan demikian, *self-acceptance* dapat mengurangi tekanan untuk bergantung pada *make up* demi pengakuan sosial. Secara psikologis, penggunaan *make up* berkaitan dengan penerimaan diri (*self-acceptance*). Individu dengan penerimaan diri rendah cenderung bereaksi negatif terhadap kondisi yang dianggap kurang ideal, sedangkan mereka yang mampu menerima diri merespons secara positif. Menurut Mutawakkil (Alallah, 2022), *self-acceptance* selaras dengan konsep qana'ah dalam Al-Qur'an, yang menekankan penerimaan hidup dengan kesadaran dan sikap positif. Qana'ah mencakup sifat (*qāni'*) dan tindakan nyata (*muqni'*) yang mencerminkan sikap tersebut, serta tercermin dalam istilah lain seperti *ḥasanah*, *tayyibah*, *ginā*, dan *na'im*. Dengan demikian, qana'ah dapat dipahami sebagai bentuk *self-acceptance* Qur'ani.

Dalam perspektif Islam, qana'ah adalah sikap merasa cukup dan menerima ketetapan Allah dengan lapang dada, disertai rasa syukur dan tawakal (F. F. W. Sari, 2017). Orang yang ber-qana'ah tetap berusaha, namun menyerahkan hasil kepada Allah tanpa iri atau cemas berlebihan terhadap urusan duniawi. Dalam konteks penampilan, mahasiswi yang mempraktikkan qana'ah cenderung menerima rupa aslinya sebagai ketetapan Tuhan tanpa dorongan berlebihan untuk tampil lebih cantik. Penelitian Haq et al berjudul "Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya dan Penerimaan Diri dengan Motivasi Menghafal Al-Qur'an di SMP Islam Terpadu At-Taqwa Pusat" (Haq et al., 2022) menunjukkan dukungan sosial teman sebaya dan penerimaan diri berhubungan positif dengan motivasi menghafal Al-Qur'an. Temuan ini menjadi dasar untuk meneliti qana'ah sikap merasa cukup dan menerima diri sebagai faktor yang dapat mempengaruhi motivasi dalam berbagai aspek, termasuk penggunaan *make up*, sehingga memberikan pemahaman lebih mendalam tentang faktor psikologis di balik perilaku tersebut.

Qana'ah berperan penting dalam menyeimbangkan motivasi penggunaan *make up* pada mahasiswi Muslim. Sikap ini menumbuhkan rasa syukur dan kepuasan batin, sehingga *make up* digunakan secara wajar tanpa obsesi berlebihan. Qana'ah membantu mengurangi kecemasan sosial dengan menekankan bahwa kebahagiaan sejati bersumber dari ketenangan hati, bukan penampilan (Kamaludin, 2024). Dengan demikian, mahasiswi tetap berpenampilan rapi sesuai tuntunan agama, namun menerima bentuk alami wajahnya, sehingga motivasi ekstrinsik sosial tidak mendominasi perilaku *make up*.

Pembatasan subjek penelitian hanya pada perempuan dalam program studi ini dilakukan untuk menjaga fokus analisis dan menghindari kompleksitas tambahan terkait perbedaan gender. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu menggambarkan secara lebih mendalam hubungan antara nilai spiritual qana'ah dan motivasi penggunaan *make up* pada perempuan muda yang tengah berada dalam fase pembentukan identitas diri. Fokus penelitian pada mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung dipilih karena penelitian ini mengintegrasikan nilai tasawuf, seperti muhasabah, tawakal, dan qana'ah, dengan psikoterapi sebagai pembentuk kepribadian islami. Hal ini memungkinkan analisis tentang pengaruh pemahaman spiritual dan psikologis terhadap sikap terhadap penampilan. Selain itu, angkatan 2021 yang masih muda dan beragam latar belakangnya memberikan gambaran representatif tentang internalisasi ajaran tasawuf dalam keputusan berdandan di lingkungan kampus keagamaan.

Tabel 1. 1 Skema Kerangka Berpikir



F. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah diubah menjadi pertanyaan penelitian. Jawaban tersebut dikatakan sementara karena masih didasarkan pada teori yang relevan, belum diuji dengan data empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara intensitas penggunaan *make up* dengan qana'ah.

- a. Ha: Terdapat hubungan motivasi penggunaan *make up* dengan Qana'ah mahasiswi Tasawuf Psikoterapi angkatan 2021 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- b. Ho: Tidak terdapat hubungan motivasi penggunaan *make up* dengan Qana'ah mahasiswi Tasawuf Psikoterapi angkatan 2021 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada lima studi sebelumnya yang relevan sebagai dasar untuk mendukung penelitian yang akan dilaksanakan, yaitu:

Puji Astuti, Nasril, dan Zakirman (Astuti et al., 2023) dalam penelitiannya yang berjudul "*Motivasi Berhias dan Kaitannya dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri di Teratak Baru Pesisir Selatan*" bertujuan menganalisis hubungan antara motivasi berhias dan tingkat kepercayaan diri. Penelitian lapangan ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan responden remaja putri, serta pengumpulan data melalui angket motivasi berhias dan skala kepercayaan diri. Hasil penelitian menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi berhias, semakin tinggi pula kepercayaan diri. Persamaan penelitian ini dengan skripsi terletak pada fokus kajian perilaku berhias atau penggunaan *make up* sebagai faktor yang mempengaruhi kondisi psikologis. Perbedaannya, penelitian terdahulu menempatkan motivasi berhias sebagai variabel bebas dan kepercayaan diri sebagai variabel terikat, sedangkan skripsi ini menjadikan qana'ah sebagai variabel bebas dan motivasi

penggunaan *make up* sebagai variabel terikat. Dari sisi subjek, penelitian terdahulu melibatkan remaja putri di Teratak Baru, sementara skripsi ini meneliti mahasiswa Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Oleh karena itu, penelitian terdahulu menjadi rujukan relevan untuk memahami keterkaitan berhias dengan faktor internal individu, sedangkan penelitian ini memperluas kajian dengan memasukkan dimensi religius melalui variabel qana'ah.

Dini Hanifa Al Haq dkk (Haq et al., 2022) *Hubungan Dukungan Sosial Teman Sebaya dan Penerimaan Diri dengan Motivasi Menghafal Al-Qur'an di SMP Islam Terpadu At-Taqwa Pusat*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antara dukungan sosial dari teman sebaya serta penerimaan diri dengan motivasi siswa dalam menghafal Al-Qur'an. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan melibatkan 124 siswa yang dipilih melalui teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara dukungan sosial teman sebaya dengan motivasi menghafal Al-Qur'an, yang ditunjukkan oleh koefisien korelasi sebesar 0,549 dengan nilai signifikansi 0,000. Selain itu, penerimaan diri juga memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap motivasi menghafal, dengan koefisien korelasi 0,521 serta nilai signifikansi 0,000. Dukungan dari teman sebaya dapat memberikan motivasi emosional, semangat, dan rasa kebersamaan yang membantu siswa merasa lebih nyaman serta terdorong untuk terus menghafal. Sementara itu, penerimaan diri yang baik memungkinkan siswa untuk lebih menghargai potensinya, merasa cukup dengan kemampuannya, serta tidak mudah berkecil hati dalam menghadapi tantangan selama proses menghafal. Dengan demikian, perbedaan utama antara penelitian yang dikasi oleh penulis dengan penelitian ini terletak pada objek, konteks, pendekatan teoretis, dan dimensi nilai yang dikaji. Jika penelitian Haq dkk. lebih menekankan pada pengaruh faktor sosial dan psikologis terhadap motivasi ibadah di kalangan remaja, sedangkan penelitian yang dikaji oleh penulis menghadirkan pendekatan religio-psikologis dalam memahami dinamika motivasi berhias di tengah realitas sosial yang kompleks, khususnya dengan mempertimbangkan nilai qana'ah sebagai landasan penguatan spiritual mahasiswa muslimah.

Penelitian Yunida Rif'atunnisa, Muhammad Syarif Hidayatullah dan Rendy Alfiannoor Achmad (Rif'atunnisa et al., 2022) berjudul "*Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Intensi Menggunakan Make up pada Siswi SMK Negeri 2 Banjarbaru*" bertujuan mengkaji keterkaitan antara tingkat kepercayaan diri dan intensi menggunakan *make up* pada siswi. Menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional, penelitian ini melibatkan siswi SMK Negeri 2 Banjarbaru yang dipilih melalui teknik sampling tertentu. Instrumen penelitian berupa skala kepercayaan diri dan skala intensi penggunaan *make up* yang telah teruji validitas serta reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Product Moment. Hasil penelitian memperlihatkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kepercayaan diri dan intensi penggunaan *make up*, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi rasa percaya diri, semakin besar pula kecenderungan siswi untuk menggunakan *make up*. Temuan ini mendukung pandangan bahwa *make up* tidak hanya berfungsi mempercantik penampilan, tetapi juga menjadi sarana ekspresi diri yang berkaitan erat dengan kepercayaan diri. Persamaannya dengan skripsi ini terletak pada kesamaan variabel terikat, yaitu perilaku penggunaan *make up*. Namun, perbedaan utama terdapat pada variabel bebas. Penelitian terdahulu menggunakan kepercayaan diri sebagai variabel bebas, sedangkan skripsi ini menggunakan qana'ah yakni sikap menerima dan merasa cukup terhadap ketentuan Allah SWT sebagai faktor yang diduga mempengaruhi motivasi penggunaan *make up*. Dari sisi subjek, penelitian terdahulu meneliti siswi SMK, sedangkan skripsi ini berfokus pada mahasiswi jurusan Tasawuf dan Psikoterapi. Dengan demikian, skripsi ini memberikan kontribusi baru dengan mengintegrasikan dimensi religius ke dalam kajian perilaku penggunaan *make up*, yang belum banyak dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya.

Luh Dyah Savitania Tantri Arka (Tantri Arka, 2022) *Make up dan Kepercayaan Diri (Studi Korelasi Antara Intensitas dan Motivasi Penggunaan Make up Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri dalam Komunikasi Interpersonal Mahasiswi Ilmu Komunikasi UNS Angkatan 2017 – 2020)*. Luh Dyah Savitania Tantri Arka melakukan penelitian yang mengeksplorasi hubungan antara intensitas dan motivasi penggunaan *make up* dengan tingkat kepercayaan diri dalam komunikasi

interpersonal pada mahasiswi Ilmu Komunikasi UNS angkatan 2017-2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *make up* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan diri ($p = 0,005$), begitu pula dengan motivasi penggunaannya yang juga menunjukkan pengaruh signifikan ($p = 0,000$). Dalam studinya, Arka menemukan bahwa semakin sering seseorang menggunakan *make up*, semakin tinggi pula rasa percaya dirinya, terutama dalam situasi yang membutuhkan interaksi sosial. Selain itu, motivasi penggunaan *make up*, baik untuk meningkatkan penampilan pribadi maupun memperoleh penerimaan sosial, turut berperan dalam membangun kepercayaan diri individu saat berkomunikasi. Dengan demikian, perbedaan mendasar antara penelitian yang dikaji oleh penulis dan penelitian ini terletak pada pendekatan nilai dan tujuan pengukuran motivasi. Penelitian Tantri Arka berfokus pada aspek psikososial dalam konteks komunikasi, sedangkan penelitian yang dikaji oleh penulis menelaah motivasi penggunaan *make up* dalam perspektif nilai - nilai spiritual Islam, khususnya qana'ah, yang diharapkan dapat menjadi faktor internal penguat dalam menghadapi tekanan sosial terkait citra dan standar kecantikan perempuan.

