

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi institusi pendidikan di berbagai kampus, peran *brand ambassador* menjadi lebih umum di kalangan mahasiswa sebagai perwakilan kampus atau institusi, posisi *brand ambassador* ini tidak sekadar menuntut *skills* komunikasi yang mumpuni, melainkan juga kapabilitas dalam mempromosikan citra diri positif melalui pembawaan diri, tingkah laku, serta penampilan visual. Di antara indikator-indikator tersebut, aspek penampilan kerap menjadi poin krusial yang disoroti karena dipandang mampu mendukung profesionalitas dan kredibilitas seorang *brand ambassador*.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti, Fenomena ini juga merambah ke dunia akademik, khususnya pada peran *Brand Ambassador* (BA) di perguruan tinggi. Di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung, para mahasiswa yang terpilih sebagai *Brand Ambassador* memikul tanggung jawab besar sebagai representasi citra institusi. Mereka adalah “wajah” kampus yang bertugas mempromosikan nilai-nilai universitas, baik melalui kegiatan formal maupun konten digital di media sosial. Sebagai ikon kampus, tuntutan untuk selalu tampil menarik dan proporsional menjadi sebuah konsekuensi yang tidak terelakkan. Tekanan untuk mempertahankan citra visual yang sempurna di depan audiens sering kali membuat individu terjebak dalam kecemasan akan penampilan fisik atau *body image* (D. N. Firdaus, 2024).

Pada kegiatan *brand ambassador* Uin Sunan Gunung Djati Bandung, umumnya dituntut untuk menjaga penampilan ketika mengikuti berbagai kegiatan kampus seperti pelantikan, promosi kampus, pembuatan konten dan sesi pemotretan. Para *brand ambassador* perempuan sering dijumpai tampil dengan busana yang rapih serta menggunakan *make up* yang disesuaikan dengan citra institusi, penampilan tersebut menjadi bagian dari peran mereka

sebagai representasi kampus di hadapan civitas akademika maupun masyarakat luas.

Temuan diperkuat melalui wawancara pendahuluan dengan salah satu mahasiswi *brand ambassador* Uin Sunan Gunung Djati Bandung. Informan mengungkapkan bahwa penggunaan *make up* dipandang sebagai suatu bentuk profesionalitas ketika menjalankan peran sebagai *brand ambassador*. Penggunaan *make up* dipandang sebagai salah satu bentuk profesionalitas dalam merepresentasikan institusi di hadapan civitas akademika maupun masyarakat luas.

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh salah satu mahasiswi *brand ambassador* yang menyebutkan bahwa “iya, menurut aku termasuk salah satu bentuk profesionalitas. Karena dengan penampilan yang rapi, kita juga menunjukkan rasa menghargai acara dan orang-orang yang kita temui. Tapi tetap secukupnya aja, ngga harus berlebihan” (Anggun Nata Utami Rahman, Wawancara 7 Juli 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *make up* tidak hanya dipahami sebagai upaya mempercantik diri tetapi dimaknai juga dengan profesionalitas dalam merepresentasikan citra institusi. Hal ini menarik dikaji karena ditengah tuntutan sebagai *brand ambassador* para mahasiswi berupaya menjaga keseimbangan batin dengan cara memkanai peenggunaan make up sebagai cara untuk menjaga keseimbangan antara tuntutan citra dengan ketenangan batin.

Penggunaan *make up* dikalangan mahasiswi masa kini tidak lagi dipandang semata sebagai alat mempercantik diri, melainkan telah menjadi bagian dari identitas, ekspresi diri, bahkan tuntutan professional dalam berbagai bidang. Bagi sebagian *brand ambassador*, *make up* dapat meningkatkan rasa percaya diri Ketika berinteraksi dengan public maupun menjalankan tugasnya. Oleh karena itu, penggunaan *make up* menjadi sesuatu yang lumrah bagi mereka dan selalu digunakan dalam sehari-hari.

Temuan penelitian lain menemukan bahwa *make up* dan *skincare* pada mahasiswi dapat berubah menjadi praktik konsumtif Ketika dipengaruhi oleh

tren, *beauty vlogger*, dan teman sebaya. Hal ini menunjukkan bahwa *make up* telah berkembang dari sekadar rutinitas perawatan diri menjadi praktik social yang memiliki unsur simbolik, psikologis dan konsumtif (Maidiyah, 2022).

Tuntutan profesional bagi seorang *Brand Ambassador* untuk menggunakan *make up* secara intensif seringkali berbenturan dengan nilai-nilai personal maupun digital. Di satu sisi, mereka harus mengikuti protokol penampilan yang indah. Sebagai mahasiswa di lingkungan kampus berbasis islam, terdapat nilai-nilai kesederhanaan yang harus dijaga. Penggunaan *make up* yang berlebihan beresiko mengaburkan identitas asli individu dan menciptakan ketergantungan psikologis, di mana seseorang merasa tidak berharga atau tidak mampu tampil di publik jika tidak menggunakan riasan (Wiwien Dinar Pratisti Susantyo Yuwono, 2018). Meskipun demikian, tuntutan untuk selalu tampil menarik juga dapat menghadirkan pengalaman psikologis yang berbeda pada setiap individu.

Dalam perspektif psikologi islam dan sosiologi kecantikan, fenomena tersebut memunculkan dinamika yang kompleks. Di satu sisi terdapat tekanan sosial yang mendorong perempuan untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang dianggap ideal. Di sisi lain, terdapat kebutuhan untuk memperoleh ketenangan batin dan menerima diri secara utuh. Kondisi ini juga ditemukan dalam penelitian mengenai konstruksi social penggunaan *make up* pada mahasiswi Universitas Terbuka (Syerly Martiza & Grace Apriani Sihombing, 2024).

Tuntutan untuk menjaga penampilan tidak selalu memberikan dampak positif. Pada beberapa individu, kondisi tersebut dapat memunculkan rasa khawatir terhadap penilaian orang lain, kecenderungan membandingkan diri dengan standar kecantikan tertentu, hingga munculnya ketidakpuasan terhadap diri sendiri. Pengalaman psikologis tersebut menunjukkan bahwa penampilan tidak hanya berkaitan dengan aspek fisik, tetapi juga berkaitan dengan kondisi batin seseorang.

Penggunaan *make up* di kalangan mahasiswi merupakan fenomena sosial yang memiliki berbagai dimensi psikologis. Sejumlah penelitian

menunjukkan bahwa penggunaan *make up* tidak selalu didasarkan pada kepercayaan diri yang tinggi, tapi ada juga yang sering berkaitan dengan hal perasaan yang tidak aman pada penampilan fisik. Dalam hubungan negatif, ditemukannya hal yang signifikan antara intensitas penggunaan *make up* dan tingkat kepercayaan diri menurut Wulandari (2023), dari temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *make up*, maka akan terjadinya tingkat kepercayaan diri yang merendah yang dimiliki individu. Dan juga hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa *make up* kerap selalu digunakan sebagai sarana ataupun alternatif untuk menutupi kekurangan dan ketidakpuasan terhadap penampilan fisik, dan mengakibatkan semata-mata bukan sebagai bentuk mengekspresikan diri.

Adapun juga temuan serupa yang dikemukakan oleh Tristiana (2023) dalam penelitian mengenai “Gambaran *Self Confidence* Pada Mahasiswa Pengguna *Natural Make Up* di Jember”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *make up* dapat berfungsi sebagai strategi untuk meningkatkan rasa aman dan percaya diri terhadap penampilan fisik di hadapan orang lain. Hal dari itu, turut menjadi penjelasan bahwa munculnya ketergantungan psikologis terhadap *make up* pada sebagian mahasiswa. Dan dari kasus lapangan, mereka menjadi cenderung merasa kurangnya atau menurunnya rasa percaya diri ketika tampil tanpa riasan karena khawatir menerima penilaian negatif dari lingkungan sosial. Fenomena tersebut sejalan dengan temuan Rahmawati (2021) dalam penelitian mengenai kepercayaan diri pada mahasiswa pengguna kosmetik di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, yang menunjukkan bahwa penggunaan kosmetik sering kali berkaitan dengan kebutuhan untuk memperoleh penerimaan sosial dan meningkatkan keyakinan terhadap penampilan fisik. Oleh karena itu, kemampuan individu dalam menjaga ketenangan menjadi hal penting untuk diperhatikan, terutama ketika menghadapi berbagai tuntutan tersebut.

Ketenangan batin merupakan kondisi ketika seseorang mampu merasakan kedamaian dalam dirinya, mengelola emosi secara positif, serta tetap mampu menerima berbagai keadaan yang dihadapi. Dalam perspektif psikologi

maupun tasawuf, ketenangan batin menjadi salah satu aspek penting yang mendukung kesejahteraan psikologis seseorang. Individu yang memiliki ketenangan batin cenderung tidak mudah terguncang oleh tekanan maupun penilaian dari lingkungan sekitar.

Ketenangan batin juga dipahami sebagai hasil dari proses kognitif dan emosional yang melibatkan penerimaan diri (*self acceptance*), citra diri yang positif (*positive body image*), serta kesejahteraan spiritual yang terintegrasi dalam kepribadian individu, pandangan ini didukung oleh penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal Nashiruddin (2025) yang menunjukkan bahwa aspek spiritual berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan psikologis dan pembentukan konsep diri yang positif.

Dalam konteks penggunaan *make up*, ketenangan batin menjadi indikator penting untuk memahami motivasi yang melatar belakangi praktik *bermake up*. Ketenangan batin dapat menunjukkan apakah penggunaan *make up* dilakukan sebagai bentuk ekspresi diri yang berasal dari dorongan internal atau justru dipengaruhi oleh tekanan social dari lingkungan. Kondisi tersebut berkaitan dengan munculnya kecemasan terhadap penampilan (*appearance anxiety*), sebagaimana ditemukan dalam penelitian Wulandari (2023) mengenai hubungan intensitas penggunaan *make up* dengan tingkat kepercayaan diri pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia. Dalam ajaran islam, salah satu konsep yang diyakini memiliki keterkaitan erat dengan terbentuknya ketenangan batin adalah *qona'ah*.

Qona'ah merupakan sikap menerima atas pemberian Allah kepada hambanya. Seseorang yang memiliki sifat dalam dirinya berupa *qona'ah* bukan berarti tidak mau berusaha dan hanya berpangku tangan, tetapi tetap melakukan usaha yang maksimal dalam mendapatkan rezeki kemudian menerima cukup hasil dari yang diperoleh. Seseorang yang memiliki sifat *qona'ah* akan membatasi angannya dari hal yang belum dimiliki dan bersyukur dengan apa yang telah dimilikinya. *Qona'ah* mengajarkan kesederhanaan serta merasa cukup dengan apa yang telah dimiliki seseorang (Hamka, 2015a). *Qona'ah*

mengajarkan kesederhanaan serta merasa cukup dengan apa yang telah dimiliki seseorang. Sebagaimana Rasulullah Saw bersabda, yaitu:

إِنَّا فَطَعْنَا نَاسًا سَلَّمَ وَرَزَقْنَا كَفَافًا وَفَعَلَهُ اللَّهُ بِمَا آتَاهُ

“Sungguh sangat beruntung seseorang yang memeluk Islam dan diberi rezeki yang cukup serta *qona'ah* terhadap apa yang diberikan Allah kepadanya.” (HR. Muslim, no. 1746)

Qona'ah dapat dipahami sebagai sikap batin yang membantu menjaga keseimbangan antara kebutuhan untuk menerima keadaan diri secara wajar ditengah fenomena penggunaan *make up* yang semakin meningkat di kalangan mahasiswi. *Qona'ah* tidak berarti menolak perawatan diri atau mengabaikan penampilan, tetapi menempatkan posisi tersebut ke dalam batas yang proporsional sehingga tidak berkembang menjadi dorongan berlebih untuk mengejar pengakuan sosial.

berdasarkan penelitian Azkiya (2025), penelitian kuantitatifnya tentang hubungan *qona'ah* dan motivasi penggunaan *make up* pada mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi angkatan 2021 menghasilkan gambaran deskriptif yang cukup berarti. Hasil penelitian menunjukkan motivasi penggunaan *make up* berada pada kategori sedang hingga tinggi (61,1% sedang; 24,4% tinggi). Penggunaan *make up* dipahami sebagai sarana meningkatkan rasa percaya diri, memenuhi tuntutan sosial secara wajar, serta mengekspresikan identitas diri. Tingkat *qana'ah* juga berada pada kategori sedang ke tinggi (41,1% sedang; 26,7% tinggi), mencerminkan penerimaan diri, kesabaran, tawakal, serta pengendalian diri. Uji korelasi Spearman Rank menghasilkan nilai 0,767 dengan kontribusi 59% ($R^2 = 0,59$), menunjukkan hubungan positif yang kuat antara motivasi penggunaan *make up* dan *qana'ah*.

Temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi penggunaan *make up* tidak bertentangan dengan nilai *qana'ah*, melainkan dapat saling melengkapi dalam mendukung keseimbangan pengembangan psikologis dan kesadaran spiritual. Implikasi penelitian menekankan pentingnya pembinaan yang mengintegrasikan penguatan citra diri positif dengan nilai tasawuf, agar

mahasiswi mampu memanfaatkan make up secara sehat sekaligus selaras dengan nilai spiritual.

Dalam konteks ini, mahasiswi dengan sikap *qona'ah* cenderung melihat *make up* sebagai sarana untuk mendukung penampilan daripada sebagai ukuran utama nilai diri mereka. Sikap seperti ini sangat penting karena dapat membantu orang tetap santai, menghindari tekanan oleh standar kecantikan yang terus berubah, dan menghindari perbandingan sosial yang berlebihan (Miranti, 2022). Dengan demikian, *qona'ah* menjadi konsep yang relevan untuk memahami bagaimana individu menjaga ketenangan batin di tengah tuntutan penampilan yang dihadapinya.

Dalam konteks yang lebih spesifik mengenai dinamika *qona'ah* pada *brand ambassador* pengguna *make up* ditemukan beberapa penelitian. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Firdaus (2024) tentang “*Konstruksi Standar Kecantikan Mahasiswi Fisip Melalui Akun @ubcantikid*” yang menemukan korelasi positif antara tuntutan standar kecantikan pada mahasiswi. Hal ini relevan dengan *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Temuan ini memberikan indikasi awal tentang standar kecantikan khususnya di kalangan mahasiswi, kemudian Syerly (2024) dalam penelitiannya tentang “*Konstruksi Sosial Penggunaan Make up Mahasiswi Universitas Terbuka*” juga menyinggung aspek penggunaan *make up* pada mahasiswi sudah melekat dan menjadi hal lumrah karena untuk menampilkan citra diri mereka. Sementara itu penelitian Miranti (2022) yang berjudul “*Hubungan Qona'ah dan Syukur dengan Prilaku Konsumtif pada Remaja*” yang dimana penggunaan *make up* secara berlebih adalah perilaku konsumtif, oleh sebab itu guna menghindarinya dibutuhkan sifat *qona'ah*.

Kemudian penelitian Nashruddin (2025) tentang “*Peran Kecerdasan Spiritual dalam Peningkatan Kesejahteraan Psikologis Sebagai Upaya Pembentukan Konsep Diri Positif*” yang mengarah kepada ketenangan batin seseorang tercipta dari kecerdasan spiritual yang diperlukan sebagai pengendali kesehatan mental seseorang, seperti tingkat penerimaan citra tubuh. Lebih jauh lagi akhirnya peneliti menemukan penelitian terdahulu yang hampir mendekati

yaitu penelitian Azkiya (2025) tentang “*Hubungan Qona’ah dengan Motivasi penggunaan Make Up mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi Angkatan 2021 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung*”, namun penelitian tersebut dikaji menggunakan metode penelitian kuantitatif yang lebih melibatkan perhitungan atau angka atau kuantitas. Kesenjangan penelitian ini mendorong pentingnya dilakukan studi komprehensif dengan pendekatan kualitatif deskriptif tentang dinamika *qona’ah* sebagai regulator ketenangan batin mahasiswi pengguna *make up*.

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu, terdapat celah penelitian (*research gap*) yang masih belum banyak dikaji, yaitu belum adanya penelitian yang secara khusus membahas dinamika *qona’ah* sebagai faktor yang berperan dalam membentuk ketenangan batin pada mahasiswi yang berstatus sebagai *brand ambassador*. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada kepercayaan diri dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Akibatnya, dimensi psikologis dan spiritual, khususnya terkait *qona’ah* serta perannya dalam mengelola emosi dan menjaga kesejahteraan psikologis, belum memperoleh perhatian yang memadai. Selain itu, penelitian terdahulu belum banyak mengungkap pengalaman subjektif mahasiswi yang menjalankan peran sebagai *brand ambassador*.

Kesenjangan penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul “*Dinamika Qana'ah sebagai Regulator Ketenangan Batin Mahasiswi Pengguna Make Up (Studi Kasus pada Mahasiswi Brand Ambassador UIN Sunan Gunung Djati Bandung)*.” Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian tasawuf dan psikoterapi, khususnya mengenai peran qana'ah sebagai nilai spiritual dalam menjaga ketenangan batin pada konteks kehidupan mahasiswi yang menghadapi tuntutan penampilan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, penulis telah mengidentifikas beberapa masalah meliputi:

1. Bagaimana *qona'ah* berfungsi sebagai regulator ketenangan batin pada mahasiswi *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam menghadapi tekanan standar kecantikan saat menggunakan *make up*?
2. Bagaimana dinamika *qona'ah* dalam diri mahasiswi *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung mempengaruhi ketenangan batin mereka dalam konteks penggunaan *make up* untuk aktivitas kampus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi tekanan standar kecantikan eksternal dan menganalisa fungsi *qona'ah* sebagai regulator ketenangan batin pada mahasiswi *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mendeskripsikan internalisasi nilai *qona'ah* dan mengeksplorasi dinamika *qona'ah* terhadap ketenangan batin *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam konteks penggunaan *make up*.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan Manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis bagi para pembaca:

1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam pengembangan integrasi antara kajian tasawuf dan psikologi pendidikan, khususnya terkait dinamika *qona'ah* pada *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- b) Memperkaya literatur akademik tentang pendekatan psikospiritual dalam dinamika *qona'ah*, terutama pada konteks *qona'ah* sebagai regulator ketenangan batin.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung: penelitian ini memberikan wawasan dan pemahaman mendalam tentang bagaimana *qona'ah* dapat berfungsi sebagai regulator ketenangan batin dalam menghadapi tekanan standar kecantikan saat menggunakan *make up*.
- b) Bagi program studi Tasawuf dan Psikoterapi: memberikan kontribusi teoritis bahwa konsep-konsep *maqamat* tasawuf, seperti *qona'ah*, tidak hanya bersifat jauh dari dunia, tetapi bisa menjadi *psychoteraphy* yang relevan untuk mengatasi tekanan gaya hidup modern.
- c) Bagi peneliti: sebagai sarana untuk melatih kemampuan berpikir kritis, metodologis, dan analitis dalam mengintegrasikan gejala psikologis lapangan dengan nilai tasawuf.

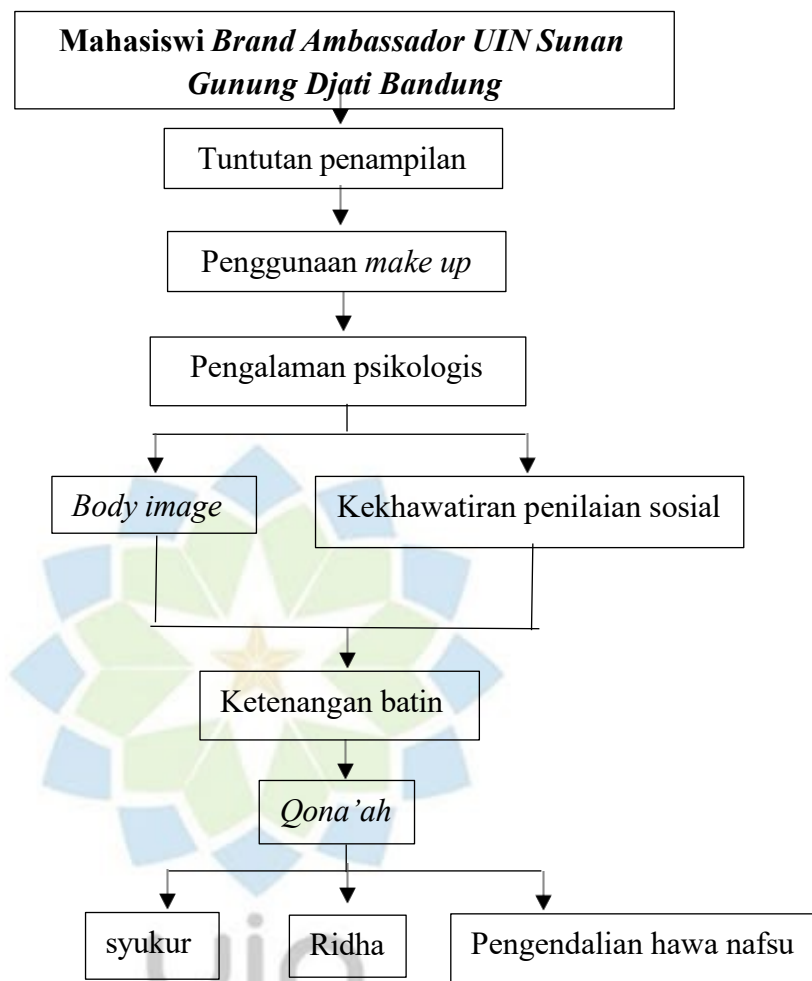
E. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dalam penelitian ini dibangun untuk menjembatani antara realitas mahasiswi di ruang publik dengan spiritual islam, titik tolak kajian ini berpusat pada berpusat pada *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebagai *public figure*.

Kampus yang secara nyata dihadapkan dengan tuntutan estetika visual dan penggunaan *make up*. Dalam ranah psikologi modern, keterikatan individu terhadap *make up* sering kali berkaitan dengan upaya membangun kepercayaan diri. Penelitian terdahulu oleh Syerly (2024) mengkonfirmasi bahwa standarisasi kecantikan yang masif di media social mendorong mahasiswi untuk melakukan perbandingan social, dimana *make up* kerap dijadikan instrumen kompensasi guna menutupi kecemasan atas *body image*. Ketika seorang mahasiswi bertindak sebagai representasi suatu lembaga, kebutuhan untuk tampil “sempurna” ini meningkat, sehingga memicu ketergantungan psikologis pada *make up* demi menjaga stabilitas rasa percaya diri mereka di depan khalayak.

Namun, penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menempatkan fenomena tersebut ke dalam bahasan psikologi islam dan tasawuf, khususnya melalui *maqam qona'ah*. Dalam perspektif tasawuf, menempatkan sumber kepercayaan diri semata-mata pada aspek lahiriah materialistik seperti *make up* dianggap sebagai bentuk kerentanan jiwa, karena bersandar pada sesuatu yang fana dan subjektif. Syakira (2025) dalam studinya menemukan bahwa ketiadaan atau rendahnya internalisasi nilai *qona'ah* pada mahasiswa di era digital berbanding lurus dengan peningkatan perilaku konsumtif dan ketidakpuasan hidup. Oleh karena itu, tasawuf menawarkan *qona'ah* yang dimaknai sebagai sikap mental merasa cukup, Ridha, dan bersyukur atas rupa fisik asli pemberian Allah SWT sebagai regulator batin (Raqieb, 2024). Integrasi ini memunculkan sebuah dinamika batin yang unik bagaimana seorang *brand ambassador* tetap mampu menjalankan tuntutan profesionalitasnya untuk ber *make up*, tanpa harus kehilangan fondasi spiritual untuk menerima diri apa adanya (*self acceptance*).

Secara teoritis, hubungan antara tuntutan luar (menggunakan *make up* demi peran BA dan *self confidence*) dengan prinsip dalam menjaga hati agar tetap *qona'ah* tidak dipandang sebagai dua hal yang harus saling meniadakan. Sebagaimana ditegaskan oleh Diana (2020), kesehatan mental dan stabilitas emosi yang hakiki pada seseorang muslim tercapai ketika nilai-nilai regulitas mampu mengintervensi dan menuntun perilaku sehari-hari. Berdasarkan alur pemikiran tersebut, kerangka berpikir penelitian ini mengasumsikan bahwa *qona'ah* bertindak sebagai penyaring dan penyeimbang mental. Mahasiswi yang memiliki kematangan *qona'ah* akan memandang *make up* secara proposional, yakni hanya sebagai bentuk merawat titipan Tuhan, sehingga kepercayaan diri yang lahir bersifat substansial dan tidak goyah sekalipun mereka harus tampil tanpa *make up*.



Gambar 1. 1 Skema Kerangka Berfikir

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian kualitatif dipahami sebagai dugaan sementara yang bersifat *flexible* dan dapat berkembang seiring proses pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis tidak diperlukan sebagai dugaan statistic yang bersifat diverifikasi secara ketat. Berdasarkan kerangka teori mengenai *make up* dan *qona'ah*, peneliti merumuskan hipotesis bahwa terdapat dinamika psikologis spiritual yang tidak menentu pada diri setiap *Brand Ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam menyikapi tuntutan penggunaan *make up*. Diduga awal bahwa beban peran untuk selalu tampil sempurna di ruang public berpotensi melahirkan kecemasan social dan

ketergantungan akut terhadap *make up* demi menjaga rasa percaya diri. Namun, peneliti mengajukan bahwa internalisasi nilai *qona'ah* yang mencakup aspek merasa cukup (*ikhtifa'*), menerima (*Ridha*) dan beryukur akan bertindak sebagai penyeimbang (Miranti, 2022).

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Tinjauan Pustaka merupakan bagian yang memuat berbagai penelitian dan karya ilmiah yang memiliki relevansi dengan topik penelitian. Melalui tinjauan Pustaka, penulis dapat mengidentifikasi temuan-temuan penelitian terdahulu, menemukan kesenjangan penelitian (*research gap*), serta memperkuat landasan teoritis yang mendukung penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, penulis mengkaji sejumlah karya ilmiah yang berkaitan dengan tema penelitian sebagai dinamika *qonaa'ah* pada mahasiswi pengguna *make up* yang berperan sebagai *Brand Ambassador*. Adapun penelitian-penelitian yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, artikel ilmiah yang berjudul “Kontruksi Standar Kecantikan Mahasiswi Fisip Melalui Akun @ubcantikid” yang ditulis oleh Dzakiyyah Nisrina Firdaus, mahasiswi Universitas Brawijaya Malang (2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa isu tentang perempuan tidak akan pernah terlepas dari standar kecantikan. Dua hal tersebut merupakan aspek yang memiliki peran dalam membentuk konstruksi standar kecantikan. Perkembangan teknologi dan informasi dapat membawa perubahan pola pikir bagi masyarakat terutama pengaruh dari media sosial Instagram. Hal ini dapat ditandai dengan kemunculan akun Instagram @ubcantikid yang membawa nama besar Universitas Brawijaya sebagai produk digitalisasi yang dipandang dapat membentuk konstruksi standar kecantikan khususnya di kalangan mahasiswi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga konstruksi standar kecantikan dalam akun @ubcantikid berdasarkan sudut pandang mahasiswi yang fotonya di posting dan tidak di posting yaitu : 1) Cantik dari dalam (*Inner Beauty*) 2) Cantik secara fisik dan penampilan (*Outer Beauty*) 3) Cantik karena memiliki prestasi. Maka, Kesimpulan dari penelitian ini adalah tuntutan

kecantikan pada mahasiswi yang muncul di media sosial @ubcantikid yang relevan dengan tuntutan visual *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang muncul di *platform* instagram resmi kampus.

Kedua, artikel jurnal yang berjudul “*Konstruksi Sosial Penggunaan Make Up Mahasiswi di Universitas Terbuka*” yang ditulis oleh Syerly Martiza mahasiswi Universitas terbuka (2024). Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa adanya pemahaman terhadap konstruksi sosial yang memengaruhi penggunaan makeup pada mahasiswa Universitas Terbuka. Faktor-faktor yang dibahas meliputi pengaruh media sosial, faktor sosial, budaya, dan dampaknya terhadap kepercayaan diri dalam memenuhi standar kecantikan yang ada. Hal inipun menjadi indikator utama mahasiswi percaya diri dengan adanya penggunaan *make up*.

Ketiga, skripsi yang berjudul “*Hubungan Qona’ah dengan Motivasi Penggunaan Make Up Mahasiswi Tasawuf dan Psikoterapi Angkatan 2021 di UIN Sunan Gunung Djati Bandung*” yang ditulis oleh Azkiya Rahma Az Zahra mahasiswa Tasawuf dan Psikoterapi Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung (2025). Pada hasil uji hipotesis menunjukkan Hasil penelitian menunjukkan motivasi penggunaan make up berada pada kategori sedang hingga tinggi (61,1% sedang; 24,4% tinggi). Penggunaan make up dipahami sebagai sarana meningkatkan rasa percaya diri, memenuhi tuntutan sosial secara wajar, serta mengekspresikan identitas diri. Tingkat qana’ah juga berada pada kategori sedang ke tinggi (41,1% sedang; 26,7% tinggi), mencerminkan penerimaan diri, kesabaran, tawakal, serta pengendalian diri. Uji korelasi Spearman Rank menghasilkan nilai 0,767 dengan kontribusi 59% ($R^2 = 0,59$), menunjukkan hubungan positif yang kuat antara motivasi penggunaan make up dan qana’ah.

Keempat, penelitian artikel ilmiah dengan judul “*Dampak Penggunaan Make Up Terhadap Peningkatan Kepercayaan Mahasiswi*” yang ditulis oleh Wulandari mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta (2023). Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa dampak penggunaan make up terhadap kepercayaan diri pada mahasiswi FIKOMM UMBY angkatan 2021

dan 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi FIKOMM UMBY Angkatan 2021 dan 2022 sebanyak 298. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *make up* memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri mahasiswa FIKOMM UMBY 2021 dan 2022. Adapun besar pengaruhnya sebesar 64% Sehingga 36% kepercayaan diri mahasiswa dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dalam hal ini membuktikan pengaruh penggunaan *make up* pada mahasiswi sangat berdampak terhadap kepercayaan diri. Sama halnya pada kasus *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang merasa tingkat kepercayaan diri meningkat karena adanya penggunaan *make up*.

Kelima, penelitian artikel ilmiah dengan judul “*Peran Kecerdasan Spiritual dalam Peningkatan Kesejahteraan Psikologis Sebagai Upaya Pembentukan Konsep Diri Positif*” yang ditulis oleh Hammam Nashruddin mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2025). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecerdasan spiritual merupakan komponen penting dan sangat berperan dalam ketercapaian kesejahteraan psikologis dan pembentukan konsep diri. Kecerdasan spiritual diperlukan sebagai pengendali kesehatan mental seseorang, seperti tingkat penerimaan diri, *intens personal* dengan penerimaan citra tubuh, dan *borderline pathological* terhadap *cognitive-flexibility*. Kecerdasan spiritual belum mendapatkan perhatian yang mendalam, bagaimana kecerdasan spiritual mempengaruhi kesejahteraan, bagaimana dapat diterapkan sebagai pembentukan konsep diri positif. Hal ini mengarah pada ketenangan batin dalam menerima citra diri.

Keenam, skripsi yang berjudul “*Hubungan Qona’ah dan Syukur dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*” yang ditulis oleh Miranti Duhani mahasiswa jurusan Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2022). Penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif adalah perilaku pemborosan dalam mengkonsumsi suatu barang, dan mementingkan kepuasan atau keinginan semata dari barang tersebut, dibandingkan kebutuhan dan manfaatnya. Al-Qur’an sendiri sangat melarang umatnya untuk melakukan perilaku konsumtif, oleh sebab itu guna menghindarinya dibutuhkan sifat qona’ah dan syukur didalam diri remaja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *qona'ah* dan syukur terhadap perilaku konsumtif pada remaja. Hal ini bisa diterapkan oleh mahasiswi yaitu menerapkan nilai *qona'ah* dalam perilaku konsumtif pada *make up*. Jadi *qona'ah* juga menjadi konsep yang relevan untuk memahami individu menjaga ketenangan batin di Tengah tuntutan penampilan yang dihadapinya.

Ketujuh, skripsi yang berjudul “*Qona'ah Perspektif Tasawuf dan Psikologi*” yang ditulis oleh Achmad Raqieb mahasiswa Jurusan Ilmu Tasawuf Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2024). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *qona'ah* dalam perspektif tasawuf dipahami sebagai perasaan puas dan merasa cukup atas segala pemberian Allah. Sedangkan dalam perspektif psikologi, *qona'ah* diartikan sebagai perasaan bahagia yang muncul melalui emosi positif seperti rasa syukur (*gratitude*) serta citra diri yang positif melalui penerimaan diri (*self-acceptance*). Persamaan antara keduanya adalah *qona'ah* melibatkan penerimaan diri dan kebahagiaan yang diekspresikan melalui rasa syukur. Adapun perbedaan antara keduanya adalah *qona'ah* dalam tasawuf terkait dengan dimensi spiritual (*esoteris*) dan bertujuan mencapai ketenangan jiwa (*qalb al-mutma'innah*), sementara dalam psikologi, *qona'ah* berhubungan dengan dimensi psikologis (*well-being*) dan bertujuan meningkatkan kesejahteraan subjektif.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, diketahui bahwa konsep *qona'ah* berperan signifikan dalam meregulator ketenangan batin pada mahasiswi pengguna *make up*. Beberapa penelitian kuantitatif yang telah dilakukan sebelumnya turut memperkuat pertanyaan tersebut dengan menunjukkan adanya korelasi positif antara *qona'ah* dan ketenangan batin. Namun demikian, peneliti memandang bahwa masih terdapat kekurangan dalam hal penelitian empiris tentang dinamika *qona'ah* sebagai regulator ketenangan batin yang bersifat deskriptif kontekstual, khususnya yang menggambarkan situasi nyata di lapangan pada mahasiswi *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti bermaksud untuk mengeksplorasi secara mendalam bagaimana nilai *qona'ah* dapat menjadi regulator ketenangan batin pada mahasiswi pengguna *make up*,

khususnya pada mahasiswi *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Objek penelitian yang merupakan mahasiswi *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung menjadi unsur utama dalam kebaruan penelitian ini. Selain daripada objek penelitian, kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pendekatan deskriptif kontekstual berbasis wawancara mendalam, yang belum banyak dilakukan dalam studi-studi sebelumnya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian literatur mengenai nilai *qona'ah* dapat menjadi regulator ketenangan batin pada mahasiswi pengguna *make up*, khususnya pada mahasiswi *brand ambassador* UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

