

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya para wanita menginginkan dan menyukai keindahan, kerapihan dan kecantikan untuk membuat penampilannya maksimal (Girindra et al., 2018). Salah satu kalangan yang terdiri dari wanita adalah mahasiswi. Mahasiswi pada umumnya saat awal melaksanakan perkuliahan berada pada tahapan perkembangan remaja. Mahasiswi pada kenyataannya tidak hanya terfokuskan pada kalangan remaja, melainkan juga berada dalam tahapan perkembangan dewasa awal. Dimana perkembangan dewasa awal menurut Hurlock (2014) adalah masa transisi dari remaja akhir ke masa dewasa yang usianya dimulai dari 18 tahun hingga 40 tahun.

Pada masa transisi remaja ke dewasa awal, individu akan menghadapi banyak masalah yang dikenal dengan istilah *problem age* (Hurlock, 1991). Bentuk nyata permasalahan *problem age* adalah perubahan fisik (perubahan penampilan secara drastis), yang dapat memberikan dampak psikologis pada individu yang mengalaminya (Ni'mah & Rohmatun, 2017). Santrock (2012) pun menegaskan pada masa transisi tersebut banyak individu memunculkan perilaku yang memperlihatkan diri, yakni perubahan mengenai penampilan. Disamping itu, Pramesti et al.(2022) berpendapat bahwa perubahan dalam penampilan pada masa transisi tersebut, khususnya dialami oleh wanita agar dapat diterima di lingkungan sekitar atau teman sebayanya.

Fenomena umum mengenai perubahan penampilan terutama pada wanita muda yang terjadi baru-baru ini terjadi pada kalangan selebriti muda yang mengalami perundungan akibat memposting foto tanpa menggunakan *make-up* dan filter di media sosialnya, hal tersebut menjadi sorotan netizen karena perbedaan wajah asli selebriti tersebut, terlihat perbedaan yang sangat signifikan antara wajah menggunakan *make-up* dengan tidak menggunakan *make up*. Komentar-komentar dari postingan foto tersebut membuat selebriti itu menjadi *down* karena menurutnya cantik tidak harus selalu menggunakan *make-up* namun cantik bisa juga secara natural (Fitria, 2022). Melihat fenomena yang terjadi, semakin membuktikan berkembangnya standar kecantikan dari masa ke masa. Akan semakin banyak tuntutan akan standar kecantikan individu yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi pola pikir (terutama pada wanita) mengenai wanita harus cantik dan sempurna secara fisik, dengan begitu individu tersebut akan melakukan berbagai cara agar

dirinya mampu mencapai standar kecantikan yang sempurna, salah satunya menggunakan riasan atau *make-up* (Wolf, 2004).

Masalah kecantikan pun terjadi pada kalangan-kalangan mahasiswi-mahasiswi di berbagai Perguruan Tinggi, salah satunya adalah mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Mahasiswi saat ini banyak menggunakan *make-up* bukan hanya keinginan dari dirinya sendiri, melainkan juga karena terdapat dorongan dari lingkungan dan orang-orang sekitar untuk mengikuti gaya hidup, sehingga tidak sedikit mahasiswi membeli *make-up* (Alfi et al., 2021). Pembelian *make up* disini ialah sebagai cara agar mahasiswi tersebut berpenampilan baik dan maksimal dalam pergaulannya (Kumalasari, 2019). Nurul dan Grace (2014) pun mengungkapkan jika mahasiswi berpenampilan kurang sesuai dengan lingkungannya, maka akan menyulitkan mahasiswa dalam pergaulan.

Salah satu penunjang penampilan mahasiswi dalam bergaul dengan teman-temannya yaitu dengan menggunakan *make-up* (Monica & Nursanti, 2020). Yuwanto (2013) mengartikan *make-up* sebagai pemolesan pada wajah dengan kosmetik sehingga membuat wajah menjadi cantik dan menarik. *Make-up* lebih banyak digunakan oleh kaum wanita, karena menggunakan *make-up* dapat merawat kesehatan tubuh dan kulit sehingga tubuh dan kulit tampak lebih segar. Bahkan, Kristo (2010) pun berpendapat bahwa penampilan fisik merupakan hal yang utama bagi mahasiswi untuk membuat dirinya menarik.

Banyak wanita rela mengeluarkan uang banyak demi membeli sebuah kosmetik seperti bedak, *lipstick*, *eyeshadow*, dan maskara (Haryani et.al, 2015). Bukti dari wanita banyak mengeluarkan uang untuk *make-up* dapat dilihat dari pertumbuhan pasar kosmetik di Indonesia juga naik hingga 7% pada tahun 2021. Wisnubrata (2021) mengutarakan penjualan produk kosmetik di Indonesia sempat mengalami penurunan hingga 4% pada tahun 2020 dimana orang tidak begitu banyak yang menggunakan *make-up*, namun saat 2021 angka penjualan menjadi naik karena banyak munculnya minat pembelian produk *make-up*. Selain itu berdasarkan data Badan Pusat Statistika yang diambil dari tulisan Ayu Rizaty (2021) menunjukkan pertumbuhan industri kimia, obat tradisional, farmasi, termasuk *make-up* tumbuh hingga 5.59%. Hal ini pun senada dengan tulisan dari Haasiani (2022) yang menunjukkan transaksi penjualan kosmetik wajah di Indonesia pada 2022 mencapai hingga 129.1 milyar rupiah. Dengan begitu besarnya angka kesadaran akan

penampilan, menjadikan Indonesia salah satu negara yang menjadi sasaran untuk pemasaran impor kosmetik (Respati & Martin P, 2022)

Pertumbuhan penjualan perkembangan kosmetik ini, kemungkinan salah satunya adalah karena banyaknya mahasiswi yang tertarik menggunakan *make-up*. Hal ini didasari oleh satu penelitian di Indonesia, yang menemukan jika mahasiswi pada era sekarang akan merasakan minder, merasa rendah diri, malu untuk berkomunikasi bila mahasiswi tidak menggunakan *make-up* (Kumalasari, 2019). Perilaku-perilaku yang ditampakkan menggambarkan adanya ketidakpercaya-dirian. Dalam ilmu Psikologi, kepercayaan diri diartikan sebagai suatu keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri sehingga tindakan-tindakannya sesuai dengan keinginan dan dapat bertanggung jawab atas perbuatannya (Lauster, 2012).

Studi awal pun dilakukan oleh peneliti kepada 32 mahasiswi di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dengan usia 18-25 tahun untuk melihat tingkat kepercayaan diri mahasiswi. Hasil studi awal menemukan sebanyak 83% mahasiswi menilai penampilan dirinya adalah suatu hal yang sangat penting, 50% mahasiswi menggunakan *make-up* karena dapat membantu dirinya menjadi lebih cantik dan lebih percaya diri, 50% mahasiswi selalu membandingkan penampilannya dengan orang lain, dan sebanyak 56,3% mahasiswi beranggapan dengan menggunakan *make-up* membuat dirinya yakin berinteraksi dengan orang lain. Adapun alasan sebanyak 50% utama mahasiswi di UIN Sunan Gunung Djati Bandung menggunakan *make-up* yaitu karena kurang percaya diri, wajahnya terlihat kusam dan tidak *fresh*, minder saat berinteraksi dengan orang lain. Sehingga hal tersebut membuat mahasiswi menggunakan *make-up*.

Selanjutnya, mengenai penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan kepercayaan diri. Puji (2017) mengungkapkan bahwa rasa percaya diri merupakan hal penting bagi interaksi sosial, karena ketika individu tidak memiliki rasa percaya diri akan sulit untuk mendapatkan interaksi yang baik dengan teman sebaya atau lingkungan sekitarnya. Berbeda dengan penelitian Rahma (2019) yang menyatakan keluarga sangat penting untuk membentuk kepribadian dan karakter anak, karena perkembangan anak dapat muncul bermula dari lingkungan keluarga. Sehingga, semakin besarnya dukungan dari keluarga maka rasa percaya diri anak akan semakin kuat. Selain itu kepercayaan diri sangat erat hubungannya dengan jenis kelamin dan juga usia (Hurlock, 2014)

Terdapat faktor internal yang diduga kuat memengaruhi kepercayaan diri pada remaja. Menurut Anthony (2009) faktor internal yang dapat kemungkinan memiliki dampak adalah kepercayaan diri terdiri dari konsep diri (persepsi diri terhadap diri dan lingkungan, komponen kognitif yang disebut dengan *self image* atau citra diri), harga diri (penghargaan dan penyesuaian diri yang baik), penampilan fisik (keadaan fisik yang ada dalam diri individu), dan pengalaman hidup (hal-hal yang pernah dialami individu sehingga berpengaruh terhadap kehidupan).

Untuk penelitian ini, peneliti memfokuskan pada komponen kognitif dari individu, yaitu citra diri sebagai prediktor yang mempengaruhi kepercayaan diri pada remaja. Karena asumsi yang peneliti dapatkan dari studi awal, setengah dari responden studi awal merasa percaya diri saat berinteraksi dengan lingkungan sosialnya, hal ini menunjukkan betapa pentingnya citra diri. Dimana citra diri diartikan Jersild (1978) sebagai cara pandang seseorang mengenai dirinya, dan bagaimana gambaran dirinya tersebut. Bahkan, pada suatu artikel tertulis jika seseorang tidak memiliki citra diri akan merasa kurang percaya diri, pesimis, dan menarik diri dari lingkungannya, sehingga seseorang yang memiliki citra diri akan merasa tenang ketika menghadapi situasi yang tidak menyenangkan (Hakim, 2005).

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Nurul dan Grace (2014) yang menemukan adanya hubungan yang positif antara kepercayaan diri dengan citra diri, karena semakin tinggi citra diri remaja maka semakin tinggi kepercayaan dirinya, begitupun sebaliknya semakin rendah rasa percaya diri semakin rendah citra diri remaja. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Dachyang (2013) juga menemukan bahwa tingginya hasil citra diri yang dimiliki remaja yaitu karena dipengaruhi kepercayaan diri yang tinggi, dimana hal tersebut membuat remaja yakin akan kemampuan yang dimilikinya sehingga ketika melakukan sesuatu merasa bebas dari rasa takut dan gagal.

Adapun penelitian lainnya yang dilakukan oleh Safitri dan Rizal (2020) menemukan hal yang berbeda, dimana terdapat hubungan negatif antara citra tubuh dengan kepercayaan diri, yang artinya semakin tinggi citra tubuh seseorang, semakin rendah kepercayaan dirinya. Semakin rendah citra tubuh seseorang, semakin tinggi kepercayaan dirinya. Termasuk diantaranya kepercayaan diri yang pada para remaja *overweight*, hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel ini memiliki hubungan yang terbalik.

Oleh karena adanya permasalahan dan pertentangan penelitian yang tergambarkan pada latar belakang masalah ini. Peneliti merasa tertarik untuk mengkaji kembali penelitian dengan partisipan yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan judul pengaruh citra diri terhadap kepercayaan diri pada mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung Pengguna *Make-Up*”

Rumusan Masalah

Apakah terdapat pengaruh citra diri terhadap kepercayaan diri pada Mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pengguna *make-up*?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra diri dan kepercayaan diri pada mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pengguna *make-up*.

Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis ialah hasil dari penelitian yang dilakukan ini semoga dapat memperkaya kajian Psikologi, terutama dalam bidang Psikologi Perkembangan mengenai citra diri dan kepercayaan diri pengguna *make-up*.
2. Kegunaan secara praktis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penelitian selanjutnya agar penelitian yang lebih baik. Lalu sebagai bentuk dan sarana bagi masyarakat atau mahasiswi bahwa penggunaan *make-up* dapat memberikan dampak positif terhadap citra diri dan kepercayaan diri, menggunakan *make-up* juga salah satu bentuk kesenangan diri dalam menjaga ketertarikan citra diri seseorang.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG