

**Jurnal Tugas Akhir Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan  
*Make-up* Pada Perempuan *Emerging Adulthood***

**Irawati Kartono**

Fakultas Psikologi

*irawatikartono@gmail.com*

Abstrak– Cinta, karir, dan pandangan hidup merupakan fokus utama individu pada masa *emerging adulthood*. Untuk mencapai ketiga fokus tersebut salah satu hal yang bisa dilakukan adalah dengan menggunakan *make-up*. Menggunakan *make-up* akan membuat perempuan tampil cantik dan menarik. Namun tidak hanya sekedar untuk menjadi cantik, perempuan juga memiliki pertimbangan lain yang mendasari ketika menggunakan *make-up* terutama yang berkaitan dengan fokus hidupnya pada tahap *emerging adulthood*. Beberapa penelitian menyebutkan bahwa ada faktor psikologis yang mendasari penggunaan *make-up* seperti kepribadian, *self esteem*, dan *body image*. Oleh karena itu melalui penelitian ini peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood*. Subjek penelitian ini adalah 114 mahasiswi Universitas Surabaya usia 18-25 tahun yang pernah menggunakan minimal 2 jenis *make-up* (tidak termasuk bedak). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif eksploratif. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis faktor. Teknik sampel yang digunakan adalah tipe non-random, *snowball* dan *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood* adalah: *ekstraversi, neuroticism, body-image, anxiety, assertiveness, tuntutan situasi terkait gender role, kondisi fisik yang mempengaruhi personal relationship, romantic relationship*, dan penerimaan sosial. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor-faktor psikologis yang berkaitan dengan fungsi sosial yaitu ketika individu berinteraksi dengan lingkungannya.

**Kata Kunci:** *make-up, emerging adulthood, perempuan.*

**Abstrack**– love, carrier, anda outlook on life are three main focus for individuals who are in the emerging adulthood stage. For reach the third focus, many ways can do, one of them is using make-up. Wearing make-up will made women more attractive and beautiful. But it is not only being beautiful, women have other consideration that underlies that make-up usage, especially the life focus at emerging adulthood stage. Several researchs described that there are some pychological factors that underlies make-up usage for instance is personality, *self esteem*, and *body image*. So with this research, the researcher wants to know the factors that affected make-up usage in emerging adulthood woman. This subject of this research is 114 of the University of Surabaya students aged 18-25 who

used at least 2 types of make-up (except powder). This research is a descriptif explorative with snowball and accidental sampling. The result show that the factors affected make-up usage in emerging adulthood women are *extraversion, neuroticism, body-image, anxiety, assertiveness*, situation demand according to gender role, physical condition that affects personal relationship, *romantic relationship*, and social acceptance. Those factors are physiological factors that related with social function when a human interacts with their environment.

**Keywords: make-up, emerging adulthood, woman.**

## **PENDAHULUAN**

Wajah merupakan fokus dari keseluruhan daya tarik fisik seseorang (Sitompul disitat dalam Prasetyani, 2011). Tidak bisa dipungkiri bahwa memiliki wajah yang cantik dan menarik merupakan dambaan bagi sebagian besar perempuan. Seorang perempuan dengan wajah yang cantik dan menarik sering dipandang sebagai individu yang lebih pintar, menyenangkan, bersemangat, dan sukses (MeBrouwers disitat dalam Moldenhauer, 2004). Hal tersebut terjadi karena pada zaman ini masyarakat memang lebih bisa menilai kualitas perempuan dari segi kemenarikan fisiknya. Untuk itu memiliki wajah cantik dan menarik bagi banyak perempuan merupakan hal yang penting. Berdasarkan hasil survey awal peneliti dapat disimpulkan bahwa perempuan merasakan banyak dampak yang positif dengan memiliki wajah yang cantik. Memiliki wajah yang cantik membuat perempuan merasa dihargai, diterima, dan memberikan banyak kemudahan dalam cinta dan pekerjaan. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa perempuan pada usia 18-22 tahun memiliki kecemasan yang cukup besar akan penampilan mereka di depan pasangan, penilaian orang lain, dan juga masa depan mereka. Mengacu pada usia subjek yang berada pada rentang usia 18-22 tahun dikategorikan berada pada masa *Emerging adulthood*.

Perempuan pada *emerging adulthood* sesuai tugas perkembangannya memiliki fokus yang besar akan cinta, karir, dan masa depannya (Arnett, 2000). Memiliki wajah yang cantik dan menarik diasosiasikan dengan keberhasilan dalam cinta dan pekerjaan serta kesempatan kerja yang lebih luas (Melliana, 2006). Untuk itu banyak perempuan pada masa *emerging adulthood* lebih berusaha untuk

tampil cantik. Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk tampil cantik adalah dengan menggunakan *make-up*.

*Make-up* merupakan pemolesan serta pemberian sentuhan warna pada wajah sehingga membuat wajah menjadi cantik dan menarik. *Make-up* bila diaplikasikan ke tubuh akan menghasilkan suatu warna contohnya seperti *lipstick, mascara, eyeliner, eyeshadow, dan blush on* (Yuwanto, 2011; Melliana, 2006). *Make-up* bila diaplikasikan ke tubuh akan menghasilkan suatu warna contohnya seperti *lipstick, mascara, eyeliner, eyeshadow, dan blush on* (Yuwanto, 2011; Melliana, 2006). hingga Rp. 1,87 triliun (Penjualan Kosmetik Impor, 2012).

*Make-up* banyak dipilih karena dengan menggunakan *make-up* dapat memberikan dampak positif terhadap daya tarik fisik perempuan (Scoot,2007). Seseorang dengan menggunakan *make-up* yang berwarna dapat terlihat cantik bahkan jauh lebih cantik dari sebelumnya. Hal tersebut secara langsung akan membuat penggunanya merasa lebih percaya diri (Listianti, 2013). Rasa percaya diri akan penampilan secara langsung akan memberikan dampak positif bagi suasana hati seseorang (Handayani, 2012).

Penelitian oleh Korichi, Pelle-de-Queral, Gazano, dan Aubert (2008) menyebutkan bahwa ada lima faktor psikologis yang mendasari seseorang menggunakan *make-up* diantaranya adalah kepribadian, citra tubuh, *self-esteem*, *anxiety*, dan *assertiveness*. Faktor-faktor psikologis menurut penelitian Korichi dkk (2008) tersebut kemudian diuji secara empiris oleh beberapa peneliti.

Tabel 1  
*Penelitian terkait faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan make-up*

<b>Peneliti</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Hasil</b>
<b>Congadi (2010)</b>	Untuk mengetahui profil kepribadian <i>Sales Promotion Girl (SPG) make-up</i> ditinjau dari fungsi psikologis <i>make-up</i> .	Penelitian di lakukan pada SPG <i>make-up</i> dengan hasil yaitu subjek penelitian yang menggunakan <i>make-up</i> sebagai sarana untuk meningkatkan penampilan fisik memiliki profil kepribadian <i>extraversion</i> sangat tinggi, <i>agreeableness</i> sangat tinggi, <i>conscientiousness</i> sedang, <i>neuroticism</i> tinggi dan <i>openness</i> sedang. Subjek yang menggunakan <i>make-up</i> untuk menutupi kekurangan yang ada di wajahnya memiliki profil kepribadian <i>extraversion</i> sedang dan rendah, <i>agreeableness</i> tinggi, <i>conscientiousness</i>

---

		tinggi dan <i>openness</i> sedang. Subjek yang memakai <i>make-up</i> untuk menutupi kekurangan dan meningkatkan penampilan memiliki profil kepribadian <i>extraversion</i> sedang, <i>agreeableness</i> tinggi, <i>conscientiousness</i> tinggi, <i>neuroticism</i> sedang dan <i>openness</i> tinggi.
<b>Sutanto (2012)</b>	Untuk membuktikan secara empiris pernyataan Korichi, dkk (2008) yang menyatakan ada hubungan antara citra tubuh dan fungsi psikologis <i>make-up</i>	Subjek penelitian ini adalah mahasiswi berusia 17-25 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek yang memiliki citra tubuh sedang menggunakan <i>make-up</i> untuk meningkatkan penampilan sedangkan subjek yang memiliki citra tubuh tergolong positif menggunakan <i>make-up</i> untuk meningkatkan penampilan fisiknya. Subjek dengan citra tubuh negatif memiliki keyakinan bahwa <i>make-up</i> bisa membuatnya mendapatkan penilaian yang baik dari orang lain sehingga membantunya untuk diterima di lingkungan sosialnya. Dengan demikian faktor lingkungan membawa pengaruh kepada individu untuk menggunakan <i>make-up</i> .
<b>Handayani (2012)</b>	Untuk mendapatkan gambaran secara empiris tentang hubungan <i>self-esteem</i> dan fungsi psikologis <i>make-up</i>	Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi pada usia 17-25 tahun. Hasil penelitian menunjukkan subjek yang memiliki <i>self-esteem</i> tergolong sedang menggunakan <i>make-up</i> untuk meningkatkan penampilan dan menutupi kekurangan yang dimiliki. Sementara subjek dengan <i>self-esteem</i> tinggi menggunakan <i>make-up</i> untuk meningkatkan penampilan fisiknya saja. Subjek yang memiliki <i>self-esteem</i> rendah merasa dengan menggunakan <i>make-up</i> dapat membuat diri mereka menarik dan secara psikologis membuat mereka merasa nyaman, berharga, penting, dan dihargai oleh orang lain.
<b>Puji (2013)</b>	Untuk melihat hubungan <i>self-esteem</i> dan fungsi psikologis <i>make-up</i> pada <i>emerging adulthood</i> .	Penelitian ini dilakukan pada 50 orang mahasiswi Universitas Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subjek dengan <i>self-esteem</i> tinggi menggunakan <i>make-up</i> untuk meningkatkan penampilan. Subjek menggunakan <i>make-up</i> agar merasa lebih nyaman dan merasa lebih mudah untuk berelasi dengan banyak

---

---

orang. Secara singkat dapat dikatakan bahwa penggunaan *make-up* pada *emerging adulthood* tidak berhubungan dengan *self-esteem*.

---

Pada penelitian yang dilakukan oleh Korichi dkk (2008) dan Handayani (2012) ditemukan hasil yaitu *self-esteem* memengaruhi seseorang menggunakan *make-up*. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Puji (2013) menyebutkan bahwa *self-esteem* tidak ada hubungannya dengan penggunaan *make-up*. Hasil *survey* awal peneliti kemudian menemukan bahwa terdapat beberapa alasan atau faktor yang mendasari seseorang menggunakan *make-up*. Namun faktor-faktor tersebut perlu diuji secara empiris. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin menguji faktor-faktor yang mendasari penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood*.

## **METODE PENELITIAN**

Fokus penelitian ini adalah faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood*. Berdasarkan rangkuman hasil teori dan *survey* awal didapatkan 22 faktor yang mempengaruhi penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood*. 22 faktor tersebut akan dijadikan aspek awal pengukuran faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Surabaya yang berusia 18-22 tahun yang pernah menggunakan *make-up* minimal 2 jenis *make-up* (tidak termasuk bedak). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-random sampling* dengan tipe *accidental sampling* dan *snowball sampling*. Data dalam penelitian ini akan dikumpulkan dengan menggunakan wawancara dan dua buah angket, yaitu angket terbuka dan angket tertutup. Angket tertutup digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood*. Angket tertutup dibuat sendiri oleh peneliti dengan *blueprint* sebagai berikut:

Tabel 2

*Blueprint faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan make-up*

No	Faktor	Nomer aitem
1	Kepribadian; <i>Ekstraversion</i>	1, 23
2	Kepribadian; <i>Neuroticism</i>	2, 24
3	Kepribadian; <i>Agreeableness</i>	3, 25
4	Kepribadian; <i>Openness</i>	4, 26
5	<i>Self-Esteem</i>	5, 27
6	<i>Body Image</i>	6, 28
7	<i>Anxiety</i>	7, 29
8	<i>Assertiveness</i>	8, 30
9	Tuntutan sosial terkait situasi	9, 31
10	Penampilan fisik	10, 32
11	Menjaga keaslian wajah	11, 33
12	Tuntutan sosial yang terkait <i>gender role</i>	12, 34
13	Persuasi sosial	13, 35
14	Kondisi fisik yang berpengaruh pada <i>personal relationship</i>	14, 36
15	<i>Personal pleasure</i>	15, 37
16	Kesehatan Fisik	16, 38
17	<i>Romantic Relationship</i>	17, 39
18	Habit	18, 40
19	Konformitas	19, 41
20	<i>Mood</i>	20, 42
21	Penerimaan sosial	21, 43
22	<i>Modeling</i>	22, 44

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan tujuan untuk menggambarkan dan memetakan hubungan antar faktor. Dengan demikian teknik analisis data penelitian ini adalah analisis faktor *explanatory*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peneliti menyebarkan 130 angket kepada subjek penelitian. Dari 130 angket tersebut hanya 114 angket yang sesuai dengan karakteristik penelitian. Berdasarkan pengujian KMO and Bartlett's diketahui bahwa nilai KMO > 0,5 yaitu sebesar 0,920 sedangkan nilai sig. Bartlett's Test diketahui < 0,05 yaitu sebesar 0,000. Oleh karena hasil dua asumsi tersebut terpenuhi maka bisa dilakukan analisis faktor.

Hasil *rotated component matrix* menunjukkan bahwa hasil penelitian ini menghasilkan 1 faktor yang terdiri dari 9 sub faktor yaitu *ekstraversion*, *neuroticism*, *body image*, *anxiety*, *assertiveness*, tuntutan situasi terkait *gender role*, *personal relationship*, *romantic relationship*, dan penerimaan sosial.

Faktor-faktor tersebut diberi nama yaitu faktor-faktor psikologis yang berkaitan dengan fungsi sosial. Selanjutnya dilakukan penghitungan terhadap batasan nilai untuk masing-masing kategori faktor menggunakan mean dan standar deviasi ideal. Berikut adalah rumus untuk mencari mean dan standar deviasi ideal:

Mean ideal :

$$\text{Standar deviasi ideal} : \frac{(n_t \times j_b) + (n_r \times j_b)}{2}$$

Keterangan:

Jb: Jumlah butir yang valid

nt: Nilai tertinggi setiap aitem

nr: Nilai terendah setiap

aitem

Berdasarkan perhitungan tersebut di dapatkan kategori dan batasan nilai sebagai berikut:

Tabel 2

*Kategori dan Batasan Nilai*

Kategori	Batasan Nilai
Sangat Tinggi	$X \geq 10,00$
Tinggi	$8,00 \leq X < 9,99$
Sedang	$6,00 \leq X < 7,99$
Rendah	$4,00 \leq X < 5,99$
Sangat Rendah	$X < 3,99$

Berdasarkan kategori pada tabel 2 kemudian dibuatlah penggolongan kategori faktor sebagai berikut:

Tabel 3

## Kategori Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan Make-up

Faktor	Kategori									
	Sangat rendah		Rendah		Sedang		Tinggi		Sangat tinggi	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
<i>Ekstraversi</i>	8	7.0	24	21.1	<b>40</b>	<b>35.1</b>	19	16.7	23	20.2
<i>Neuroticism</i>	29	25.4	<b>32</b>	<b>28.1</b>	28	24.6	17	14.9	8	7.0
<i>Body image</i>	14	12.3	22	19.3	<b>40</b>	<b>35.1</b>	24	21.1	14	12.3
<i>Anxiety</i>	15	13.2	28	24.6	<b>29</b>	<b>25.4</b>	24	21.1	18	15.8
<i>Assertiveness</i>	21	18.4	<b>36</b>	<b>31.6</b>	27	23.7	21	18.4	9	7.9
Tuntutan situasi terkait <i>gender role</i>	-	-	5	4.4	-	-	16	14.0	<b>93</b>	<b>81.6</b>
Kondisi fisik yang memengaruhi <i>personal relationship</i>	8	7.0	27	23.7	<b>37</b>	<b>32.5</b>	22	19.3	20	17.5
<i>Romantic relationship</i>	15	13.2	20	17.5	<b>35</b>	<b>30.7</b>	22	19.3	22	19.3
Penerimaan sosial	15	13.2	<b>27</b>	<b>23.7</b>	26	22.8	23	20.2	23	20.2

Tabel 3 menunjukkan bagaimana kategori faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood*. Subjek pada penelitian cenderung berada pada faktor *ekstraversi* sedang (35.1%), *neuroticism* rendah (28.1%), *body image* sedang (24.6%), *anxiety* yang rendah (24.6%) dan sedang (25.4%), *assertiveness* rendah (31.6%), tuntutan situasi terkait *gender role* (81.6%), kondisi fisik yang memengaruhi *personal relationship* (32.5%), *romantic relationship* (30.7%), dan penerimaan sosial yang rendah (23.7%).

## KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh hasil dan pembahasan di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up* pada *emerging adulthood* yaitu: *ekstraversi*, *neuroticism*, *body image*, *anxiety*, *assertiveness*, tuntutan sosial terkait *gender role*, kondisi



fisik yang memengaruhi *personal relationship*, *romantic relationship*, dan penerimaan sosial.

2. Faktor yang paling mempengaruhi perempuan *emerging* menggunakan *make-up* adalah tuntutan situasi terkait *gender role*. Hal tersebut membuktikan bahwa penggunaan *make-up* tidak hanya semata-mata untuk meningkatkan penampilan fisik saja tetapi ada tuntutan situasional yang ikut mendorong subjek untuk menggunakan *make-up*.

3. Tingkat penggunaan *make-up* pada masing-masing subjek berbeda-beda tergantung dari bagaimana pandangan pribadi subjek terhadap faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *make-up*.

## **SARAN**

### 1. Perempuan *Emerging Adulthood*

Penggunaan *make-up* oleh perempuan *emerging adulthood* selain untuk kecantikan juga perlu memperhatikan aspek *make-up* sebagai fungsi kesehatan.

### 2. Orangtua

Orangtua diharapkan dapat memberikan pemahaman yang tepat kepada anak tentang fungsi *make-up* serta memberikan pengarahan mengenai penggunaan *make-up* sesuai dengan situasi dan kondisi anak.

### 3. Penelitian selanjutnya

a. teknik pengambilan data pada penelitian ini bisa menggunakan teknik *random sampling* sehingga bisa mendapatkan data yang lebih representatif.

b. penelitian ini bisa dilakukan dengan mengambil pada subjek di luar Universitas Surabaya sehingga ditemukan faktor-faktor penggunaan *make-up* pada perempuan *emerging adulthood* yang khas dan lebih menyeluruh.

c. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempersiapkan pertanyaan yang *detail* dan mendalam ketika melakukan *survey* awal maupun angket penelitian sehingga penelitian akan mendapatkan faktor yang lebih banyak dan *detail*.

### Daftar Pustaka

- Arnett, Jeffrey Jensen. (2000). *Emerging Adulthood : A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties*.
- Korichi, R., Pelle-De-Queral, D., Gazano, G., & Aubert, A. (2008). *Why Women Use Make Up: Implication Of Psychological Traits In Makeup Functions*. J. Cosmet.Sci. 59, 127-137.
- Listianti, Sri Mulia. (2013). *Makna Berdandan Perempuan (Studi Kasus Tentang Penggunaan Make Up Pada Sales Promotion Girl Di Kota Surabaya*. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Melliana, A. (2006). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKIS.
- Puji, M. ( 2012). *Self Esteem Dan Fungsi Psikologis Make-Up Pada Perempuan Emerging Adulthood*. Skripsi. Tidak diterbitkan. Universitas Surabaya.
- Scott, S. (2007). *Influence of Cosmetics on Confidence of Collage Women: An Exploratory Study*. Hangover Collage.
- Yuwanto, L. (2010). *Make-Up= Memoles, Susuk= Membentuk: Sebuah Studi Kecantikan Pada Pekerja Seks Komersial*. Diunduh dari [https://www.ubaya.ac.id/2013/content/articles\\_detail/19/Make-up---Memoles--Susuk---Membentuk---Sebuah-Studi-Kecantikan-Pada-Pekerja-Seks-Komersial.html](https://www.ubaya.ac.id/2013/content/articles_detail/19/Make-up---Memoles--Susuk---Membentuk---Sebuah-Studi-Kecantikan-Pada-Pekerja-Seks-Komersial.html)
- Yuwanto, L (2010). *Mobile Phone Addict*. Surabaya. Putra Media Nusantara.
- Yuwanto, L. (2010). *Fungsi Make-up Dari Tinjauan Psikologi*. Diunduh dari [http://www.ubaya.ac.id/ubaya/articles\\_detail/12/Fungsi-Make-up-dari-Tinjauan-Psikologi.html](http://www.ubaya.ac.id/ubaya/articles_detail/12/Fungsi-Make-up-dari-Tinjauan-Psikologi.html)