

HUBUNGAN ANTARA KONSEP DIRI DENGAN FUNGSI PSIKOLOGIS *MAKE-UP* PADA MASA *EMERGING ADULTHOOD*

Clara Stascia^{1*}, Marselius Sampe Tondok¹

¹ Fakultas Psikologi Universitas Surabaya

cstascia@gmail.com

Abstrak - Masa perkembangan *emerging adulthood* dimulai dari usia 18-25 tahun. Pada masa ini individu mulai ditandai dengan perubahan perkembangan seperti berkembangnya sistem reproduksi, berwawasan lebih luas, dan lebih dapat mengenal identitas yang ada di dalam dirinya. *Make-up* atau kosmetik memiliki fungsi secara psikologis yaitu fungsi *make-up seduction* dan fungsi *make-up camouflage*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* pada masa *emerging adulthood*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif survey *eksplanatif* dengan menyebarkan angket pada subjek sebanyak 147 responden. *Sample* penelitian ini dilakukan secara *non random* dengan teknik *accidental quota sampling*. Kriteria subjek berusia 18-25 tahun yang menggunakan *make-up* 2 kali dalam kehidupan sehari-hari dan minimal menggunakan 3 jenis *make-up* yaitu, *face powder*, *lipstick*, *BB cream*. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan teknik *Spearman Corellation*. Hasil Penelitian ini menunjukkan tidak adanya hubungan antara konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* ($r=0,017$; $p= 0,417$). Ditinjau dari fungsi psikologis *make-up* didapatkan hasil bahwa terdapat 39 subjek (26,5%) tergolong *seduction*, 84 subjek (57,1%) tergolong *camouflage-seduction*, 24 subjek (16,3%) tergolong *camouflage*. Subjek penelitian ini tidak menggunakan fungsi *make-up* sebagai dasar penggunaan *make-up*. Hal ini dikarenakan subjek diterima di lingkungan sosialnya secara positif sehingga, membuat subjek tetap berpikiran positif dan percaya diri walaupun tidak menggunakan *make-up*.

Kata Kunci: Fungsi Psikologis *Make-Up*, Konsep Diri, *Emerging Adulthood*

Abstract - The period of adulthood emerging development starts from the age of 18-25 years. At this time individuals begin to be characterized by changes in development such as the development of reproductive systems, broader vision, and more can recognize the identity that is in him. Make-up or cosmetics have a psychological function that is make-up seduction function and camouflage make-up function. This study aims to determine the relationship between self-concept with the psychological function of make-up in the emerging adulthood. The method used in this study is quantitative explanative survey by spreading the questionnaire on the subject of 147 respondents. The sample of this research was done non-randomly with accidental quota sampling technique. Criteria subjects

aged 18-25 years who use make-up 2 times in everyday life and minimal use 3 types of makeup that is, face powder, lipstick, BB cream. The hypothesis in this study was tested by Spearman Correlation technique. The results of this study showed no relationship between self-concept with the psychological function of make-up ($r = 0,017$; $p = 0,417$). In terms of the psychological function of make-up, there were 39 subjects (26.5%) classified as seduction, 84 subjects (57.1%) were classified as camouflage-seduction, 24 subjects (16.3%) were classified as camouflage. The subject of this study did not use the make-up function as the basis for the use of make-up. This is because the subject is accepted in the social environment in a positive way, making the subject remains positive and confident even when not using make-up.

Keywords: Psychological Functions Make-Up, Self Concept, Emerging Adulthood

PENDAHULUAN

Pasar kosmetik Indonesia semakin menguat, hal ini tentunya berpengaruh besar bagi perekonomian Indonesia. Menurut Euromonitor International, Indonesia memiliki kontribusi 51% bagi industri kecantikan. Bahkan menurut Kementerian Perindustrian, Indonesia diperkirakan akan menjadi pasar pertumbuhan utama di industri kecantikan pada tahun 2019 mendatang. Selain itu, dari data yang diungkap oleh Asosiasi Profesi Ekspor Impor Seluruh Indonesia (APREISINDO), produk kecantikan yang telah tercatat di BPOM kini mencapai 36.642 produk dan 14.658 diantaranya adalah produk dari lokal. Berdasarkan data dari Asosiasi Profesi Ekspor Impor Seluruh Indonesia (APREISINDO), nilai ekspor Industri kecantikan mencapai US\$ 818 atau Rp.11 triliun di tahun 2015. Bahkan nilai ekspor lebih besar dari impor yang hanya US\$ 441 juta sehingga, Adanya peningkatan sampai 85% (Detik.com/Alissa Safera, 2016).

Selain itu, Berdasarkan data yang telah didapatkan, pertumbuhan penggunaan kosmetik khususnya di pedesaan pulau Jawa tercatat mencapai Rp.64 miliar menjadi Rp.82 miliar. Angka tersebut terbilang rendah jika dibandingkan dengan wilayah perkotaan yang mana pertumbuhannya menjadi Rp. 606 miliar dari Rp.554 miliar pada semester I/2013 (Bisnis.com/Dewi Andriani, 2013). Hal ini membuktikan bahwa penggunaan kosmetik di perkotaan lebih tinggi jika dibandingkan dengan pedesaan. Penggunaan kosmetik di perkotaan semakin meningkat karena wanita perkotaan semakin menyadari bahwa kecantikan berperan penting bagi pekerjaan, karir dan percintaan. Hal ini didukung oleh Cross dan Cross dalam (Hurlock, 1996) mengatakan bahwa penampilan sangat penting karena melalui dukungan sosial, popularitas, pemilihan teman hidup, dan karier semua itu dipengaruhi oleh daya tarik seseorang sehingga, wanita perkotaan tidak jarang menggunakan *make-up* dalam kehidupan sehari-hari untuk kepentingan pribadi. Selain itu, jika dilihat dari karakteristik masyarakat

perkotaan yaitu tingkah laku setiap orang yang tinggal di perkotaan lebih kreatif, radikal dan dinamis sehingga, kehidupan kota lebih cepat menerima sesuatu hal yang baru dan meninggalkan yang lama serta lebih cepat bereaksi, lebih cepat menerima mode-mode dan kebiasaan baru. Oleh karena itu, dampak positif yang mereka rasakan yaitu perasaan harga diri yang lebih tinggi.

Kehidupan perkotaan jauh lebih maju daripada kehidupan pedesaan, karena kehidupan di perkotaan lebih berkesan *glamour* serta didukung dengan adanya fasilitas-fasilitas berupa, media iklan, *smartphone*, internet yang kapan saja bisa digunakan untuk transaksi pembelian kosmetik *online*, dan pusat perbelanjaan yang sangat memadai untuk melakukan pembelian produk kecantikan. Berdasarkan hal yang telah disebutkan di atas, ini dapat memicu wanita di perkotaan akan terus menggunakan produk kecantikan dalam kehidupan sehari-hari untuk menunjang pekerjaan, karir, dan percintaan.

Make up atau kosmetik bukan hal yang baru lagi dalam masyarakat *modern*. *Make up* bahkan sudah menjadi hal yang wajib untuk seorang wanita bila mana ia akan pergi beraktivitas di luar rumah, karena pada dasarnya wanita selalu ingin tampil cantik dan menarik. Agar mendapatkan penampilan yang cantik dan menarik wanita rela menghabiskan uang untuk membeli produk *make up*. Tentunya, ini akan membuat seorang wanita lebih merasa percaya diri dan mendapatkan kepuasan tersendiri setelah menggunakan *make up*. Hal ini sesuai dengan tujuan kosmetik pada masyarakat *modern* adalah untuk kebersihan pribadi, meningkatkan daya tarik melalui *make up*, meningkatkan rasa percaya diri dan perasaan tenang, melindungi kulit dan rambut dari kerusakan UV, polusi dan faktor lingkungan yang lain, mencegah penuaan, dan secara umum, membantu seseorang lebih menikmati dan menghargai hidup (Tranggono, 2007).

Make-up memiliki fungsi secara psikologis yaitu, fungsi *seduction* dan fungsi *camouflage*. Selain itu, terdapat dua kategori penilaian dalam fungsi psikologis *make-up* yaitu, *valuation* dan *variation*. *Valuation* merupakan penilaian individu terhadap wajah yang *natural*, apabila individu tetap merasa menarik ketika menggunakan *make-up* atau tidak menggunakan *make-up* maka, individu menggunakan fungsi psikologis *make-up seduction*. *Variation* merupakan variasi individu dalam menggunakan *make-up*, apabila individu menilai wajahnya lebih menarik ketika menggunakan *make-up* dibandingkan tidak menggunakan *make-up* maka, individu menggunakan fungsi psikologis *make-up camouflage*.

Menurut Korichi, Pelle-de-Queral, Gazano, dan Aubert (2008) mengatakan *make up* secara psikologis terbagi atas dua yaitu, *seduction* dan *camouflage*. *Seduction* artinya seseorang menggunakan *make up* dengan tujuan meningkatkan penampilan menjadi lebih menarik dan dapat mengontrol perilaku seperti, lebih ramah, tegas, dan terbuka terhadap hal-hal baru. Sedangkan, *camouflage* artinya seseorang menggunakan *make up* untuk menutupi

kekurangan yang ada pada dirinya seperti, mudah cemas, defensif, dan memiliki emosi yang tidak stabil.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Krilia (2016) mengenai pengaruh tingkat penerimaan diri dan *gender role* terhadap intensi menggunakan *make up* hasil yang didapatkan, semakin tinggi tingkat penerimaan diri, maka semakin rendah intensi menggunakan *make up*, sebaliknya jika tingkat penerimaan diri rendah, maka tingkat intensi menggunakan *make up* semakin berpotensi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan terdapat pengaruh pada penerimaan diri terhadap intensi menggunakan *make up*.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2012) dan Wiranata (2016) mengenai *self-esteem* dan fungsi *make up* didapatkan hasil yang berbeda. Penelitian oleh Handayani (2012) mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan fungsi *make up* yang mana *self-esteem* menggambarkan fungsi *make up seduction*. *Self-esteem* berada pada kategori sedang yaitu, fungsi *make up seduction-camouflage*, dan *self-esteem* berada pada kategori rendah yaitu, fungsi *make up camouflage*. Namun, Hasil yang berbeda ditunjukkan oleh penelitian Wiranata (2016) yang mana tidak terdapat adanya korelasi antara *self-esteem* dan fungsi *make up*. Sebagian besar subjek menggunakan fungsi *make up camouflage* sebanyak (91,3%), *seduction* sebanyak(8,7%), dan sebagian subjek memiliki *self-esteem* rendah sebanyak (60,9%). Hasil penelitian ini berbeda dikarenakan dari pemilihan subjek, dimana dalam penelitian Handayani (2012) menggunakan subjek mahasiswa sedangkan dalam penelitian Wiranata (2016) menggunakan model yang sudah terbiasa ber-*make up* dikarenakan tuntutan profesi.

Konsep diri merupakan pandangan seseorang mengenai diri sendiri dan penilaian dari orang lain. "*basic self-concept it is perhaps impossible for a person to think of himself without being influenced to some extent by the mirror images he has of what he believes others think of him*" (Hurlock, 1983:28). Menurut Hurlock arti konsep diri yaitu seseorang tidak mungkin memikirkan dirinya sendiri tanpa dipengaruhi sampai batas tertentu oleh cerminan dirinya sendiri dan dia percaya juga bahwa orang lain memikirkan tentang dirinya.

Berdasarkan hal ini, remaja seringkali mengkonsepkan pemikiran berdasarkan konsep pemikiran mereka sendiri. Konsep diri sendiri tidak terbentuk secara singkat namun, konsep diri terbentuk melalui proses belajar pada masa pertumbuhan seseorang dari kecil hingga dewasa. Faktor yang berperan dalam proses pertumbuhan seseorang yaitu lingkungan dimana ia tinggal dan dibesarkan, pengalaman dan pola asuh dari orang tua. Ramaiah (2003) dalam (Syamsuddin, 2011), berpendapat bahwa lingkungan atau sekitar tempat tinggal mempengaruhi cara berpikir tentang diri sendiri dan orang lain sehingga, melalui proses ini

seseorang dapat mengamati apa saja yang menjadi kelebihan dan kekurangan yang ada dalam dirinya dan mencoba untuk merubah apa yang tidak sesuai.

Fitts (1971) dalam (Agustiani, 2009), mengatakan bahwa apabila individu mempresepsikan dirinya, bereaksi terhadap dirinya, memberikan arti dan penilaian serta membentuk abstraksi pada dirinya, maka hal ini menunjukkan suatu kesadaran diri dan kemampuan untuk keluar dari dirinya sendiri untuk melihat dirinya sendiri sebagaimana yang dilakukan terhadap objek-objek lain yang ada di kehidupannya. Berdasarkan hal ini konsep diri sangat berpengaruh besar terhadap perilaku seseorang yang ditunjukkan dengan bagaimana cara ia memaknai dan membentuk dirinya sendiri dari pengalaman yang didapatkan melalui pengamatan.

Menurut Fitts, 1971 (dalam Agustiani, 2009) konsep diri memiliki dua dimensi yaitu, dimensi internal, individu melihat dirinya sebagai suatu kesatuan unik dan dinamis ketika ia dapat melakukan pengamatan dan penilaian terhadap identitas dirinya, tingkah lakunya, dan kepuasan dirinya. Dimensi internal yaitu, pengamatan dan penilaian terhadap diri yang timbul ketika individu berinteraksi dengan dunia luar, khususnya hubungan interpersonal. Dimensi eksternal terdiri dari tiga bagian; 1) identitas diri, 2) diri sebagai pelaku, 3) diri sebagai penilai. Dimensi eksternal terdiri dari lima bagian; 1) diri fisik, 2) diri etika moral, 3) diri personal, 4) diri keluarga, 5) diri sosial. Kedua dimensi ini saling berhubungan yang nantinya membentuk suatu kepribadian sehingga, pada penelitian ini dapat digambarkan jika seseorang memiliki konsep diri yang tinggi, ia cenderung akan memiliki gambaran diri yang positif maka, fungsi psikologis *make up* yang digunakan yaitu, *seduction* dan jika seseorang memiliki konsep diri yang rendah, ia cenderung akan memiliki gambaran diri yang negatif maka, fungsi psikologis *make up* yang digunakan yaitu, *camouflage*.

Menurut Arnett (2000) masa perkembangan *emerging adulthood* dimulai dari usia 18-25 tahun. Berdasarkan pada rentang usia tersebut, individu pada masa *emerging adulthood* sudah berada dimasa remaja akhir menuju masa dewasa. Pada masa *emerging adulthood* ini ditandai dengan adanya perubahan dalam perkembangan individu seperti berkembangnya sistem reproduksi, berwawasan lebih luas, dan lebih dapat mengenal identitas yang ada di dalam dirinya. Selain itu, perubahan-perubahan lain yang ditunjukkan yaitu, perubahan penampilan, minat, sikap dan perilaku yang dikarenakan adanya tekanan-tekanan dari lingkungan tertentu dalam kebudayaan sehingga, menimbulkan masalah-masalah penyesuaian diri yang tidak dapat dihadapi setiap orang dewasa. Sebagaimana yang ditekanankan oleh Gould (dalam Hurlock, 1996) usia yang tepat saat perubahan-perubahan itu terjadi adalah produk dari kepribadian gaya hidup dan sub-budaya total seorang individu. Maka dari itu, perempuan pada masa *emerging adulthood* lebih mementingkan penampilan secara fisik dan menyadari akan perubahan-perubahan yang ada di dalam dirinya.

Selain itu, Arnett (2000) mengatakan kebanyakan individu yang baru berada pada masa *emerging adulthood* lebih fokus terhadap hal-hal seperti, lebih memikirkan pekerjaan, pandangan mengenai kehidupannya, serta percintaan. Dikarenakan individu ingin memiliki kehidupan layaknya orang dewasa. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa masa *emerging adulthood* yaitu, masa dimana individu mengalami perubahan perkembangan yang lebih matang serta lebih fokus terhadap hal-hal seperti pekerjaan, karir, dan percintaan.

Berdasarkan fenomena di atas peneliti ingin melihat gambaran mengenai fungsi psikologis *make-up* pada masa *emerging adulthood*. Apakah ada hubungan antara konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* pada masa *emerging adulthood*.

METODE PENELITIAN

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 147 mahasiswi perempuan Fakultas Psikologi Universitas Surabaya dari angkatan 2016 yang memiliki kriteria, berusia 18-25 tahun (*emerging adulthood*), sering menggunakan *make-up* minimal 2 kali dalam sehari, dan minimal menggunakan 3 jenis *make-up* seperti, *face powder*, *BB cream*, dan *lipstick*. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *non-random* dengan teknik *accidental quota sampling*.

Pada penelitian ini menggunakan angket tertutup dan angket terbuka. Angket tertutup fungsi psikologis *make-up* terdapat 16 item dan angket terbuka terdapat 12 pertanyaan, kedua angket tersebut mengacu pada teori Korichi, Pelle-de-Queral, Gazano, dan Aubert (2008). Angket tertutup konsep diri terdapat 90 item dan angket terbuka terdapat 6 pertanyaan, kedua angket mengacu pada teori Fitts (1971). Pengolahan data menggunakan uji korelasi yang dilakukan dengan teknik analisis korelasi *Spearman*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 15 hari di Fakultas Psikologi Universitas Surabaya di mulai pada tanggal 09-23 Oktober 2017 dengan cara peneliti membagikan angket pada mahasiswi dari angkatan 2016. Pembagian angket dilakukan secara langsung oleh peneliti di ruang kelas masing-masing subjek. Sebelum mengisi angket peneliti terlebih dahulu menerangkan tentang cara pengisian dengan alasan agar subjek tidak keliru dalam mengisi angket

tersebut. Angket secara keseluruhan terisi sebanyak 147, ini sesuai dengan jumlah subjek yang diteliti.

2. Hasil Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data suatu variabel. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dan dianalisis menggunakan program *SPSS 22.0 for Windows*. Hasil yang didapatkan mengenai fungsi psikologis *make-up* dengan konsep diri yaitu, dengan nilai $p = 0,200$ ($p > 0,05$) yang berarti data bersifat normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dari pasangan data antar kedua variabel memiliki garis yang lurus atau tidak. Berdasarkan uji analisis didapatkan hasil bahwa variabel fungsi psikologis *make-up* dan konsep diri memiliki hubungan yang tidak linear dengan nilai $p = 0,801$ ($p > 0,05$).

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan antar variabel. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan non-parametrik korelasi *Spearman* karena salah satu uji asumsi tidak terpenuhi. Hasil yang didapatkan bahwa tidak terdapat hubungan antara konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up*. Hal ini dibuktikan dengan nilai $p = 0,417$ ($p > 0,05$). Kesimpulannya, hipotesis ditolak dalam penelitian ini karena tidak ada hubungan antara konsep diri positif dengan *make-up seduction* dan konsep diri negatif dengan *make-up camouflage*.

3. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ditolak karena tidak ada hubungan antara konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* pada masa *emerging adulthood*, yaitu antara konsep diri positif dengan *make-up seduction* dan konsep diri negatif dengan *make-up camouflage* karena hasil analisis menunjukkan bahwa nilai $p = 0,417 > 0,05$. Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa fungsi psikologis *make-up* tidak memiliki hubungan dengan variabel lain yaitu, pada penelitian yang dilakukan oleh Wiranata (2016) didapatkan hasil bahwa tidak terdapat hubungan antara *self esteem* dengan fungsi psikologis *make-up*. Artinya *self esteem* seseorang tidak mempengaruhi fungsi psikologis *make-up seduction* maupun *camouflage*.

Hasil ini juga didukung dengan hasil tabulasi silang antara fungsi psikologis *make-up* dengan penilaian diri individu yaitu tidak berasosiasi

sebanyak 68,3% artinya subjek menggunakan fungsi psikologis *make-up* dan konsep diri dalam kategori sedang. Adapun alasannya agar wajah terlihat segar dan tidak pucat. Berdasarkan penjabaran di atas dapat diketahui bahwa antara konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* tidak saling berhubungan.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Syamsudin (2011) mengatakan jika konsep diri seseorang positif maka ia akan mampu menerima dirinya dengan baik yaitu mampu menerima kekurangan ataupun kelebihan yang ada pada dirinya. Pada kenyataan hal itu bertolak belakang, karena dari hasil yang didapatkan melalui pertanyaan terbuka walaupun seseorang menilai dirinya positif namun, sebanyak 54,5% (tabel 4.20) memandang personal kepribadiannya negatif karena merasa memiliki banyak kekurangan pada dirinya seperti mudah marah, kurang percaya diri, dan mudah putus asah. Hal ini sesuai dengan teori Burns (1994) mengatakan bahwa seseorang dengan konsep diri negatif lebih membenci diri sendiri, memiliki perasaan rendah diri yang tidak menghargai diri dan tidak menerima diri sendiri sehingga, akan kesulitan dalam mengontrol dirinya sendiri.

Penelitian ini menggunakan subjek pada masa *emerging adulthood* yang mana rentang usia dimulai dari 18-25 tahun. Berdasarkan hasil yang didapatkan bahwa awal penggunaan *make-up* berada pada usia 16-20 tahun 68,7% (tabel 4.2). Usia yang ditunjukkan berada pada masa perkembangan remaja akhir menuju masa dewasa awal. Hal ini didukung dari hasil intensitas penggunaan *make-up* pada subjek pada masa *emerging adulthood* berada pada kategori jarang sebanyak 68 orang 46,3% (tabel 4.1). Selain itu, alasan subjek didapatkan melalui pertanyaan terbuka bahwa ketika subjek tidak menggunakan *make-up* ia akan merasa biasa saja. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *make-up* pada masa *emerging adulthood* adalah jarang karena subjek merasa biasa saja ketika tidak menggunakan *make-up* dengan usia 16-20 tahun sebagai awal penggunaan *make-up*.

Individu yang berada pada masa *emerging adulthood* mulai merasakan adanya perubahan-perubahan fisik dan psikologisnya karena adanya tekanan-tekanan serta penyesuaian diri di lingkungannya. Perubahan yang dimaksud yaitu, perubahan penampilan, minat, sikap dan perilaku dikarenakan tuntutan dari lingkungan tertentu di dalam kebudayaan. Jika melihat dari karakteristik masyarakat perkotaan salah satunya yaitu tingkah laku, mereka lebih kreatif, radikal dan dinamis sehingga, kehidupan wanita yang tinggal di perkotaan jauh lebih mudah untuk mengikuti sebuah *trend* yang baru ataupun meninggalkan sesuatu hal yang lama, karena kehidupan di perkotaan lebih berkesan *glamour* dan didukung dengan adanya fasilitas yang sangat memadai. Seorang wanita yang tinggal di perkotaan juga sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya, yang mana harus beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan tuntutan-tuntutan yang ada agar dapat diterima oleh lingkungan. Adapun timbal balik positif yang mereka

dapatkan yaitu, memiliki perasaan harga diri yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan masyarakat desa yang bersifat statis.

Selain itu, hal yang berpengaruh juga bagi wanita perkotaan untuk mengikuti sebuah *trend* yaitu, media-media yang mudah di jangkau seperti pusat perbelanjaan yang sangat memadai, media iklan kecantikan di TV, *online shop* di internet maupun media iklan di jalan-jalan yang di jumpai sehingga, sangat mudah bagi wanita di perkotaan untuk mendapatkan produk kecantikan agar dapat menunjang penampilan mereka salah satunya dengan ber-*make-up*.

Hasil yang didapatkan pada subjek yang berusia 18-25 tahun menggunakan fungsi psikologis *make-upseduction-camouflage* sebanyak 100%. Artinya bahwa subjek pada masa *emerging adulthood* lebih menggunakan fungsi psikologis *make-upseduction-camouflage*. Salah satu alasan subjek yang didapatkan melalui pertanyaan terbuka bahwa subjek menggunakan *make-up* yaitu agar wajah terlihat lebih menarik serta dapat menutupi kekurangan. Jadi kesimpulannya, subjek menggunakan fungsi psikologis *make-upseduction-camouflage* yaitu menggunakan *make-up* untuk meningkatkan penampilan serta untuk menutupi kekurangan.

Selain melakukan uji korelasi antar variabel, peneliti juga melakukan uji korelasi antar aspek. Hasil yang didapatkan bahwa antara konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* (table 4.34) menunjukkan secara keseluruhan tidak terdapat adanya korelasi antar masing-masing aspek karena nilai ($p \geq 0,05$). Hasil yang didapatkan bisa terjadi karena adanya faktor pendukung. Salah satunya faktor yaitu tempat dan situasi area subjek sehingga, subjek akan merasa nyaman karena dapat diterima oleh lingkungan tanpa memandang fisik serta menuntut suatu perubahan dalam diri subjek.

Fitts, 1971 (Agustiani, 2009) mengatakan konsep diri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu kompetensi dalam area yang dihargai oleh individu dan orang lain. Pada (tabel 4.24) sebanyak 141 orang 96% merasa dirinya diterima oleh lingkungan sosialnya. Hal ini tentunya dapat membuat subjek merasa lebih percaya diri, walaupun banyak kekurangan, seperti yang ditunjukkan pada (tabel 4.8) sebanyak 58 orang 31,4% memiliki masalah pada wajah yaitu jerawat. Akan tetapi, dengan kekurangan tersebut subjek tidak merasa itu suatu hal yang harus di tutupi, terbukti pada (tabel 4.9) sebanyak 100 orang 68,0% tidak menutupi jerawat ataupun permasalahan pada wajah mereka. Tentunya semua ini tidak terlepas dari faktor eksternal maupun internal yaitu lingkungan, keluarga dan teman dekat. Hal ini ditunjukkan pada (tabel 4.23) sebanyak 137 orang 93,2% mengatakan mereka merasa dihargai oleh keluarga dan teman dekat. Subjek juga mengatakan ia merasa puas pada (tabel 4.20)

sebanyak 79,6% dan memiliki penilaian diri yang positif walaupun memiliki banyak kekurangan (tabel 4.17) alasannya karena subjek mensyukuri segala sesuatu hal termasuk penampilan (tabel 4.21) tanpa harus merubah yang ada pada dirinya. Berdasarkan penjelasan di atas penelitian ini tidak terbukti bahwa konsep diri ada hubungannya dengan fungsi psikologis *make-up*.

Konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* tidak saling berhubungan, hal ini disebabkan karena konsep diri positif atau negatif seseorang tidak hanya diukur dari penampilan ber-*make-up* saja, melainkan dari tingkat kepercayaan diri seseorang yang tinggi. Seseorang dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi lebih mudah untuk beradaptasi dan bersosialisasi di lingkungan sosialnya. Menurut Maqassary (2014) seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi pasti yakin dengan kemampuan-kemampuan yang dimilikinya dan cenderung lebih memiliki harapan yang sesuai dengan kenyataannya. Kemampuan yang dimaksud yaitu, kemampuan untuk beradaptasi di lingkungan sosialnya dengan berbagai macam permasalahan yang harus dihadapi individu. Seseorang cenderung merasa tidak berdaya jika ia tidak memiliki kepercayaan di dalam dirinya. Menurut Hakim, 2012 (dalam Maqassary, 2014) ciri-ciri seseorang yang memiliki kepercayaan diri yaitu, individu selalu bersikap tenang, mempunyai potensi dalam diri, mandiri, mengerjakan segala sesuatu tanpa bergantung pada orang lain, mampu untuk beradaptasi dan bersosialisasi dengan baik, memiliki pemikiran yang positif dengan memandang segala sesuatu dari sudut yang baik sehingga, mampu untuk menghadapi segala permasalahan yang ada di lingkungan sosialnya. Kesimpulannya, seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi akan mampu menghadapi segala permasalahan di lingkungan sosialnya baik itu penerimaan yang positif maupun yang negatif sehingga, hal ini dapat mempengaruhi penggunaan fungsi psikologis *make-up*nya yaitu *seduction* maupun *camouflage*.

Selain itu, konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* juga tidak saling berhubungan hal ini disebabkan karena konsep diri bukan hanya penilaian dari diri individu sendiri melainkan dari faktor eksternal dan internal. Argyle, 1988 (Ferani dkk, 2015) mengatakan bahwa ada beberapa faktor konsep diri yang dapat mempengaruhi pembentukan dan perkembangan individu yaitu reaksi dari orang lain. Artinya reaksi yang berasal dari orang terdekat di lingkungan sekitar memiliki arti penting bagi individu seperti orang tua, sahabat dan guru. Jika melihat dari teori di atas fungsi psikologis *make-up* tidak dapat menentukan konsep diri seseorang karena faktor terpenting bagi individu yaitu faktor internal dan eksternalnya yang menerima ia tanpa menuntut apapun.

Adanya penerimaan di lingkungan sosial membuat subjek merasa dirinya berharga serta memiliki pemikiran yang positif walaupun tidak menggunakan *make-up* dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dibuktikan dengan hasil pertanyaan

terbuka mengenai penerimaan subjek di lingkungan sosial yaitu sebanyak 96% mengatakan mereka diterima dengan baik oleh lingkungan. Kemudian, subjek juga mengatakan dihargai oleh keluarga dan teman dekat sebanyak 93%. Tentunya, hal ini berdampak positif bagi subjek karena lingkungan sosial secara positif dapat menerima subjek dengan baik yaitu, tidak menuntut subjek untuk menggunakan *make-up* dengan berbagai alasan yang membuat subjek memiliki pemikiran yang negatif sehingga, adanya penerimaan ini subjek dapat berpikiran positif serta merasa memiliki kepercayaan diri untuk berinteraksi dengan lingkungan sosialnya walaupun tidak menggunakan *make-up*.

Menurut Hurlock (1997) seseorang yang dapat diterima di lingkungan sosialnya akan menunjukkan karakteristik positif yaitu, subjek akan merasa nyaman ketika berada di lingkungan, merasa diterima dan memiliki harga diri, tidak merasa tertekan sehingga, subjek merasa lingkungan menerima serta mendukung segala hal yang dilakukannya. Seseorang yang diterima dalam lingkungan sosialnya akan membentuk suatu pemikiran yang nantinya akan menentukan cara ia bertindak yang didasari dari pengalaman yang didapatkan melalui proses di lingkungan sosialnya. Melalui pengalaman di lingkungan tersebut ia dapat belajar dan memaknai hal-hal yang dilihat dan menerima segala sesuatu yang bersifat baik, karena setiap pengalaman yang diterima mengandung unsur yang penting bagi subjek yang di simpan dalam proses kognitifnya sehingga, hal tersebut menambah perkembangan pengalaman subjek dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Hal positif yang didapatkan oleh subjek yaitu merasa lebih percaya diri dan lebih menghargai diri sendiri karena lingkungan ikut menjadi faktor terpenting bagi subjek dalam bertindak.

KESIMPULAN

Pada hasil penelitian hubungan antara konsep diri dengan fungsi psikologis *make-up* didapatkan hasil tidak ada hubungan antar kedua variabel karena nilai $p = 0,417$ ($p > 0,05$) yaitu, tidak ada hubungan antara konsep diri positif dengan fungsi psikologis *make-up seduction*, begitu juga hubungan antara konsep diri negatif dengan fungsi psikologis *make-up camouflage*. Artinya konsep diri positif maupun negatif tidak menentukan seseorang dalam menentukan fungsi psikologis *make-up*-nya yaitu sebagai *seduction* atau *camouflage*.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yaitu tidak terdapat hubungan antara *self esteem* dengan fungsi psikologis *make-up*. Hal ini juga didukung dengan hasil uji korelasi antar aspek yang menunjukkan dari lima aspek konsep diri yang dikorelasikan dengan variabel fungsi psikologis *make-up* hasil yang didapatkan bahwa tidak terdapat adanya korelasi antara

variabel fungsi psikologis *make-up* dengan semua aspek konsep diri karena nilai $p \geq 0,05$.

Subjek dalam penelitian ini memiliki konsep diri dan fungsi psikologis *make-up* dalam kategori sedang. Artinya seseorang yang melihat dirinya buruk atau baik akan tetap dapat menerima diri apa adanya karena adanya faktor pendukung yang didapatkan subjek yaitu faktor internal dan eksternal berupa penerimaan subjek dalam lingkungan pertemanan, keluarga dan teman dekat sehingga, subjek akan merasakan dampak yang positif ketika lingkungan dapat menerima segala kekurangan ataupun kelebihan yang dimiliki subjek, adanya penerimaan di lingkungan sosial ini membuat subjek lebih percaya diri dan memiliki pikiran yang positif ketika tidak menggunakan *make-up*.

SARAN

1. Bagi Subjek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi bagi subjek penelitian mengenai konsep diri serta fungsi psikologis *make-up* bagi dirinya. Harapannya bisa menjadi orang yang lebih percaya diri dan memiliki konsep diri yang positif seperti, belajar menerima diri sendiri, menghargai diri sendiri dan memiliki perasaan yang positif. Selain itu, diharapkan juga bagi subjek penelitian untuk tetap percaya diri walaupun tidak memakai *make-up* serta memperhatikan produk kosmetik yang digunakan demi kesehatan wajah.

2. Bagi Masyarakat atau Pembaca

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru pada masyarakat mengenai fungsi psikologis *make-up* dan konsep diri. Diharapkan masyarakat dapat memiliki pemikiran yang lebih positif dan percaya diri ketika tidak menggunakan *make-up* dan juga saat menggunakan *make-up*.
2. Bagi perempuan selain menggunakan *make-up* membuat wajah terlihat cantik dan menarik, akan tetapi perlu juga untuk memperhatikan fungsi penggunaan *make-up* untuk menjaga kesehatan wajah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pada penelitian terdahulu fungsi psikologis *make-up* telah banyak dikaitkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi fungsi psikologis *make-up* yaitu, *self esteem*, *anxiety*, *assertiveness*, *personality* dan citra tubuh. Sejauh ini, penelitian yang telah dilakukan mengenai fungsi psikologis *make-up* yaitu *self esteem*, *personality*, citra tubuh dan konsep diri. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti hal

serupa atau dapat menggunakan variabel lain yang belum pernah diteliti, salah satunya yang berpengaruh dalam penelitian ini yaitu *self confident*. Harapannya dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai fungsi psikologis *make-up*.

2. Saat pemilihan subjek diharapkan dapat mewakili kriteria yang sesuai dengan penelitian seperti menggunakan *make-up* minimal 3 jenis yaitu *face powder*, *BB cream*, *lipstrick*, agar penelitian berjalan sesuai dengan apa yang telah digambarkan sebelumnya.
3. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan subjek di luar Universitas Surabaya sehingga, harapannya bisa mendapatkan hasil yang lebih menyeluruh.
4. Pada saat sebelum pengambilan data dilakukan mohon diperiksa kembali jadwal mata kuliah subjek penelitian, agar tidak terjadi pengambilan data pada subjek yang sama.

PUSTAKA ACUAN

- Agustiani, H. (2009). *Psikologi Perkembangan: Pendekatan Ekologi Kaitannya dengan Konsep Diri dan Penyesuaian Diri pada Remaja*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Allisa, S. (2016, Juni). *Produk kosmetik local, industry andalan Indonesia di 2019*. Retrieved Juni 16, 2016, dari <http://m.detik.com/wolipop/read/2016/06/16/071022/3234515/234/produk-kosmetik-lokal-industri-andalan-indonesia-di-2019>.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging Adulthood: A Theory of Development From the Late Teens Through the Twenties. *Journal Vol. 55. No. 5. 469-480*. American Psychological Association. Inc.
- Aswar, S. (2003). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Aswar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Brinegar, K., Weddle, Elyse. (2014). *The Correlation Between Makeup Usage and Self-Esteem*. PSY 344 Sosial Psychology. Hanover College.
- Burns, R.B. (1993). *Konsep Diri: Teori, pengukuran, perkembangan dan perilaku*. Jakarta: Arcan.
- Cci-indonesia. (n.d.). *Perkembangan industri kosmetik di Indonesia, 2010-2015*. Retrieved Juni, 17, 2017, diunduh dari <http://cci-indonesia.com/2016/06/17/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015>.
- Congadi, Y. (2010). *Profil kepribadian ditinjau dari fungsi make-up pada sales promotion girls (SPG) make-up*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.
- Desmita. (2005). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, A. (2013, September). *Pasar kosmetik di Indonesia masih menjanjikan*. Retrieved September, 24, 2013, diunduh dari <http://industri.bisnis.com/read/20130924/12/164964/pasar-kosmetik-di-indonesia-masih-menjanjikan>.
- Ferani, A. A., Karini, S. M., Nugroho, A. A. (2015). *Hubungan antara citra tubuh dan konsep diri dengan motivasi bertato pada wanita di Surakarta*. Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Sebelas Maret.
- Handayani, Y. T. (2012). *Self esteem dan fungsi psikologis make up pada mahasiswi fakultas psikologi*. Skripsi, tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya, Surabaya.

- Heru, S. (2012). *Dampak Sosial Alih Fungsi Lahan Terhadap Pola Kehidupan Masyarakat Desa Serang Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga*. Program Studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1997). *Psikologi Perkembangan Suatu pendekatan rentang kehidupan*. Edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1983). *Personality Development*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Irma. (2016). *Pengaruh Ketergantungan Make Up terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswi IAIN Antasari Banjarmasin*. Fakultas Ushulludin dan Humaniora, Universitas Institut Agama Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Banjarmasin.
- Korichi, R., Pelle-de-Queral, D., Gazano, G., & Aubert, A. (2008). Why women use makeup: Implication of psychological traits in makeup functions. *J. Cosmet. Sci.*, 59, 127-137.
- Kuntjojo. (2009). *Metodologi Penelitian*. Kediri. Diunduh dari <https://ebekunt.files.wordpress.com/2009/04/metodologi-penelitian.pdf>
- Krillia, S. P. (2016). *Pengaruh tingkat penerimaan diri dan gender role terhadap intensi menggunakan make up*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang.
- Maqassary, A. A. (2014). Ciri-ciri kepercayaan diri. *E-journal psikologi*.
- Marsh, W. H., Richards, E. G. (1987). *The Tennessee Self Concept Scale: Reliability, Internal Structure, and Construct Validity*.
- Muliyawan, D., Suriana, N. (2013). *A-z tentang kosmetik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pratiwi, R. A., Yusuf, M., Lilik, S. (2008). *Hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan perilaku merokok remaja*. Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran, Universitas Sebelas Maret.
- Respati, W. S., Yulianto, A., Widiana, N. (2013). Perbedaan konsep diri antara remaja akhir yang mempresepikan pola asuh orang tua authoritarian, permissive dan authoritative. Fakultas Psikologi. Universitas Indonusa Esa Unggul, Jakarta. *Journal Psikologi*, Vol. 4 No. 2.
- Scott, S. (2007). Influence of cosmetic on the confidence of college women: An exploratory study. Diunduh dari <http://psych.hanover.edu/research/thesis07/scottpaper.pdf>.

- Siaputra, B., Natalya, L. (2016). *Pengukuran Psikologi: Teori & Praktek*. Surabaya.
- Silverio, Lauren. (2010). *Makeup's Effects on Self-Perception. OTS Master's Level Projects & Papers*. Paper 49. Faculty of the Department of Occupational and Technical Studies, Old Dominion Univesity.
- Syamsuddin. (2011). *Hubungan konsep diri dengan kecemasan pada remaja putri di smp negeri 4 depok*. Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Yogyakarta, Yogyakarta.
- Tranggono, R. I., Latifah, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Universitas Surabaya. (n.d.). *Seminar dan Beauty Class Fungsi Psikologis Make-Up: Ber Make-Up Untuk Seduction, Bukan Camouflage*. Retrieved Mei 30, 2017, diunduh dari http://www.ubaya.ac.id/2014/content/news_detail/1996/seminar-dan-Beauty-Class-Fungsi-Psikologis-Make-Up--Ber-Make-Up-Untuk-Seduction--Bukan-Camouflage.html
- Weaver, R. (2012). *The Connection Between Makeup and Mental Health*. Retrived Februari 27, 2016, diunduh dari <http://www.renfrew.org/newsevent/news/barefacedandbeautiful.html>
- Wiranata, C. D. (2016). *Hubungan antara self esteem dan fungsi psikologis make up pada model*. Skripsi, tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya, Surabaya.