

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perempuan sudah sangat terikat dengan definisi kecantikan. Penampilan menarik menjadi suatu hal yang sangat wajib dimiliki segala kaum, khususnya kaum perempuan. Setiap perempuan selalu berkeinginan memiliki penampilan yang sempurna. Tidak hanya penampilan, namun kecantikan merupakan salah satu hal yang paling penting bagi setiap perempuan. Narasi kecantikan sejak dulu sudah sangat membentuk citra kecantikan perempuan yang diharuskan berwajah mulus, putih, bibir merah merona, pipi tirus dan sebagainya. Narasi kecantikan ini tentu dibentuk melalui visualisasi media massa yang kemudian membentuk citra kecantikan tersendiri untuk perempuan. Namun, standar kecantikan yang semu tersebut tidak sesuai dengan realita sesungguhnya. Banyak perempuan yang tidak dapat memenuhi standar kecantikan yang semu tersebut. Meski standar kecantikan tersebut semu, para perempuan tetap mengejar kecantikan untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain. Untuk menunjang kecantikan tersebut, penggunaan kosmetik atau mekap menjadi suatu keharusan yang dimiliki setiap perempuan.

Kata mekap sendiri merupakan kata serapan dari Bahasa Inggris yaitu Make Up, yang diserap dalam KBBI menjadi kata mekap berartikan tata rias muka. Berdasarkan peraturan menteri kesehatan RI No.220/Menkes/Per/XI /76, tanggal 6 September 1976 mekap atau kosmetik merupakan bahan-bahan yang



digosokkan, dilekatkan, dipercikan atau disemprotkan, dimasukkan, dituangkan pada tubuh atau bagian tertentu pada tubuh dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau merubah rupa dan tidak termasuk dalam golongan obat. Mekap digunakan masyarakat luas secara turun-temurun. Setiap lapisan masyarakat pasti menggunakan mekap disesuaikan dengan kemampuan ekonomi tiap individu. Penggunaan mekap ini pula memiliki tujuan-tujuan tertentu. Mekap secara psikologis memiliki dua fungsi yaitu fungsi *seduction* dan *camouflage*.<sup>1</sup> Fungsi *seduction* artinya individu menggunakan mekap untuk meningkatkan penampilan diri. Umumnya individu yang menggunakan mekap untuk fungsi *seduction* merasa bahwa dirinya menarik dan menggunakan mekap untuk membuat lebih menarik. Fungsi *seduction* ini digunakan oleh individu untuk menambah unsur estetika pada dirinya dan menarik perhatian lingkungan sosial. Pemenuhan rasa kepuasan diri dicapai dengan fungsi ini. Kemudian fungsi *camouflage* artinya individu menggunakan mekap untuk menutupi kekurangan diri secara fisik. Hal ini digunakan pada individu yang merasa kurang percaya diri atas dirinya, biasanya menggunakan riasan kecantikan untuk memunculkan kecantikan dalam dirinya yang kurang terlihat. Fungsi ini membuat kekurangan-kekurangan diri dalam bentuk fisik dapat ditutupi dengan penggunaan mekap.

Hasil test yang dilakukan di Amerika menggambarkan bahwa 88% dari perempuan yang berusia 18 tahun keatas berusaha mempercantik diri dengan menggunakan kosmetik dan mereka merasa bahwa kosmetik tersebut akan

---

<sup>1</sup> Kiki Joesyiana. *Pengaruh Sikap, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk tata Rias Wajah Import*. Jurnal Valuta Vol. 3 No 2, Oktober 2017.

membuat mereka lebih cantik dan percaya diri.<sup>2</sup> Mekap menjadi sebuah keharusan pada tiap individu untuk memperkaya dirinya atau pun sekedar pemuasan hasrat diri.

Perkembangan mekap di dunia sangatlah pesat, khususnya di Indonesia. Menurut data ZAP Beauty Index di Jakarta pada tanggal 20 Agustus 2018 pertumbuhan industri kecantikan di Indonesia cukup tinggi, hingga melewati dua digit jika dibandingkan dengan negara lain. Indonesia dan Mesir merupakan negara di dunia yang mencapai angka pertumbuhan dua digit, yakni 16 persen. Pertumbuhan mekap ini selaras dengan realita perempuan Indonesia yang banyak menggunakan mekap pada usia kurang dari 18 tahun atau sekitar 13-15 tahun. Pertumbuhan mekap tumbuh pesat pada generasi Y, generasi Z dan generasi milenial.<sup>3</sup> Berbicara perempuan muda Indonesia, tentu melekat dengan mahasiswi. Penggunaan mekap dalam kehidupan mahasiswi menjadi sebuah kebiasaan dan tren yang melekat pada karakter individu mahasiswi. Tentu mahasiswi pun menggunakan mekap dengan berbagai motif alasan dan tujuan. Mekap yang mulanya hanya merupakan seni kecantikan pada tubuh, kini menjadi asupan keharusan yang dikonsumsi para mahasiswi. Mekap menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswi.

Dengan intensitas penggunaan mekap yang cukup tinggi ini, disadari mekap membentuk sebuah identitas sosial. Secara epistemologi, identitas sosial diartikan sebagai (1) sebuah kondisi atau realita yang sama dan mirip satu sama

---

<sup>2</sup> Indarti. *Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Kosmetika Dalam Keputusan Pembelian Produk Pemutih Wajah*. WACANA Vol. 13 No. 4 Oktober 2010.

<sup>3</sup> Putri Syifa Nurfadilah. *Industri Kecantikan di Indonesia Tumbuh Pesat Hingga 16 Persen*. (<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/08/20/140853326/industri-kecantikan-di-indonesia-tumbuh-pesat-hingga-16-persen>), 06 Juni 2020. 2020.

lain; (2) kondisi atau fakta yang sama antar dua manusia atau dua benda; (3) kondisi atau fakta yang menggambarkan persamaan antar dua kelompok atau benda; (4) secara teknis, hanya merupakan penggunaan kata 'identik' untuk menyatakan suatu hal mirip dengan hal lainnya.<sup>4</sup> Mekap menjadi alat atau simbol untuk menunjukkan eksistensi identitas sosial seseorang. Identitas ini dapat dilihat secara personal, sosial dan kultural. Simbol identitas secara personal melihat simbol identitas yang diberikan dari mekap sebagai pembeda kekhasan seseorang dengan orang lainnya. Mekap sebagai gambaran diri untuk penerimaan orang lain tentang apa dan siapa dirinya. Identitas diri seseorang dipahami dalam keseluruhan ciri fisiknya, mekap membantu mencirikan fisik seseorang, membedakan diri, dan membentuk citra baik seseorang. Simbol identitas sosial berdasarkan pada tindakan manusia dalam konteks sosialnya. Identik dengan persamaan sekelompok orang, mekap dapat membentuk identitas sosial yang mempertemukan sekelompok orang dengan ciri identitas mekap yang sama. Kelompok ini dapat melihat apa persamaan mereka dan membedakannya dengan kelompok lain. Identitas sosial tentu sangat lekat dengan kelompok sosial. Sedangkan pada identitas budaya, ciri ini lebih sering muncul saat seseorang menggunakan simbol-simbol identitas yang secara massal membentuk sebuah budaya.

Kebutuhan penggunaan mekap dalam sehari-hari dapat mengantarkan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dalam pembentukan identitas sosialnya. Pembentukan identitas sosial ini dapat pula memiliki implikasi sosial pada

---

<sup>4</sup> Alo Liliweri. *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antar Budaya*. (Yogyakarta: PT LkiS Pelangi Angkasa, 2007). Hal.69.

dirinya dan lingkungan sosial yang dimilikinya. Urgensi dari penelitian ini ialah terdapat pembentukan identitas pada tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta dalam penggunaan mekap yang kini mengalami pergeseran dari narasi kecantikan di masyarakat menjadi sebuah cara pemberdayaan diri perempuan melalui identitas dirinya. Penelitian ini dapat menjelaskan perempuan melihat mekap sebagai identitas dan bagian dari dirinya, sehingga memunculkan berbagai fenomena sosial seperti pemberdayaan diri perempuan, penghargaan diri, pemikiran kritis perempuan, serta penguatan posisi sosial perempuan dari narasi negatif kecantikan di masyarakat. Penelitian ini dapat menunjukkan dinamika penggunaan mekap yang dilakukan oleh tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta mengalami pergeseran mulai dari kepatuhan pada narasi kecantikan di masyarakat sampai pemberdayaan diri perempuan melalui penggunaan mekap. Mekap yang menunjukkan identitas sosial, kini dapat menunjukkan pula identitas diri dan identitas fisik serta refleksi kritis dalam melihat penggunaan mekap.

Hasil penelitian yang dapat menunjukkan pergeseran melalui identitas sosial menjadi identitas diri dapat menjadi pemahaman kritis publik untuk menilai perempuan sebagai esensi diri yang sadar dan dinamis, sehingga perempuan tidak menjadi ter subordinasi atas perspektif publik yang tidak mengedepankan identitas perempuan. Dampak negatif seperti pelecehan verbal, pelecehan fisik, *body shaming*, dan *catcalling* yang terjadi atas penggunaan mekap dapat diminimalisir. Penelitian ini dapat menunjukkan penggunaan mekap sebagai identitas perempuan untuk pemahaman kritis publik, sehingga dampak negatif yang terjadi pada perempuan dapat diminimalisir dan dapat menempatkan

perempuan pada ruang aman dalam melakukan kebebasan berpenampilan pada dirinya.

## **1.2 Permasalahan Penelitian**

Mekap yang sudah dikenal sejak dahulu kala, kini semakin digencarkan pada kaum perempuan Indonesia termasuk mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Penggunaan mekap ini memiliki narasi makna tersendiri yang pula dapat membentuk sebuah identitas sosial pada tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta.

Pernyataan ini menurunkan tiga permasalahan penelitian:

1. Bagaimana narasi makna penggunaan mekap pada tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta?
2. Bagaimana mekap menjadi identitas perempuan pada ketujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta?
3. Bagaimana mekap menjadi refleksi kritis identitas perempuan pada ketujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang ada dan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian Penggunaan Mekap sebagai Identitas Perempuan (Studi Kasus: Tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta), yaitu:

1. Untuk mengetahui apa yang menjadi narasi makna penggunaan mekap pada ketujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta

2. Untuk mengetahui mekap menjadi identitas perempuan pada ketujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta
3. Untuk mengetahui mekap menjadi refleksi kritis identitas perempuan pada ketujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun hasil penelitian Penggunaan Mekap sebagai Identitas Perempuan (Studi Kasus: Tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta) dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis. Secara lebih spesifik manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengkaji lebih mendalam atas realitas identitas sosial di masa kini yang dapat dilihat dari berbagai dinamika kehidupan, seperti dunia kecantikan yaitu Mekap. Penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi pengembangan kajian Sosiologi Gender, khususnya dalam persoalan realitas identitas perempuan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang memiliki kesamaan topik.
2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dan manfaat bagi kaum perempuan, untuk lebih menghargai dirinya tanpa mengarasikan dirinya dengan standar kecantikan yang divisualisasikan pada media. Perempuan dapat memberdayakan dirinya dengan penggunaan mekap. Begitu pun manfaat pada perusahaan kosmetik untuk diharapkan membuat produk mekap yang dapat disesuaikan dengan realitas identitas perempuan



yang sesungguhnya. Perusahaan kosmetik dapat menyesuaikan pembuatan mekap dan komersialisasi mekap dengan memahami makna mekap sesungguhnya yang dimiliki perempuan tanpa mengelompokkan dan membedakan bentuk kecantikan perempuan di masyarakat.

### **1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis**

Penelitian mengenai mekap telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Fenomena penggunaan mekap menjadi hal yang sangat umum dan diwajibkan oleh berbagai lapisan masyarakat. Mahasiswi, menjadi salah satu bagian dari masyarakat yang menggunakan mekap dalam kehidupan sehari-harinya. Dari berbagai penelitian sebelumnya yang dilakukan, terdapat banyak bagian yang mencakup lingkup mekap dan dikaji dari berbagai aspek. Mekap dan kecantikan menjadi suatu hal yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Beragam kajian mengenai mekap dilakukan oleh para peneliti sebelumnya melalui berbagai perspektif, Namun, penelitian yang dilakukan penulis akan berfokus pada riset sosiologi gender dengan konsep identitas sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Lina Donna Elianti dan V. Indah Sri Pinasti yang berjudul “Makna Penggunaan Mekap sebagai Identitas Diri, Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta” menjelaskan bahwa penggunaan mekap diawali karena adanya tuntutan untuk tampil sempurna dan penilaian atas diri oleh orang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan mekap yang dilakukan pada lingkungan mahasiswi dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal ini bersumber dari dalam diri mahasiswi seperti

rasa kekurangan akan fisik yang dimiliki, sehingga mahasiswi menggunakan mekap dengan fungsi *camouflage* yakni menutupi atau memperbaiki penampilan fisiknya atau sekedar untuk fungsi *seduction* yakni membuat dirinya lebih terlihat menarik dalam segi penampilan fisik. Adapun factor internal lainnya yakni rasa suka atau hobi dalam menggunakan mekap untuk kehidupan sehari-harinya. Faktor eksternal yang berasal dari luar diri mahasiswi tersebut ialah lingkungan, keluarga, teman ataupun rekan. Hal ini dapat pula didukung atas adanya perkembangan teknologi dan modernisasi yang terjadi di era globalisasi ini. Kemudahan atas pertukaran informasi dan arus budaya yang berbeda memudahkan para mahasiswi mendapatkan informasi lain atas penggunaan mekap ini. Pola interaksi antar individu dan kelompok juga dapat mempercepat perkembangan ini. Mahasiswi dapat terpengaruh oleh pola interaksi dengan temannya atau lingkungannya yang juga menggunakan mekap.

Dalam jurnalnya Lita Donna Elianti dan V. Indah menjelaskan bahwa kecantikan *inner beauty* yang bersumber atas dimensi psikis dan rohani seseorang dan *outter beauty* yang nampak melalui wujud fisik berupa tubuh, kulit, dan seluruh bagian badan seseorang, keduanya memiliki penilaian dan makna tersendiri bagi setiap orang.<sup>5</sup>

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sony Matin Abdussalam pada tahun 2017 yang berjudul “Kebebasan Morfologis dalam Budaya Konsumen *Human Enhancement Technology*: Studi Kasus Budaya Konsumen Obat *Non-Terpeutik*

---

<sup>5</sup> Lita Donna Elianti, V. Indah Sri Pinasti. *Makna Penggunaan Mekap Sebagai Identitas Diri*. Jurnal Pendidikan Sosiologi. Hal. 1-20. Diakses pada tanggal 5 April 2020.

pada Pemuda” dipaparkan bahwa budaya konsumen yang biasa dikaji tidak memaparkan mengenai kebebasan morfologis yang menjadi hak suatu individu untuk memodifikasi atau tidak memodifikasi dirinya sendiri. Individu memiliki hak atas tubuhnya sendiri. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kebebasan morfologis ini dapat diawali dengan munculnya kesadaran morfologis yang ditandai dengan rasa sadar akan kebebasan, namun belum diwujudkan. Kesadaran morfologis ini kemudian dijustifikasi oleh norma dan nilai yang ada di masyarakat. Norma dan nilai ini disesuaikan dengan agama yang dianut oleh individu tersebut. Perbedaan kontras atas justifikasi ini ditunjukkan secara dua arah. Pertama, saat seseorang sadar atas kebebasan morfologisnya mereka menggunakan kebebasan morfologis berbasis otonominya. Modifikasi tubuh bukan suatu masalah selama apa yang mereka lakukan tidak merugikan dirinya ataupun orang lain. Lain halnya dengan seseorang yang terikat pada norma dan nilai agamanya. Mereka lebih memilih menahan diri dan menaati batasan morfologis yang secara tidak langsung sudah dibatasi dan diatur oleh agama. Jika tidak mengikuti anjuran agama, dapat dianggap memiliki perilaku menyimpang.<sup>6</sup>

Pola konsumsi modifikasi tubuh pada jurnal ini dikategorikan pada para pengguna obat pelangsing tubuh, obat pemutih kulit dan juga obat penambah massa otot. Pola konsumsi ini dapat dijadikan modal oleh masing-masing individu untuk menemukan makna yang mereka cari melalui proses modifikasi dirinya sendiri, hal ini berfungsi untuk membedakan dirinya dengan orang lain.

---

<sup>6</sup> Sony Matin Abdussalam. Tahun 2017. *Kebebasan Morfologis dalam Budaya Konsumen Human Enhancement Technology: Studi Kasus Budaya Konsumen Obat Non-Terapeutik pada Pemuda*. Masyarakat: Jurnal Sosiologi, Vol.22 No.1. Hal. 105-131. Diakses pada tanggal 5 April 2020.

Ada kebanggaan, kenyamanan, kesenangan, kepuasan dan rasa percaya diri atas perubahan modifikasi yang mereka lakukan. Pola konsumsi yang terus-menerus ini pun kemudian mengarahkan konsumen obat-obatan ke arah suatu identitas baru yang ia miliki. Identitas ini ditunjukkan atas rasa kepemilikan produk atau obat-obatan itu melalui konsumsi. Perubahan identitas ini dapat berimplikasi pada budaya konsumen. Perubahan fisik dan penampilan pun akan sangat berkaitan pada gaya hidup seseorang. Saat individu telah mengonsumsi dan merasakan manfaatnya, mereka akan menggunakan pakaian yang cenderung menunjukkan bagian tubuh yang berubah atas manfaat dari obat-obatan tersebut. Adapun persepsi dan makna berbeda-beda atas standar kecantikan tidak hanya berasal dari preferensi pribadi, melainkan juga melalui media global *online* maupun *offline*. Cara visualisasi iklan atas standar kecantikan membuat individu mengejar-ngejar makna sesungguhnya standar kecantikan tersebut. Untuk mewujudkannya secara praktis mereka pun memutuskan menggunakan obat non-terapeutik.

Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Bijan Zare, Fatemeh Javadi, dan Samaneh Nasari pada tahun 2014 yang berjudul “Does It Make Me Beautiful? A Focus Group Discussion on Cosmetics Surgery” mengungkapkan bahwa penggunaan mekap atau kosmetik telah bergerak ke arah dimana terciptanya produk baru berlandaskan kosmetik yakni operasi kosmetik. Operasi kosmetik merupakan bedah tubuh yang difungsikan untuk menunjang kecantikan penggunanya. Dalam penelitiannya diungkapkan standar kecantikan yang tumbuh di Iran telah memberikan narasi makna yang membuat seseorang merasa dirinya kurang dalam bentuk fisik. Jika dibandingkan dengan apa yang ditampilkan

dalam media, baik media sosial maupun media massa. Standar kecantikan yang divisualisasikan selalu menggambarkan perempuan yang cantik putih dan berbadan langsing. Visualisasi ini tidak relevan, jika disesuaikan dengan kehidupan nyata masyarakat di Iran. Perempuan dipaksa untuk mengikuti standar kecantikan yang divisualisasikan oleh media dan industri kosmetik tersebut, dengan berbagai cara salah satunya yakni bedah tubuh melalui operasi kosmetik. Adanya peran besar yang dilakukan oleh penampilan dalam proses pembentukan narasi identitas. Menggunakan operasi kosmetik meski berisiko besar dinilai sebagai salah satu respon masyarakat atas adanya identitas individu yang tercipta.<sup>7</sup> Kerincian dari definisi kecantikan telah menjadi pola oleh media. Timbul rasa frustrasi akan kecantikan bagi masyarakat yang tidak dapat memenuhi standar kecantikan tersebut. Pengguna operasi kosmetik cenderung memiliki kepribadian yang narsistik dan obsesif. Mereka diakui memiliki gangguan psikologis atas keinginan memiliki citra tubuh yang ekstrim. Operasi kosmetik ini dianggap dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang. Meskipun operasi kosmetik merupakan bentuk perilaku konsumtif, Operasi kosmetik ini tidak menunjukkan perbedaan kelas sosial didalam masyarakat, karena adanya pembelian yang juga dilakukan oleh kelompok masyarakat kelas lebih rendah. Masyarakat kelas rendah tetap melakukan operasi kosmetik untuk meningkatkan nilai estetika diri, meningkatkan status sosial ke yang lebih tinggi dan juga rasa hormat sosial.

---

<sup>7</sup> Bijan Zare, Fatemeh Javadi, Samaneh Naseri. 2014. *Does It Make Me Beautiful? A Focus Group Discussion on Cosmetic Surgery*. International Journal of Applied Sociology, Vol. 4 No.5. Hal. 126-132. Diakses pada tanggal 7 April 2020.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Inda Fitryarini pada tahun 2009 yang berjudul “Iklan dan Budaya Popular: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan di Televisi” membahas mengenai isu publik pada kecantikan yang dikuasai oleh media televisi. Objek kecantikan perempuan yang ditandai dengan kulit putih, rambut hitam lurus, dan badan langsing menjadi konsumsi massa.

Hasil penelitian ini menunjukkan konsumsi massa menimbulkan *stereotype* kecantikan pada perempuan dalam iklan kecantikan di televisi seperti iklan *Tje Fuk, Ja Hwa, Pond's, Lulur Pemutih Kulit Sumber Ayu* dan sebagainya.<sup>8</sup> Televisi menyebarkan kuasanya dalam bentuk strategi mengenai strategi normalisasi tubuh perempuan. Visualisasi yang rutin dilakukan berpengaruh pada penanaman konsep diri perempuan yang secara tidak sadar menganggap tubuh ideal dan normal perempuan ialah langsing, kulit putih, dan rambut hitam panjang. Iklan tidak dibentuk melalui reproduksi kekuasaan represif, melainkan reproduksi kekuasaan kreatif, sehingga mudah diinternalisasi oleh penonton. Iklan kecantikan mengubah pola konsumsi masyarakat untuk cantik dan sehat menjadi konsumsi penampilan untuk sekedar terlihat keren.<sup>9</sup>

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Gabriella Devi Benedicta pada tahun 2011 yang berjudul “Dinamika Otonomi Tubuh Perempuan: Antara Kuasa dan Negosiasi atas Tubuh” membahas mengenai seksualitas dan otonomi tubuh

---

<sup>8</sup> Inda Fitryarini. 2009. *Iklan dan Budaya Popular: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan di Televisi*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.6 No.2, Desember 2009. Hal.119-136.

<sup>9</sup> *Ibid.*

perempuan pada *sexy dancer* di industri hiburan Malang. Perempuan dapat menunjukkan otonomi tubuhnya, dibanding hanya sekedar sebagai objek seksualitas. Kekuasaan yang terdapat pada tubuh perempuan, menjadikannya otonom atas tubuhnya. Bebas dari segala belenggu patriarki yang mengikat perempuan.

Hasil penelitian ini melihat adanya persoalan tubuh perempuan dalam kapitalisme di antaranya ialah citra tubuh perempuan yang diproduksi sebagai tanda-tanda dalam sistem penandaan untuk membentuk citra, makna dan identitas diri mereka.<sup>10</sup> Komodifikasi tubuh perempuan dapat menjadi objektivikasi dan subjektivikasi pula. Komodifikasi tubuh perempuan dipengaruhi oleh faktor lain di luar dirinya menjadi objektivikasi, namun disaat yang bersamaan pula perempuan menjadi pelaku komodifikasi tubuhnya, secara sadar dapat mendapatkan keuntungan berupa pendapatan untuk dirinya. Komodifikasi tersebut dapat dilakukan perempuan berdasarkan basis modal atau kapital.<sup>11</sup> Penampilan fisik menjadi tuntutan terpenting dalam pekerjaan *sexy dancer*. Struktur kekuasaan patriarki melanggengkan dominasi laki-laki atas perempuan. Tidak memungkinkan perempuan untuk keluar dari struktur tersebut menyebabkan adanya perlawanan. Perlawanan para *sexy dancers* berupa penegasan atas batasan otonomi pada tubuhnya sendiri.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Gabriella Devi Benedicta. 2011. *Dinamika Otonomi Tubuh Perempuan: Antara Kuasa dan Negosiasi atas Tubuh*. Masyarakat, Jurnal Sosiologi, Vol.16 No.2, Juli 2011. Hal.141-156.

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> *Ibid.*

Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Paramita Ayuningtyas melalui tesisnya pada tahun 2009 yang berjudul “Identitas Diri yang Dinamis: Analisis Identitas Gender Dalam Novel *Breakfast on Pluto* Karya Patrick Mccabe” membahas isu identitas gender melalui penokohan Patrick Braden, dalam novel ini. Adanya konsep identitas yang dapat didenarasi menjadi tubuh perempuan. Patrick merubah identitasnya dengan denarasi gender, dekorasi tubuh dan strategi naratif. Dalam kajiannya dijelaskan identitas menjadi suatu proses yang fleksibel dan dinamis yang akan selalu terjadi pada diri manusia.<sup>13</sup> Pada novel ini digambarkan Patrick, sosok pria yang menginginkan dirinya menjadi perempuan dan memiliki feminitas. Patrick menjadi feminine mengikuti *role model* artis perempuan yang ia kagumi lewat media. Lingkungan hidupnya sangatlah menganut konsep feminitas dan maskulinitas yang kuat. Namun, keinginan kuat Patrick untuk meruntuhkan stereotip feminitas karena baginya feminitas tidak hanya untuk gender perempuan.

Berdasarkan hasil penelitian tesis ini, identitas diwakili oleh tubuh, Patrick membentuk identitas perempuannya melalui dekorasi tubuh seperti berdandan, penampilan dan cara penggunaan kata untuk menyebutkan dirinya. Baginya, berdandan menggunakan kosmetik membawa kebahagiaan tersendiri baginya, dibanding keseharian laki-laki Irlandia lainnya yang terjun dalam urusan politik negara, Patrick lebih memilih menyibukkan dirinya dengan berdandan.

---

<sup>13</sup> Paramita Ayuningtyas. 2009. *Identitas Diri yang Dinamis: Analisis Identitas Gender dalam Novel Breakfast on Pluto Karya Patrick Mccabe*. Tesis. Depok: Universitas Indonesia. Hal. 9. Diakses pada tanggal 11 April 2020.



Berdandan berguna baginya untuk menutupi wajah prianya.<sup>14</sup> Tubuh pria Patrick menghambatnya untuk menjadi perempuan seutuhnya karena ia tidak bisa memiliki organ seksual yang dimiliki perempuan, karena itu menggunakan kosmetik dan berpenampilan seperti perempuan menjadi caranya mencapai feminitas. Identitas bukan hanya soal subjektivitas individu, melainkan juga intersubjektivitas dimana identitas dibentuk melalui hubungan interaksi individu dengan orang lain. Proses pembentukan identitas dapat dipengaruhi oleh penilaian dan pemosisian diri oleh orang lain.<sup>15</sup> Identitas yang dimiliki Patrick sangat cair, ia dapat berubah menjadi perempuan atau laki-laki tergantung dari pemosisian yang dilakukan orang lain atas dirinya. Identitas menjadi sesuatu yang tidak ajeg, dapat didenarasi dan direnarasi. Identitas bersifat dinamis dan akan selalu berubah sewaktu-waktu dalam kehidupan manusia.<sup>16</sup>

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Christina Siwi Handayani pada tahun 2007 melalui disertasinya yang berjudul “Pembentukan Identitas Diri Melalui Konsumsi, Studi pada Perempuan Muda Perkotaan Yogyakarta” dijelaskan proses pembentukan identitas diri perempuan sangat dipengaruhi oleh konsumsi secara kritis. Pola yang ditemukan dalam penelitian ini ialah pola emansipatif, konsumtif, dan peralihan identitas sebagai hasil kerja dari sistem representasi.<sup>17</sup> Ekspresi sosial dilakukan melalui pemanfaatan barang konsumsi dan ide praktik pada tubuh. Konsumsi menjadi salah satu bentuk ekspresi

---

<sup>14</sup> *Ibid.*,59.

<sup>15</sup> *Ibid.*,41.

<sup>16</sup> *Ibid.*,82.

<sup>17</sup> Christina Siwi Handayani. *Pembentukan Identitas Diri Melalui Konsumsi, Studi pada Perempuan Muda Perkotaan Yogyakarta*. Disertasi. Depok: Universitas Indonesia. Hal. 8. Diakses pada tanggal 13 April 2020.

kebudayaan yang tidak dapat ditolak oleh perempuan perkotaan di Yogyakarta.<sup>18</sup> Adanya pergerakan identitas yang terjadi dari satu identitas ke identitas yang lainnya. Hal ini menjadi suatu dinamika perubahan sosial yang dikategorikan menjadi penerimaan, penolakan dan keraguan. Kategori penerimaan diasumsikan sebagai pola konsumtif dan pola emansipatif, dimana penerimaan konsumtif akan dilakukan oleh perempuan perkotaan Yogyakarta secara penuh dan dinikmati atas perubahan identitas yang terjadi menuju identitas baru. Sedangkan, kategori penerimaan emansipatif dilakukan dengan cara penyesuaian diri secara kritis atas budaya yang akan diterima dan mencari pemaknaan sendiri atas pembentukan identitas dirinya. Kemudian kategori penolakan sebagai pola konservatif karena adanya batasan yang tertanam seperti agama dan tradisional. Pola peralihan diidentifikasi sebagai keraguan atas pola lama yang akan ditinggalkan namun belum mengikuti pola yang baru.<sup>19</sup>

Hasil penelitian mengatakan perempuan perkotaan Yogyakarta menikmati perubahan yang terjadi pada diri mereka dan terlibat aktif dalam membentuk gambaran diri sendiri sebagai suatu representasi sosial.<sup>20</sup> Kosmetik menjadi salah satu cara menunjang penampilan mereka dengan dinamikanya. Konsumsi kosmetik yang dilakukan atas tuntutan pekerjaan dan kebutuhan pergaulan ataupun sekedar pemuas hasrat. Penggunaan uang saku untuk kebutuhan sekunder seperti baju, sepatu dan kosmetik lebih diutamakan dibanding kebutuhan primer seperti makan. Pembentukan identitas diri

---

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> *Ibid.*,73.

<sup>20</sup> *Ibid.*,74.

dinyatakan berasal dari selebritas dan teman melalui media sosial. Konsep citra diri perempuan pada media sangatlah rinci atas kecantikan, konsumsi simbol menjadi jalan atas identifikasi diri. Identitas diri secara personal bersifat sosial ketika dikonsumsi melalui ruang public.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Dian Mukti Wuri pada tahun 2017 dalam tesisnya yang berjudul “Kampanye Citra Tubuh Positif melalui Akun Kolektif (@effyourbeautystandards & @healthyisthenewskinny) dan Akun Personal (@simonemariposa & @yourstruelymelly) pada Instagram: Strategi Aktivisme dalam Menentang Narasi kecantikan Dominan” memaparkan standar kecantikan dominan di masyarakat telah terinternalisasi ke dalam setiap individu perempuan. Standar kecantikan di Amerika sangat dinamis mulai dari tipe berbadan kurus hingga pada era tipe badan *curvy* atau berisi. Kecantikan menjadi narasi sosial yang membangkitkan patriarki, sistem patriarki yang kemudian mengembalikan perempuan pada lingkup domestiknya.<sup>21</sup> Efek atas kecantikan dominan dapat menimbulkan gangguan psikologis, budaya diet, budaya olahraga di *gym* dan resiko operasi plastik. Eksistensi kampanye oleh akun Instagram kolektif atas citra tubuh positif yang diyakini sebagai citra rasa nyaman atas tubuhnya sendiri tanpa harus memenuhi standar kecantikan dominan. Pembebasan tubuh perempuan merupakan ekspresi politik yang menjadi salah satu bagian dari identitas perempuan dan tidak dapat dilepaskan. Menumbuhkan

---

<sup>21</sup> Dian Mukti Wuri. *Kampanye Citra Tubuh Positif Melalui Akun Kolektif (@effyourbeautystandards & @healthyisthenewskinny) dan Akun Personal (@simonemariposa & @yourstruelymelly) pada Instagram: Strategi Aktivisme dalam Menentang Narasi Kecantikan Dominan*. Tesis. Depok: Universitas Indonesia. Hal.18. Diakses pada tanggal 16 April 2020.

rasa penerimaan atas diri ini dapat ditempuh berbagai cara, tiada penghalang atas kebebasan ekspresi diri pada perempuan.<sup>22</sup>

Hasil penelitian tesis ini menyatakan pembangunan identitas secara kolektif melalui pembuatan akun baru bersifat universal. Identitas kolektif ini dalam aktivitasnya melakukan perlawanan terhadap narasi kecantikan dominan yang mencekik perempuan. Akun tersebut mencoba melakukan pembebasan tubuh perempuan melalui kebebasan ekspresi dalam mem-*posting* foto tanpa batasan seperti model pakaian, bagian tubuh tertentu, pose maupun unsur-unsur kecantikan lainnya. Akan tetapi, disatu sisi interpretasi pengguna Instagram lainnya cenderung lebih melihat *posting* foto yang dibagikan oleh perempuan melalui aspek sensualitas.<sup>23</sup> Objektifikasi pada perempuan sebagai bentuk objektifikasi diri melalui media.<sup>24</sup>

---

<sup>22</sup> *Ibid.*,51-64.

<sup>23</sup> *Ibid.*,83.

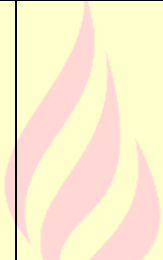
<sup>24</sup> *Ibid.*,85.

**Tabel 1.1**  
**Tinjauan Penelitian Sejenis**

No	Judul	Peneliti	Jenis Tinjauan Pustaka	Jenis Penelitian	Teori atau Konsep	Persamaan	Perbedaan
.1	Makna Penggunaan Mekap sebagai Identitas Diri	Lita Donna Elianti, V. Indah Sri Pinasti	Jurnal Pendidikan Sosiologi	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi dan kepustakaan.	Mekap dan Identitas Diri	Pembahasan mengenai konsep mekap dan identitas diri yang sesuai dengan konsep dalam penelitian skripsi penulis.	Perbedaan terletak pada studi kasus yang berada di Universitas Negeri Yogyakarta
.2	Kebebasan Morfologis dalam Budaya Konsumen <i>Human Enhancement Technology</i> : Studi Kasus Budaya Konsumen Obat Non-Terapeutik pada	Sony Matin Abdussalam	Masyarakat: Jurnal Sosiologi, Vol, 22, No.1.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.	Konsumsi dan Kebebasan Morfologis	Penelitian ini memiliki persamaan berupa keterkaitan kepuasan diri dalam konsumsi modifikasi tubuh sesuai dengan	Perbedaan terletak pada studi kasus yang terfokus pada konsumsi obat-obatan. dan morfologis konsumsi dalam

	Pemuda					konsep dalam skripsi penulis.	kebudayaan.
.	Does It Make Me Beautiful? A Focus Group Discussion on Cosmetic Surgery	Bijan Zare, Fatemeh Javadi, dan Samaneh Naseri.	International Journal of Applied Sociology, Vol. 4, No.5	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dalam diskusi grup.	Citra tubuh, bedah kosmetik dan identitas diri.	Penelitian ini memiliki kesamaan konsep identitas diri dan citra tubuh dengan skripsi penulis.	Penelitian ini berbeda dalam konsep yang terfokus pada bedah kosmetik.
.3	Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan di televisi	Inda Fitriyarni	Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol 6, No 2, Desember 2009.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif berupa studi literatur	Budaya populer, produksi kekuasaan, dan identitas	Persamaan dari penelitian ini ialah konsep identitas yang sama dengan penulis	Perbedaan dari penelitian ini ialah konsep budaya populer melalui media televisi.
.4	Dinamika Otonomi Tubuh Perempuan: Antara Kuasa dan Negosiasi atas Tubuh	Gabriella Devi Benedicta	Masyarakat, Jurnal Sosiologi, Vol.16, No.2, Juli 2011.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu wawancara mendalam dan studi literatur.	Otonomi tubuh, komodifikasi tubuh perempuan dan relasi kekuasaan.	Persamaan penelitian ini ialah pemaparan citra kecantikan pada perempuan yang dapat membentuk identitas.	Perbedaan penelitian ini terlihat pada fokus studi pada <i>sexy dancer</i> di kota Malang.
.5	Identitas Diri yang Dinamis: Analisis Identitas Gender dalam Novel	Paramita Ayuningtyas	Tesis, Universitas Indonesia.	Penelitian ini menggunakan metode analisis	Identitas diri, gender dan transgender	Penelitian ini memiliki kesamaan dalam mendeskripsikan	Penelitian ini memiliki perbedaan dengan fokus

	Breakfast on Pluto Karya Patrick Mccabe Paramita Ayuningtyas			deskriptif		identitas diri dalam gender.	Analisa pada novel dan penokohan transgender.
6	Pembentukan Identitas Diri melalui Konsumsi, Studi pada Perempuan Muda Perkotaan Yogyakarta	Christina Siwi Handayani.	Disertasi, Universitas Indonesia.	Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui metode partisipatif, analisis media, observasi dan wawancara mendalam.	Identitas diri, konsumsi, dan tubuh	Persamaan pada penelitian ini ialah konsep identitas diri pada perempuan.	Perbedaan pada penelitian ini ialah studi pada perempuan muda perkotaan di Yogyakarta yang memiliki latar belakang beragam.
7	Kampanye Citra Tubuh Positif melalui Akun Kolektif (@effyourbeautystan dards & @healthyisthenewski nny) dan Akun Personal (@simonemariposa & @yourstruelymelly)	Dian Mukti Wuri	Tesis, Universitas Indonesia	Penelitian ini menggunakan metode netnografi (internet dan etnografi) dan metode analisis tekstual.	Narasi kecantikan, citra tubuh positif, dan media sosial.	Persamaan pada penelitian ini ialah konsep narasi kecantikan pada diri perempuan.	Perbedaan pada penelitian ini ialah focus narasi kecantikan dengan pembentukan citra tubuh positif pada platform <i>Instagram</i> .

	pada Strategi dalam Narasi Dominan	Instagram: Aktivisme Menentang kecantikan					
--	------------------------------------	---	--	---	--	--	--

(Sumber: diolah oleh penulis, 2020)





Berdasarkan penjelasan diatas, konsep pembahasan yang digunakan oleh delapan penelitian sebelumnya ialah sejenis. Delapan penelitian di atas maupun penelitian peneliti membahas mengenai konsep mekap dan kecantikan pada lingkup dimensi identitas secara sosiologis. Akan tetapi, fokus studi yang digunakan berbeda-beda, terdapat beberapa penelitian yang memiliki focus studi dan konsep berbeda dengan penelitian peneliti, sehingga delapan penelitian diatas dapat menjadi acuan peneliti dalam menuntaskan penelitian peneliti yang akan lebih fokus kepada Penggunaan Mekap Sebagai Identitas Perempuan.

## **1.6 Kerangka Konseptual**

### **1.6.1 Teori Identitas Perempuan**

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan kata 'identitas' adalah ciri atau keadaan khusus seseorang dan kata 'sosial' didefinisikan sebagai yang berkenaan dengan masyarakat. Dapat dijelaskan, identitas sosial adalah ciri atau keadaan seseorang yang serupa dengan kelompok masyarakat tertentu.

Identitas adalah sebuah posisi sosial diri yang tidak hanya dimiliki seseorang melainkan juga diinternalisasi. Diri dan identitas adalah dua hal yang terpisah, diri menciptakan identitas yang digunakan individu untuk berinteraksi dengan orang lain.<sup>25</sup> Diri sebagai sebuah esensi yang sadar dan dinamis dengan kemampuan penyesuaian diri terhadap lingkungannya melalui identifikasi yang kemudian kita

---

<sup>25</sup> Stryker dalam Huseyin Cinoglu dan Yusuf Arikkan. *Self, Identity and Identity Formation: From the Perspectives of Three Major Theories*. International Journal of Human Sciences. Vol, 9 Issue 2, Year 2012. Hal. 2. Diakses pada tanggal 17 Juni 2020.

sebut identitas.<sup>26</sup> Identitas menjadi bermakna ketika terjadinya interaksi dengan identitas lainnya. Identitas terbentuk atas kesadaran adanya keanggotaan kelompok, adanya keinginan untuk menjadi suatu anggota kelompok atau pun dipaksa untuk menjadi bagian dari kelompok tersebut. Diri menggunakan dinamika dalam dan luar untuk membentuk identitas yang kemudian disetujui oleh struktur yang ada di dalam kelompok atau masyarakat.<sup>27</sup> Diri akan mengaitkan dirinya dengan orang lain yang mirip dengannya dan membedakan diri dengan orang lain yang tak mirip.<sup>28</sup> Kesesuaian yang dimiliki akan mereka labeli sebagai ‘dalam kelompok’, sedangkan yang tidak menjadi ‘luar kelompok’.

Adapun teori identitas fisik yang dijelaskan oleh Weedon, ialah identitas fisik sebagai pemahaman diri dan pemosisian diri sebagai subjek dalam aktivitas fisiknya.<sup>29</sup> Featherstone juga menjelaskan identitas fisik sebagai pemahaman tubuh untuk mendorong dan menjadikan tubuh sebagai produk atas ketidaksempurnaan tubuh mereka.<sup>30</sup> Selaras dengan pernyataan tersebut, teori ini diperkuat oleh Bourdieu dengan pemaknaan identitas fisik sebagai tindakan pengelolaan tubuh untuk mengubah tubuh menjadi identitas yang memengaruhi kehidupan dan keterlibatannya

<sup>26</sup> Stets dan Bruke dalam Huseyin Cinoglu dan Yusuf Arian. *Ibid.*,2.

<sup>27</sup> Stets dan Bruke dalam Huseyin Cinoglu dan Yusuf Arian. *Ibid.*,14.

<sup>28</sup> Cris Barker. *Cultural Studi es: Teori dan Praktik*. (Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka). Hal. 221. diakses pada tanggal 5 Juli 2020.

<sup>29</sup> Chris Weedon. *Praktik Feminis dan Teori Poststrukturalis*. 1987. Oxford: Blackwell.

<sup>30</sup> Mike Featherstone dalam M. Featherstone, M. Hepworth, B. Turner. *Tubuh: Proses Sosial dan Teori Budaya*. 1991. London: Sage. Hal. 170-196.

pada budaya fisik.<sup>31</sup> Adapun potensi identitas fisik dijelaskan oleh Gilroy dapat memberikan dominasi gender pria yang berdampak pada ketidakberdayaan perempuan.<sup>32</sup>

Teori identitas dapat dijelaskan melalui perspektif interaksionisme simbolik, pentingnya simbol dan interaksi pada tingkatan individu untuk membentuk interpretasi individu terhadap diri sehingga membentuk identitas. Struktur dan agen sangatlah penting dalam teori identitas. Individu melakukan proses verifikasi atas keberadaan mereka. Individu hanya bisa bertahan hidup jika memenuhi peran identitas yang mereka miliki, karena itu individu cenderung akan memenuhi keinginan identitas sebagai umpan balik untuk individu mempertahankan eksistensinya. Terdapat penetapan peran dalam identitas, keberhasilan peran menjadi hasil dari negosiasi kecocokkan dengan identitas orang lain. Peran individu lebih menekankan fokus pada individu dan bagaimana nilai-nilai memengaruhi mereka hingga membentuk identitas. Identitas yang menonjol berfungsi secara psikologis untuk meningkatkan pengaruh keanggotaan seseorang dalam kelompoknya melalui persepsi dan tingkah laku.<sup>33</sup> Adapun aspek penting lainnya dalam teori identitas sosial, yaitu depersonalisasi dari anggotanya menurut teori ini, anggota kehilangan kepribadiannya untuk mendukung keberadaan kelompok tersebut. Hal ini juga

---

<sup>31</sup> Pierre Bourdieu dalam J.Richardson. *Buku Pegangan Teori dan Penelitian Untuk Sosiologi Pendidikan*. Newyork: Greenwood Press. Hal.241-258.

<sup>32</sup> S. Gilroy. *Perwujudan Kekuasaan: Gender dan Aktivitas Fisik*. Studi Kenyamanan,8,2.Hal.163-172.

<sup>33</sup> Stets dan Bruke dalam Huseyin Cinoglu dan Yusuf Arikan. Op., cit. 12.

mendorong pembentukan prestasi pribadi adalah prestasi kelompok. Beberapa tokoh mengemukakan teori identitas miliknya yang dapat dikategorikan sebagai berikut:

### 1. Identitas Diri

Teori identitas diri menjelaskan diri dan identitas sebagai karakteristik pribadi yang ditemukan dalam identitas seseorang.<sup>34</sup> Pembentukan identitas dapat diawali dengan dua elemen penting yaitu eksplorasi dan komitmen.<sup>35</sup> Identitas diri sebagai diri yang terbangun dari waktu ke waktu, ketika individu mengejar suatu tujuan yang bukan tujuan kelompok, melainkan milik seorang.<sup>36</sup> Identitas diri lebih menekankan perasaan otonomi dibandingkan komunal. Prinsip kesatuan yang membedakan dirinya dengan seseorang inilah yang membuat individu memutuskan siapa dirinya dan perannya dalam kehidupan.<sup>37</sup> Melalui kajian historis, dimana masyarakat Barat mulai bertransformasi dengan memberi ruang pribadi yang lebih luas hingga membagi kehidupan manusia sebagai ruang public dan pribadi.<sup>38</sup> Ruang pribadi digambarkan sebagai ruang tertutup dan rahasia, dalam ruang pribadi yang lebih luas ini individu memiliki kesempatan untuk mengembangkan diri pribadinya sendiri. Identitas diri dihasilkan melalui komitmen nilai dengan nilai-nilai yang ditetapkan di masyarakat dan internalisasi individu menghasilkan identitas diri. Identitas diri ini terbentuk atas faktor subjektivitas, keunikan, dan kebebasan individu.

Dalam konteks ini individu memiliki beragam konsep diri, kemudian menghasilkan

<sup>34</sup> Rieber dalam Huseyin Cinoglu dan Yusuf Arian, Loc.cit.

<sup>35</sup> Desmita. *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.2005. Hal. 215.

<sup>36</sup> Hewitt dalam Huseyin Cinoglu dan Yusuf Arian, Loc.cit.

<sup>37</sup> Kartono dan Gulo. *Kamus Psikologi*. Bandung: CV Pionir Jaya.1987. Hal. 216.

<sup>38</sup> Baumeister dalam Huseyin Cinoglu dan Yusuf Arian, Loc.cit.

beragam identitas yang disesuaikan dengan perilaku, peran, dan harapan di masyarakat. Individu menjadi agen aktif dalam membentuk konsep diri berdasarkan status dan identitasnya.<sup>39</sup>

## 2. Identitas Sosial

Bermula dari diri yang tidak dapat menemukan identitasnya tanpa adanya interaksi dengan lingkungan sosialnya, dalam artian diri merupakan produk sosial hingga mengkonstruksi dirinya sesuai dengan identitas sosial yang ada<sup>40</sup>. Identitas sosial merupakan identitas yang menunjukkan keanggotaan kelompok, hal ini lebih diidentikkan pada identitas kelompok. Identitas sosial menunjukkan kategorisasi pada kelompok dan komponen afektif yang terkait keanggotaan kelompok.<sup>41</sup> Dalam identitas sosial terdapat tiga komponen yakni kognitif, afektif dan evaluative.<sup>42</sup> Kognitif adalah kesadaran yang dimiliki bahwa ia merupakan salah satu bagian dari kelompok berbentuk kategorisasi sosial. Afektif ialah rasa kepemilikan secara emosional dalam kelompok. Kategorisasi sosial dapat menghasilkan identitas sosial dan perbandingan sosial yang akan berakibat positif maupun negatif terhadap

<sup>39</sup> Stryker dalam Yuanita Aprilandini Siregar. 2019. *Reproduksi Budaya Patriarki diPerkotaan: (Studi tentang Identitas, Etnisitas dan Gender pada Perempuan Peranakan Arab)*. Disertasi. Depok: Universitas Indonesia. Diakses pada tanggal 28 November 2020.

<sup>40</sup> Wuryo Karmiran dan Sjaifullah Ali. *Pengantar Ilmu Jiwa Sosial*. Jakarta: Sabdodadi. 1982. Hal. 38-39.

<sup>41</sup> Tajfel dalam Jennifer Feitosa dan Eduardo Salas. *Sosial Identity: Clarifying Its Dimensions Across Cultures*, *Journal Psychological Topics* 21,3,201. Hal. 527-548. Diakses pada tanggal 3 Juli 2020.

<sup>42</sup> N. Ellemers, P. Kortekaas, J.W. Ouwerkerk. *Self Categorisation, Commitment to The Group and Group Self-Esteem as Related but Distinct Aspects of Sosial Identity*. *European Journal of Sosial Psychology* 29, Hal.371-389.diakses pada tanggal 3 Juli 2020.

evaluasi diri.<sup>43</sup> Identifikasi sosial pada kelompok pun dinilai dapat memberikan tingkat kenyamanan tersendiri bagi individu ketika berinteraksi dengan sesama anggota mulai dari perjanjian hingga pertukaran informasi. Identitas sosial relevan dalam menghindari konsekuensi dunia nyata yang merugikan seperti tekanan teman sebaya dan lingkungan, pengambilan keputusan yang salah dan kebencian antarkelompok. Identitas sosial dikutip sebagai salah satu narasi paling relevan dalam memahami hubungan antar-kelompok.<sup>44</sup>

Kemudian, teori identitas sosial yang digunakan dikemukakan oleh Thung, Erikson, dan Pole yang menjelaskan identitas sosial dilihat melalui posisi individu dalam relasi sosialnya, tindakan yang dilakukan akan menyertai posisinya. Posisi tersebut terbentuk berdasarkan faktor persamaan (*similarity*) dan perbedaan (*difference*) dengan individu lain atau kelompok.<sup>45</sup> Identitas sosial sering pula disebut identitas kolektif, narasi ini berbeda dengan identitas diri, jika identitas diri memiliki *goals* utama penerimaan diri individu sedangkan identitas sosial lebih kepada identifikasi kelompok dengan komitmen untuk menjaga citra positif kelompoknya.

Identitas sosial mengacu pada bagaimana individu mendefinisikan dirinya berdasarkan keanggotaan kelompok yang ia anggap serupa dengannya. Motivasi yang mendorong individu untuk bergabung dalam kelompok tersebut sebagai kebutuhan

---

<sup>43</sup> Richard Jenkins. *Sosial Identity*. London: Routledge, 2008, Hal.112. diakses pada tanggal 5 Juli 2020.

<sup>44</sup> Jackson dan Smith dalam Jennifer Feitosa dan Eduardo Salas, Loc.cit.

<sup>45</sup> Thung, Erikson, Pole dalam Yuanita Aprilandini Siregar, Loc.cit.

mereka untuk meningkatkan diri dan ketidakpastian atas persepsi, perasaan dan perilaku orang.<sup>46</sup> Individu akan cenderung masuk dalam kelompok yang memiliki kesamaan dan ketertarikan pada segi apapun, ia akan mencari pertemuan dengan yang serupa dengannya, hal ini kemudian dapat membentuk *in-group* dan *out-group*. Identitas sosial ini terbentuk melalui factor persamaan dan factor perbedaan dengan seorang atau kelompok lainnya.<sup>47</sup> Konstruksi identitas sosial sering digunakan untuk membandingkan antarkelompok.<sup>48</sup> Secara ringkas, identitas sosial memiliki dimensi kategorisasi, rasa memiliki dan sikap positif terhadap *in-group*.

### 3. Identitas Budaya

Istilah 'budaya' didefinisikan sebagai keseluruhan cara hidup yang dipelajari dan dibagi atau dipakai secara bersama oleh para anggota suatu masyarakat.<sup>49</sup> Pola pembentukan identitas secara logis terkait dengan pola budaya dan karakter. Konsep identitas dapat menggambarkan prototipe budaya yang ditiru pada setiap periodenya. Prototipe budaya ini cenderung digunakan untuk mencapai posisi sosial. Identitas budaya dikelola secara reflektif dan strategis untuk menempatkan dirinya dalam suatu komunitas dengan memenuhi persetujuan mereka melalui penciptaan kesan yang tepat.<sup>50</sup> Pencapaian yang diinginkan ialah masalah manajemen kesan dalam

<sup>46</sup> Hogg dan Terry dalam Jennifer Feitosa dan Eduardo Salas, Loc.cit.

<sup>47</sup> Thung, Erikson, Pole dalam Yuanita Aprilandini Siregar, Loc.cit.

<sup>48</sup> Webster dan Wong dalam Jennifer Feitosa dan Eduardo Salas, Loc.cit.

<sup>49</sup> Aniek Rahmaniah. *Budaya dan Identitas*. Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya. 2012. Hal.1.

<sup>50</sup> Gercas dan Burke dalam James E. Cote. *Sociological Perspectives on Identity Formation: The Culture-Identity Link and Identity Capital*. Journal of Adolescence,19,1996. Hal.417-428. diakses pada tanggal 03 Juli 2020.

pertemuan sosial tertentu, penilaian situasional dianggap lebih penting daripada latar belakang dan pencapaian yang dimiliki seseorang. Pada konsep ini terjadi penurunan karakteristik komitmen karena penunjukan status identitas menjadi perhatian lebih dari pembentukan identitas dan hubungannya dengan kesehatan psikologis. Peningkatan manajemen kesan membawa individu dalam menemukan pencarian identitasnya melalui konsumsi visualisasi. Konsumsi visualisasi ini dapat melalui berbagai industri berorientasi laba melalui budaya anak muda dan budaya teman sebaya.<sup>51</sup> Terdapat kebutuhan yang tinggi untuk menyesuaikan diri selama periodenya membuat individu mengkonsumsi visual yang memperlihatkan 'idealisme'. Hal ini tentu berorientasi untuk mendapatkan kepuasan langsung dengan menyesuaikan diri dengan orang lain. Oleh karena itu, menghias tubuh melalui berbagai mode fashion, perhiasan dan kosmetik menjadi budaya yang menyenangkan orang lain dan memuaskan keinginan narsistik. Individu memproyeksikan visualiasi tersebut untuk mendapatkan validasi orang lain. Ilusi visualisasi ini digunakan sebagai dasar dalam berinteraksi dengan orang lain. Mereka yang menolak budaya sosialisasi tersebut mungkin rentan terhadap pergeseran nilai-nilai budaya yang tak dapat diprediksi.

Konsumsi visualisasi ini dapat melalui budaya massa yang dilihat sebagai produk budaya yang sudah terstandarisasi. Dapat dikonsumsi secara massal dengan mekanisme skala global dalam praktek standarisasi tersebut. Seperti halnya makna

---

<sup>51</sup> *Ibid.*



kecantikan perempuan yang menjadi budaya massa hingga menyerap seluruh perempuan untuk memiliki visual seperti yang dikonsumsi. Budaya dan media massa membentuk lubang hitam yang menyerap seluruh orang ke dalamnya tanpa bisa keluar.<sup>52</sup> Konsumsi visual didukung dengan eksistensi media massa secara sadar membentuk identitas budaya atas kecantikan. Kecantikan menjadi identitas budaya yang dibentuk secara massal, media efektif dalam menjalankan perannya sebagai pembangun opini khalayak, persepsi, gagasan dan citra serta tanda.<sup>53</sup> Standarisasi kecantikan terbentuk melalui visualisasi media hingga memunculkan trend mekap pada seluruh masyarakat. Ideologi kebudayaan ini akan melekat pada individu, saat daya Tarik tersebut melekat, individu akan memaknai identitas mereka sebagai bagian dari sistem yang ditawarkan.<sup>54</sup>

### **1.6.2 Konsep Perempuan dalam Perspektif Gender**

Perempuan atau Wanita didefinisikan dalam KBBI daring, bermakna kategori anatomi dan fisiologi yang dikhususkan berkenaan dengan sebuah fungsi reproduksinya, perbedaan diantara kedua kata tersebut terletak pada usia, dimana wanita berartikan perempuan dewasa, sedangkan kata perempuan berartikan manusia yang memiliki puki, mengalami menstruasi, hamil, melahirkan anak serta

---

<sup>52</sup> Hikmat Budiman. *Lubang Hitam Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius, Hal. 32. diakses pada tanggal 03 Juli 2020.

<sup>53</sup> Muhammad Rais. *Identitas Tubuh Dalam Industri Komodifikasi*. MIMIKRI: Vol.5, No.1,2019. Hal. 50-58. diakses pada tanggal 03 Juli 2020.

<sup>54</sup> Dwi Ratna Aprilia. *Iklan dan Budaya Populer: Pembentukan Identitas Ideologis Kecantikan Perempuan oleh Iklan (Analisis Semiotika Iklan Cetak WRP Body Shape dan Prolene)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.1, No.2, Juni 2005. Hal. 41-68. diakses pada tanggal 03 Juli 2020.

menyusui.<sup>55</sup> Secara etimologis, kata Perempuan memiliki makna yang bernilai cukup tinggi, dimana berasal dari kata *empu* yang berarti tuan, orang yang berkuasa/mahir, atau kepala, hulu, dan yang paling besar. Makna perempuan secara tersirat memiliki arti penghormatan dan kemandirian.<sup>56</sup> Dengan asal kata *empu*, perempuan dipandang pula sebagai semangat perjuangan dari kata tersebut.<sup>57</sup>

Preferensi kata perempuan ini juga memberikan indikasi perbincangan yang bukan hanya mengenai fungsi reproduksi, keluarga, usia, tubuh dan fungsinya, melainkan juga memberikan indikasi bahwa perempuan bukan hanya digunakan dalam lingkup keluarga, tetapi juga eksistensi diluar keluarga seperti kesadarannya akan perhatiannya pada kelompok perempuan, permasalahan yang dihadapi sebagai perempuan dan kehidupan perempuan dalam berorganisasi.<sup>58</sup> Singkatnya, kata perempuan digunakan untuk pengaitan pada isu kesetaraan, hak, dan keorganisasian dengan ranah public, sedangkan kata wanita diperuntukkan pada hubungan seksual dan ranahnya secara domestik.

Pada konsep ini, perempuan dikaitkan pada isu penampilan dan kecantikan serta pemaknaannya dengan berbasis gender. Masyarakat umum, cenderung tidak memerhatikan sisi hati nurani perempuan dalam kehidupannya, dimana perempuan dikaitkan pada seluruh aturan-aturan dan narasi yang membatasi diri dari kebebasan.

---

<sup>55</sup> Susi Yuliatwati. *Perempuan atau Wanita? Perbandingan Berbasis Korpus Tentang Leksikon Berbias Gender*. Paradigma Jurnal Kajian Budaya, Vol.8, No.1, 2018. Hal. 53-70. Diakses pada tanggal 27 November 2020.

<sup>56</sup> Sadli dalam Susi Yuliatwati. *Ibid.*

<sup>57</sup> *Ibid.*

<sup>58</sup> Riset Korpus Indonesian Wac dalam Susi Yuliatwati. *Ibid.*

Perempuan terbelenggu dalam aturan-aturan yang membuatnya merasa tertekan. Terbelenggunya perempuan dalam dominasi norma dan narasi masyarakat dapat memengaruhi perilaku dan membentuk dirinya.<sup>59</sup> Ketidaksetaraan gender yang dirasakan ini terlihat pada adanya subordinasi dari dominasi sebuah sistem atau narasi yang membangun gambaran perempuan ideal, sehingga perempuan dapat mengalami ketidakadilan, tindakan tidak menyenangkan atau sewenang-wenang, hingga menjadi sebuah objek eksploitasi. Narasi kecantikan yang terbangun di masyarakat melanggengkan posisi subordinasi perempuan. Perempuan kerap mengalami eksploitasi fisik berupa pelecehan verbal maupun pelecehan fisik dalam melakukan aktifitas kesehariannya.<sup>60</sup> Perempuan mengalami ketidakadilan, karena adanya narasi sosial budaya yang mendefinisikan perempuan sebagai manusia lembut, penyayang, dan sebagainya, sehingga memunculkan *steretotype* untuk perempuan memposisikan diri dengan sendirinya dan merasa tidak etis untuk melakukan protes dalam penggugatan sistem atau narasi yang ada.<sup>61</sup>

Dengan adanya ketidakadilan gender ini, perempuan menggunakan mekap sebagai suatu bentuk perlawanan atau *empowering woman*. Berbagai batasan, nilai, dan norma di masyarakat seolah-olah menggiring perempuan untuk diatur tubuhnya oleh narasi tersebut. *Empowering woman* atau pemberdayaan perempuan ini

<sup>59</sup> Leo Tolstoy dalam Septiana Dwiputri Maharani. *Pandangan Leo Tolstoy terhadap Wanita (Refleksi Pemahaman atas Makna Kebebasan dan Eksistensi Manusia diMasa Mendatang)*. Jurnal Edisi Khusus. Agustus 1997. Hal. 212-222. Diakses pada tanggal 27 November 2020.

<sup>60</sup> Nurus Shalihin dan Firdaus. *Transformasi Gender: Strategi Pembebasan Perempuan dari Jerat Pembangunan dan Kapitalisme*. SAWWA: Jurnal Studi Gender, Vol.14, No.14, 2019. Hal. 109-140. Diakses pada tanggal 27 November 2020.

<sup>61</sup> *Ibid.*

menekankan penyadaran perempuan atas hak kontrol dirinya untuk mengatur tubuh perempuan secara mandiri dan sadar tanpa tekanan dari orang lain.<sup>62</sup> Perempuan menjadi subyek nyata kehidupan dalam membentuk sendiri narasi atas tubuhnya. Pemberdayaan perempuan menguatkan mereka untuk percaya atas kecantikan yang beragam pada diri masing-masing.<sup>63</sup>

Di sisi lain, adanya marginalisasi dan subordinasi ini meminggirkan perempuan dan mengalami internalisasi diri sebagai 'otherness'. Perempuan tidak dilahirkan, melainkan dinarasi.<sup>64</sup> Kultur yang menyebabkan pertanyaan besar bagi perempuan untuk membebaskan dirinya dan mencapai subjektivitas yang berbeda dari pria, perempuan memosisikan dirinya sebagai obyek dan pria subyek, sehingga mampu mengnarasi perempuan sebagai orang lain.<sup>65</sup> Gender eksistensialisme menekankan pengambilan keputusan perempuan yang erat dengan esensi dari perempuan itu sendiri. Mutlak bebas dalam menentukan pilihannya sendiri untuk menjadi eksis dalam dirinya, namun dapat diiringi dengan beban psikis dalam ketakutan dan ketidakberdayaan dalam melakukan keputusannya sendiri.<sup>66</sup> Perubahan atas dirinya menekankan konsep seperti kebebasan, interpersonal, hubungan serta pengalaman

---

<sup>62</sup> Ann Putri. *Lipstik dan Perempuan: Sebuah Memoar Perjuangan*. Dalam Medium.com. Diakses pada tanggal 27 November 2020.

<sup>63</sup> Archangela Chelsea dalam Evelyn Ochi. *Sociolla Perkenalkan Archangela Chelsea Sebagai Mekap Director Pertamina*. Dalam Beauty Journal by Sociolla. Diakses pada tanggal 27 November 2020.

<sup>64</sup> Simon D. Beauvoir. *Second Sex*. Yogyakarta: Pustaka Prometheus. 2003. Hal. 369. diakses pada tanggal 03 Juli 2020.

<sup>65</sup> *Ibid.*

<sup>66</sup> Jean Paul Sartre. *Existensialisme*. New York: Philosophical Library. 1947. Hal.364. diakses pada tanggal 27 November 2020.

hidupnya sebagai tubuh perempuan.<sup>67</sup> Peran gender yang dipaksakan secara narasi budaya dan sosial membatasi penentuan sikap perempuan sendiri dan mengekang kebebasan intrinsik individu. Perempuan mempertimbangkan cara hidupnya dengan kecemasan yang juga dialami terkait dengan kebebasan, ketidaksesuaian dan isolasi, namun tetap bebas dan memiliki prinsip eksistensialisme.<sup>68</sup>

### 1.6.3 Konsep Narasi Makna Mekap dan Kecantikan

Narasi makna penggunaan mekap yang dilakukan oleh tujuh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta ditelaah melalui konsepsi realitas sosial yang melihat dunia sosial terbentuk melalui interaksi manusia sebagai subjeknya. Realitas makna ini berasal dari dan oleh hubungan individu sebagai subjek dengan dunia sebagai obyektif.<sup>69</sup> Penggunaan mekap pada tujuh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta merupakan sebuah hasil fenomena dari adanya narasi kecantikan dalam kehidupan sosial bermasyarakat. Narasi sosial atas realitas kecantikan melalui proses interaksi dan komunikasi dalam kehidupan sosial tersebut membangun pemahaman dunia sosial dan narasi makna yang sama mengenai dunia sosial tersebut terkait kecantikan. Narasi makna ini dimaknai melalui definisi mekap dan kecantikan yang kemudian dianalisa melalui dinamika penggunaan mekap di dalamnya. Pembentukan narasi makna penggunaan mekap tumbuh dan berkembang melalui kepentingan-kepentingan

---

<sup>67</sup> Mary Jeanne Larrabee dan Lorraine Code. *Feminisme Eksistensialis*. Ensiklopedia Teori Feminis. Hal. 187-188. Diakses pada tanggal 27 November 2020.

<sup>68</sup> Mary P Hiatt. *Eksistensialisme dan Feminisme*. ERIC: Pusat Informasi Sumber Daya Pendidikan. Diakses pada tanggal 27 November 2020.

<sup>69</sup> Berger dalam Ade Nur Istiani. *Narasi Makna Hijab Fashion bagi Moslem Fashion Blogger*. Jurnal Kajian Komunikasi, Vol.3, No.1, Juni 2015. Hal. 48-55. Diakses pada tanggal 4 Januari 2020.

penggunaan di dalamnya serta dinamika penggunaannya. Realitas sosial akan narasi kecantikan terbentuk atas dasar individu yang di dalamnya saling melakukan interaksi serta saling mengnarasi dan merenarasi realitas narasi kecantikan tersebut.

Mekap adalah sebuah seni untuk merias wajah atau mengubah bentuk asli wajah dengan bantuan alat kosmetik untuk tujuan mempercantik dan menutupi kekurangan hingga wajah terlihat ideal.<sup>70</sup> Berdasarkan peraturan menteri kesehatan RI No.220/Menkes/Per/XI /76, tanggal 6 September 1976 mekap atau kosmetik merupakan bahan-bahan yang digosokkan, dilekatkan, dipercikan atau disemprotkan, dimasukkan, dituangkan pada tubuh atau bagian tertentu pada tubuh dengan maksud untuk membersihkan, memelihara, menambah daya tarik atau merubah rupa dan tidak termasuk dalam golongan obat.<sup>71</sup>

Melalui mekap berbagai motif dan tujuan individu tercapai. Penggunaan pakaian dan riasan wajah menjadi cara bagi perempuan untuk menerima perannya sebagai perempuan mulai dari mencari kesenangan sampai dengan pengharapan pengakuan dari lingkungan sosial terhadapnya.<sup>72</sup> Kesadaran atas nilai estetika ketika perempuan berdandan dan berpakaian membuat perempuan melakukan perawatan kecantikan dan penggunaan mekap. Terdapat anggapan semakin baik penampilan perempuan, semakin dihargai perempuan begitu pun semakin pentingnya bekerja

---

<sup>70</sup> Lita Donna Elianti, V. Indah Sri Pinasti. Loc., cit. Hal.1-20.

<sup>71</sup> Loc., cit. Hal. 1-20.

<sup>72</sup> Simon D. Beauvoir. Op., cit. Hal.369.

untuk perempuan, semakin menguntungkan baginya untuk tampil cantik.<sup>73</sup> Perempuan menggunakan mekap sebagai alat pendisiplinan tubuh untuk mencapai citra kecantikan yang telah diidealkan. Penerapan pendisiplinan tubuh melalui mekap, karena kecantikan perempuan divisualisasikan secara fisik.<sup>74</sup> Berbagai motif dan tujuan penggunaan mekap tersebut dapat menjelaskan pembentukan narasi makna dalam penggunaan mekap pada tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Dinamika penggunaan mekap pada tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta berdasarkan intensitas, latar belakang, serta perasaan psikologis dan sosial yang muncul dapat menjelaskan pula narasi makna yang terbentuk di dalamnya.

Narasi makna dalam penggunaan mekap atas realitas narasi kecantikan memperlihatkan individu-individu untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan mempelajari realitas yang terjadi pada individu di lingkungannya, sehingga memiliki pemahaman makna yang sama untuk menciptakan sebuah objektivitas baru. Mitos kecantikan perempuan dengan standar kecantikan yang palsu menunjukkan stereotip gender yang mencerminkan keindahan fisik perempuan, kecantikan fisik dijadikan sumber daya tarik dan penentu perolehan pekerjaan. Pembentukan ini didukung oleh media massa melalui adegan eksploitasi kecantikan perempuan dengan penjualan produk mekap dan produk kecantikan lainnya. Arus globalisasi dan kapitalisme turut berperan dalam menyebarkan standar kecantikan ideal perempuan. Perempuan saling bersaing untuk berkompetisi menyajarkan diri dengan tuntutan kecantikan pada

---

<sup>73</sup> *Ibid.*,372.

<sup>74</sup> Annastasia Melliana S. *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKiS.2006. hal. 2. diakses pada tanggal 03 Juli 2020.

masyarakat. Budaya kesan pertama (*first impression culture*) di masyarakat menunjukkan masyarakat menggunakan kesan pertama sebagai penilaian seseorang melalui tampilan fisik.<sup>75</sup> Hal ini yang membuat perempuan mengalami objektifikasi diri dalam konteks sosiokultural, hingga membentuk tubuh sesuai dengan tolak ukur yang teridealisasi. Dengan mempelajari realitas sosial atas narasi kecantikan, tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta sebagai perempuan mempelajari realitas kecantikan tersebut dan mengnarasi dirinya atau merenarasi dirinya berdasarkan realitas tersebut. Narasi tersebut menjelaskan pemahaman makna yang sama untuk membentuk objektivitas baru. Narasi makna inilah yang akan diteliti mengenai pergeseran makna penggunaan mekap yang terjadi pada tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

### **1.7.1 Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah jenis penelitian deskriptif. Metode kualitatif yang digunakan akan terfokus pada kedalaman informasi dengan menggali makna dari gejala-gejala, oleh karena itu penelitian ini bersifat studi kasus.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif agar dapat mendeskripsikan penelitian mengenai Penggunaan Mekap Sebagai Identitas Perempuan Studi Kasus Tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta, sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

---

<sup>75</sup> *Ibid.*,45.

<sup>76</sup> Kutha. *Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Belajar),2016. Hal.97.



Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis ialah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna dan pemahaman secara mendalam atau *verstehen*, penalaran definisi atas situasi tertentu dan lebih banyak meneliti sesuatu yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Metode kualitatif ini dianggap lebih mampu dalam menjelaskan gejala dan fenomena secara lebih lengkap, rinci dan menyeluruh.<sup>77</sup> Berdasarkan hal tersebut, penulis akan mendeskripsikan Penggunaan Mekap Sebagai Identitas Perempuan.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dimana Stake menjelaskan bahwa studi kasus ialah pilihan pada objek penelitian, bukan konsekuensi metodologis, studi kasus diartikan sebagai aktivitas pemilihan objek diantara objek yang lain.<sup>78</sup> Studi kasus pada penelitian ini ialah Tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta terkait dengan narasi makna dan pembentukan identitas dari objek tersebut.

### **1.7.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian dalam penelitian ini merupakan Tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Subjek penelitian dalam penelitian ini terdiri dari dua elemen, yaitu informan utama yang memiliki karakteristik sebagai mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang aktif menggunakan mekap dalam kehidupan sehari-hari. Pengumpulan informan berasal dari fakultas yang berbeda dari

---

<sup>77</sup> Mohammad Mulyadi. *Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Serta Praktek Kombinasinya Dalam Penelitian Sosial*. Jakarta: NadiPustaka, 2010. Hal.9.

<sup>78</sup> Kutha, Op.cit, Hlm.191.

Universitas Negeri Jakarta, yaitu 1 mahasiswi program studi tata rias Universitas Negeri Jakarta, 2 mahasiswi program studi Sosiologi Universitas Negeri Jakarta, 2 mahasiswi program studi Tata Busana Universitas Negeri Jakarta, 1 mahasiswi program studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta, dan 1 mahasiswi program studi Pendidikan Tari Universitas Negeri Jakarta.

Penemuan informan dari tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta ini diawali pada rencana lima informan Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta, kemudian didapatkan atas dasar hasil temuan penelitian yang menggiring peneliti untuk mendapatkan program studi lainnya yang berkenaan dengan penampilan dan kecantikan, seperti program studi Tata Busana dan Pendidikan Tari. Hal ini diharapkan dapat menjadi representasi dari mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Adapun informan tambahan yakni akademisi yang memiliki pemahaman atas identitas sosial serta fenomena mekap yang terjadi untuk memberikan tanggapan serta triangulasi data terhadap fenomena ini.

Kemudian, informan penelitian dibedakan secara primer dan sekunder. Informan penelitian primer yaitu tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta, Ketua Space of UNJ, dan *Founder* Komunitas Perempuan Perduli. Informan penelitian sekunder yaitu sebelas kutipan wawancara para tokoh perempuan Indonesia dan tokoh publik yang didapatkan melalui studi pustaka pada wawancara media online serta video konferensi online.

**Tabel I.2**  
**Karakteristik Informan Penelitian**

No	Kriteria Informan	Jumlah	Keterangan	Jenis Informan
1	Mahasiswi Universitas Negeri Jakarta	7	Sebagai informan kunci dan sebagai fokus kajian pada penggunaan mekap di kalangan mahasiswi Universitas Negeri Jakarta	Informan utama
2	Aktivis Perempuan (Ketua Space of UNJ dan <i>Founder</i> Komunitas Perduli)	2	Untuk mengetahui bagaimana mekap dapat membentuk identitas kritis pada mahasiswi	Triangulasi data
	Jumlah	9		

(Sumber: hasil olah data penulis, 2020).

### 1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Jl. Rawamangun Muka Raya, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220. Lokasi tersebut merupakan Gedung Universitas Negeri Jakarta yang menjadi tempat berkuliah dan berkumpul mahasiswi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian dilakukan mulai dari Juli 2020 sampai bulan September 2020.

#### 1.7.4 Peran Peneliti

Peran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai orang yang meneliti langsung terhadap fenomena dilapangan. Menurut Creswell dalam bukunya *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches* mengatakan, penelitian kualitatif bersifat interpretati, sehingga dapat bias nilai dan penilaian peneliti diungkapkan tegas dalam laporan penelitian.<sup>79</sup> Peneliti yang berperan sebagai pengamat akan mempelajari gejala dan fenomena yang muncul pada informan selama menggunakan mekap dalam kehidupan sehari-hari.

#### 1.7.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang sesuai dengan metodologi yang peneliti lakukan. Oleh sebab itu, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti telah ditetapkan sesuai dengan aturan dalam penelitian kualitatif, yakni;

##### a. Wawancara

Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan berdialog langsung dengan informan untuk mendapatkan data yang lebih mendalam. Dengan melakukan wawancara dengan subjek penelitian, penulis dapat melakukan *face to face* (wawancara bertatap muka) atau pun melalui telepon

---

<sup>79</sup> John W. Creswell. *Research Design Qualitative and Quantitative Approaches*, 1994 London: Sage Publications Inc. Hal. 138.

dengan informan.<sup>80</sup> Wawancara yang dilakukan penulis mengacu pada pedoman wawancara yang sudah disiapkan.

### **b. Observasi**

Pada penelitian ini, penulis turun langsung ke lokasi penelitian. Observasi yang dilakukan untuk memperoleh data melalui pengamatan dari panca indra baik penciuman, pendengaran, penglihatan, peraba, dan pengecapan terhadap objek secara langsung.<sup>81</sup> Melalui observasi, peneliti akan melihat sejauh mana pernyataan yang diungkapkan oleh informan untuk menguatkan hasil wawancara yang dilakukan secara mendalam. Observasi dilakukan sebelum dan saat pengambilan data berlangsung. Observasi dilakukan terhadap penggunaan mekap yang dilakukan oleh informan.

### **c. Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data dengan memperoleh dokumen-dokumen terkait. Data yang didapatkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder. Data diperoleh dari foto-foto penggunaan mekap oleh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta sebagai gambaran fenomena dan gejala penggunaan mekap sebagai identitas perempuan.

---

<sup>80</sup> *Ibid*, 254.

<sup>81</sup> Burhan Bungin. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. 2008. Jakarta: Kecana. Hal. 115.

### 1.7.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih prioritas penting dan akan dipelajari serta membuat kesimpulan yang mudah dipahami diri sendiri dan orang lain.<sup>82</sup> Pada penelitian ini, seluruh data yang diperoleh melalui hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi akan dianalisis oleh penulis dan digambarkan dalam suatu kerangka pemikiran. Kemudian, dalam tahap analisis, akan dikaitkan fenomena dengan konsep dan teori yang berhubungan dengan penelitian penulis.

### 1.7.7 Triangulasi Data

Triangulasi adalah usaha memahami data melalui berbagai sumber, subjek peneliti, cara dan waktu. Campbell dan Fiske menjelaskan triangulasi sebagai multioperasionalisme.<sup>83</sup> Dalam triangulasi data, data pertama perlu diuji kembali dengan menggunakan data lain dengan sumber berbeda. Triangulasi data pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara pada dua aktivis perempuan yaitu, Ketua *Space of UNJ* dan *Founder* Komunitas Perempuan Perduli. Dalam proses triangulasi data ini peneliti melakukan wawancara dengan akademisi guna mengetahui gejala dan fenomena pembentukan simbol identitas pada penggunaan mekap.

---

<sup>82</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta), Cet.I. Hal. 244,2008.

<sup>83</sup> Kutha, Op.cit, Hal.241.

### 1.7.8 Sistematika Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis membagi menjadi lima bab yang masing-masing terdiri dari:

**Bab I:** Pada bab ini penulis akan menguraikan secara garis besar mengenai latar belakang masalah, permasalahan penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian sejenis, kerangka konseptual, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

**Bab II:** Pada bab ini akan diuraikan lebih lanjut mengenai gambaran narasi sosial kecantikan di masyarakat dan di Universitas Negeri Jakarta. Pada bab ini pula peneliti mulai memberikan gambaran karakteristik informan yaitu tujuh mahasiswi Universitas Negeri Jakarta.

**Bab III:** Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai hasil temuan penulis terkait judul penelitian yakni Penggunaan Mekap Sebagai Identitas Perempuan melalui aktivitas penggunaan mekap. Pembahasan ini akan melihat narasi makna serta proses pembentukan identitas yang dilakukan mahasiswi selama melakukan aktivitas penggunaan mekap

**Bab IV:** Adalah bab analisis dalam melakukan elaborasi hasil temuan lapangan dengan mengaitkan pada teori identitas dan perspektif perempuan dalam gender.

**Bab V:** Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan atas jawaban rumusan masalah dan saran dari penelitian yang telah peneliti lakukan dalam penyusunan skripsi ini.

