

# PERILAKU KONSUMEN DALAM MELAKUKAN TANAM BENANG (*THREAD LIFT*) UNTUK PERAWATAN WAJAH DITINJAU DARI ASPEK KEBUTUHAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL

**Muthi Khairunnisa**

Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik  
Universitas Negeri Jakarta Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Email: [muthikhairunnisa93@gmail.com](mailto:muthikhairunnisa93@gmail.com)

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai gambaran perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang (*thread lift*) untuk perawatan wajah ditinjau dari aspek kebutuhan dan lingkungan sosial. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan survei. Hasil penelitian “Terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang dengan aspek kebutuhan dan lingkungan sosial”.

**Abstract:** *The research aimed to describe consumer behavior on thread lift from the aspects of needs and social sphere. In order to take samples for this research method such as total sampling The result showed the is significant relation between consumer behavior on thread lift with need aspect and social sphere aspect.*

## PENDAHULUAN

Di zaman serba modern ini, teknologi terus berkembang dan tidak memiliki batas, tidak terkecuali dalam bidang kecantikan. Tuntutan wanita modern untuk selalu tampil cantik memungkinkan teknologi di bidang kecantikan untuk selalu berinovasi dan berkembang, dengan berkembangnya teknologi tersebut tuntutan wanita modern terhadap bidang kecantikan semakin tinggi yang mana dengan adanya teknologi modern bisa menjawab dan mempermudah wanita untuk tampil sempurna.

Kecantikan seorang wanita sering diidentikkan dengan kulit sehat, wajah

kencang, bebas dari kelainan kulit, serta tidak tampak penuaan pada kulit wajah, namun dengan rutinitas wanita modern yang selalu padat, pola makan yang serba instant serta tidak diselingi pola hidup yang baik maka kecantikan kulit akan terganggu dan dampaknya akan menyebabkan kecantikan kulit terabaikan.

Seiring dengan bertambahnya usia, gejala-gejala penuaan tidak dapat dihindari. Gejala penuaan ini membuat kulit terlihat kendur dan mulai timbul kerutan-kerutan yang menjadi awal mula timbulnya keriput. Gejala penuaan inilah yang menjadi momok dan ditakuti

bagi sebagian wanita modern, sehingga banyak wanita yang cenderung melakukan perawatan untuk kecantikan wajah secara instant.

Perawatan wajah merupakan suatu usaha untuk memelihara, merawat, dan mempertahankan agar kulit terlihat sehat, segar, kencang, sehingga akan terlihat awet muda (Rostamailis, 2005: 38). Perawatan wajah itu sendiri terbagi dalam dua jenis, yaitu perawatan secara tradisional dan perawatan secara modern. Perawatan tradisional merupakan perawatan yang dilakukan secara turun-temurun menggunakan bahan alami, namun saat ini mulai ditinggalkan sebab perawatan tradisional ini dinilai membutuhkan waktu yang lama. Oleh sebab itu, perawatan wajah yang dahulu menggunakan bahan alami, seiring berjalannya waktu dengan kemauan konsumen untuk mendapatkan hasil yang cepat dan proses yang instant, maka perawatan kecantikan bergeser menggunakan perawatan wajah secara modern yang dilakukan dengan tenaga profesional di bidang kedokteran.

Kondisi gaya hidup dengan mobilitas yang tinggi dan tuntutan pekerjaan yang mengharuskan selalu tampil cantik dan menarik membuat banyak wanita tertarik untuk memilih perawatan wajah modern. Perawatan wajah modern menjadi pilihan, sebab

perawatan ini dinilai memiliki beberapa keunggulan, seperti waktu perawatan yang relatif singkat, dan juga hasil yang instant. Hal ini ditandai dengan makin maraknya klinik-klinik dan salon kecantikan di kota-kota besar, beberapa diantaranya menawarkan jasa perawatan kulit wajah. Salon kecantikan umumnya menawarkan beberapa perawatan kulit wajah yang dilakukan oleh terapis sedangkan pada klinik kecantikan tindakan perawatan wajah dilakukan atau diawasi langsung oleh dokter spesialis kulit.

Klinik kecantikan yang banyak bermunculan memiliki daya tarik tersendiri bagi wanita. Manfaat klinik kecantikan mulai dari perawatan yang paling mendasar seperti perawatan pengurangan jerawat, perawatan untuk menanggulangi kelainan-kelainan kulit, perawatan untuk memperlambat tanda-tanda penuaan hingga ke tahap perawatan yang lebih tinggi yaitu perawatan untuk mengubah penampilan. Selain itu klinik kecantikan pada saat ini masih tidak jauh dari menyediakan jenis-jenis perawatan kecantikan untuk mengurangi tanda-tanda penuaan. Kondisi inilah yang membuat konsumen khususnya wanita modern untuk melakukan perawatan wajah secara modern. Terlebih pada wanita, yang semakin hari semakin meningkatkan

taraf hidup, tidak hanya dengan penghasilan tinggi, dengan menunjukkan kesuksesan materi, tetapi juga tidak kalah penting menunjukkan penampilan yang anggun dan menawan dipandang mata.

Pesatnya perkembangan klinik kecantikan ini juga disebabkan oleh permintaan masyarakat yang selalu meningkat. Inilah yang membuat bisnis klinik kecantikan berkembang pesat. Klinik kecantikan merupakan sektor industri yang menawarkan jasa perawatan kulit modern khususnya pada perawatan yang bertujuan untuk memperlambat proses penuaan. Perawatan pengencangan kulit wajah merupakan salah satu perawatan yang bertujuan untuk memperlambat proses penuaan dengan membuat kulit lebih kencang, mengurangi kerut halus, dan membuat wajah terlihat awet muda. Klinik kecantikan tersebut menawarkan beberapa jenis metode yang dapat digunakan. Jenis-jenis metode yang digunakan dalam perawatan wajah modern antara lain: *facelift*, *laser*, *botox*, *chemical peeling*, dan tanam benang (*thread lift*). Dari berbagai macam jenis perawatan tersebut yang banyak digemari saat ini adalah perawatan untuk membuat kulit terlihat muda. Tanam benang (*thread lift*) merupakan salah satu inovasi yang tergolong baru

dalam perawatan wajah modern di Indonesia.

Tanam benang merupakan suatu tindakan yang digunakan untuk merangsang kolagen dalam tubuh, dan juga mengencangkan kulit wajah. Metode tanam benang diyakini memiliki banyak kelebihan dibandingkan operasi plastik, seperti proses pengerjaan yang terbilang cepat. “Proses pengerjaan tanam benang hanya memerlukan waktu sekitar 30 menit untuk menunggu krim anestesi bekerja, dan proses pengerjaan yang hanya berlangsung 10-15 menit. Selain itu, pasca pengerjaan tanam benang, pasien dapat langsung beraktivitas.” (record. Nasriatul Hannak 25 juli 2015)

Perawatan pengencangan kulit wajah dengan metode tanam benang dapat dilakukan di klinik-klinik kecantikan yang terpercaya dan ditangani langsung oleh dokter ahli kecantikan. Perawatan tanam benang merupakan alternatif bagi konsumen yang menginginkan hasil pengencangan kulit yang instant. Hal ini, yang membuat tanam benang banyak diminati oleh konsumen dan menjadi tren saat ini. Banyak pengusaha di bidang kecantikan yang melihat hal ini sebagai peluang, sehingga berdiri klinik-klinik kecantikan yang menawarkan perawatan

peremajaan kulit melalui metode tanam benang.

Pergerakan arah pergaulan hidup yang semakin modern, dan konsumen wanita yang dituntut untuk tampil sempurna, mulai merambah kepada satu kepuasan tersendiri untuk tampil cantik dan selalu terlihat muda, maka membawa pengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih tanam benang untuk perawatan wajah. Perilaku konsumen satu dengan konsumen lainnya akan berbeda sebab keinginan dan kebutuhan dari masing-masing konsumen juga berbeda.

Perilaku Konsumen menurut Gerald Zaltman dan Melanie Walendorf *Consumer behavior are acts, processes and social relationships exhibited by individuals, groups and organizations in the obtainment, use of, and consequent experience with products, service and other resources* (Sunyoto, 2015:4). Pendapat ini menjelaskan perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya.

Perilaku konsumen dalam melakukan suatu tindakan dipengaruhi

oleh berbagai aspek yang berbeda. Adanya perbedaan inilah yang menyebabkan konsumen melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan, sehingga sangat bergantung pada bagaimana konsumen menanggapi objek tersebut dan apa yang mempengaruhi perilaku konsumen mengambil keputusan. Kondisi ini yang mempengaruhi seseorang memilih menggunakan teknik tanam benang untuk mengencangkan kulit wajahnya, pemilihan oleh orang tersebut disebabkan oleh aspek yang berbeda. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai “Perilaku Konsumen dalam Melakukan Tanam benang untuk Perawatan wajah ditinjau dari Aspek Kebutuhan dan Lingkungan Sosial”.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai :

1. Gambaran berupa nilai persentasi dari perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang untuk perawatan wajah ditinjau dari aspek kebutuhan dan lingkungan sosial.
2. Untuk mengetahui hubungan perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang untuk

perawatan wajah dengan aspek kebutuhan.

- Untuk mengetahui hubungan perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang untuk perawatan wajah dengan aspek lingkungan sosial.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur aspek yang mempengaruhi terhadap perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang untuk perawatan wajah berupa kuesioner (angket) tertutup, penilaian menggunakan skala *Likert*.

**Tabel Kisi-kisi Instrumen Penelitian Perilaku Konsumen dalam Melakukan Tanam Benang (Thread Lift) untuk Perawatan Wajah ditinjau dari Aspek Kebutuhan & Lingkungan Sosial**

Variabel	Aspek	Indikator	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
(Y) Perilaku konsumen dalam melakukan Tanam Benang	Afektif	Reaksi Emosional	2, 4, 12	3
	Kognitif	Indikasi tanam benang	5, 11	-
		Efek samping tanam benang	6	
	Psikomotor	Pemakaian tanam benang	9	
		Rutinitas tanam benang	10	8
Proses pengerjaan tanam benang		1	7	

**Tabel Kisi-kisi Instrumen Penelitian Perilaku Konsumen dalam Melakukan Tanam Benang (Thread Lift) untuk Perawatan Wajah ditinjau dari Aspek Kebutuhan & Lingkungan Sosial**

Variabel	Aspek	Indikator	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
(X1) Kebutuhan	Kebutuhan Fisiologis	Kebutuhan merawat wajah	1, 2, 4	3, 6
	Kebutuhan Rasa Aman	Kebutuhan rasa aman dalam perawatan wajah	5,	
	Kebutuhan Sosial	Perawatan wajah untuk kebutuhan dalam pekerjaan	7,	10
	Kebutuhan Ego	Perawatan wajah untuk meningkatkan rasa percaya diri	8, 9	
(X2) Lingkungan Sosial	Keluarga	Motivasi keluarga	11, 14	
		Kebiasaan keluarga	18	13, 19
	Teman	Motivasi teman	12, 17,	
		Kebiasaan teman	15,	16,

Data hasil uji coba diuji dengan menggunakan rumus product moment, Reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Langkah-langkah analisis data adalah sebagai berikut:

- Menghitung skor rata-rata tiap butir pernyataan, yaitu menghitung jumlah skor dibagi jumlah responden dikalikan 100%
- Mendeskripsikan setiap butir pernyataan berdasarkan pilihan

dan menentukan skor dan skor rata-rata.

3. Membuat deskriptif data menggunakan uji Chi Square yang didapat melalui *software* SPSS.

## HASIL PENELITIAN

### Statistik Deskriptif

**Tabel Deskriptif Statistik**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku	30	26	45	35.47	3.794
Kebutuhan	30	25	38	31.47	3.060
Lingkungan Sosial	30	21	32	25.83	2.534
Valid N (listwise)	30				

**Tabel Perilaku Konsumen dalam Melakukan Tanam Benang**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah (<Mean)	10	33.3	33.3	33.3
	Tinggi (>Mean)	20	66.7	66.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**Tabel Aspek Kebutuhan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah (<Mean)	14	46.7	46.7	46.7
	Tinggi (>Mean)	16	53.3	53.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

**Tabel Aspek Lingkungan Sosial**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah (<Mean)	13	43.3	43.3	43.3
	Tinggi (>Mean)	17	56.7	56.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan berdasarkan aspek perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang, didapat frekuensi dari aspek perilaku konsumen pada kategorisasi rendah adalah 10 responden, dengan persentase 33,3 % sedangkan pada kategorisasi tinggi terdapat 20 responden dengan persentase 66,7%. Berdasarkan aspek kebutuhan dalam melakukan tanam benang, didapat frekuensi dari aspek kebutuhan pada kategorisasi rendah adalah 14 responden, dengan persentase 46,7 % sedangkan pada kategorisasi tinggi terdapat 16 responden dengan persentase 53,3% sedangkan pada aspek lingkungan sosial didapat frekuensi dari aspek lingkungan sosial pada kategorisasi rendah adalah 13 responden, dengan persentase 43,3 % sedangkan pada kategorisasi tinggi terdapat 17 responden dengan persentase 56,7%.

Hasil uji Chi-Square yang diperoleh dari perhitungan menggunakan aplikasi SPSS pada perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang terhadap aspek kebutuhan didapat nilai Pearson Chi-Square pada bagian Asymp. Sig. (2-sided) sebesar  $0,001 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, yang artinya “Terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang dengan aspek kebutuhan”, sedangkan terhadap aspek lingkungan sosial didapat nilai Pearson Chi-Square pada bagian Asymp. Sig. (2-sided) sebesar  $0,000 < 0,005$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, yang artinya “Terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumen dalam melakukan tanam benang dengan aspek lingkungan sosial”.

## SARAN

Saran-saran yang dapat menjadi pertimbangan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Program Studi Tata Rias  
Dengan melihat perilaku konsumen yang tinggi dalam melakukan tanam benang untuk perawatan wajah, hendaknya program studi Pendidikan Tata Rias dapat mengembangkan teori dalam mata kuliah bedah

plastik yang berhubungan dengan perawatan tanam benang.

- b. Konsumen Tanam Benang

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pengetahuan bagi konsumen atau calon konsumen yang akan atau sudah melakukan tanam benang untuk perawatan wajah, dan hendaknya dapat melakukan perawatan wajah ini sesuai dengan kebutuhan mengingat resiko efek samping yang akan ditimbulkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Rostamailis. 2005. *Penggunaan Kosmetik, Dasar Kecantikan & Berbusana yang Serasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Primadiati. 2001. *Kecantikan Kosmetika & Estetika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Ed ke-7*. Jakarta: Indeks Rachmi
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Walgito Bimo. 2002. *Psikologi sosial*. Yogyakarta: Andi