

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap manusia, baik wanita ataupun pria telah diciptakan dengan memiliki keindahan dan kecantikannya masing-masing. Namun, kecantikan sudah sangat identik dengan kalangan wanita dan memiliki jenis yang sangat beragam seperti kecantikan wajah, warna kulit, tubuh, rambut, dan lainnya. Kecantikan merupakan suatu hal yang berharga dan dipandang baik dalam masyarakat, khususnya nilai kecantikan secara fisik (Afianti, 2018: 1). Tidak sedikit dari kalangan wanita masa kini menjadikan kecantikan secara fisik sebagai tolak ukur untuk menilai penampilan seseorang dari luar. Cara pandang ini akhirnya melahirkan sebuah kriteria atau standar ideal dari kecantikan yaitu memiliki kulit putih, bersih, mulus, wajah simetris, tubuh tinggi dan ramping (Pratiwi, 2018: 134).

Lingkungan sosial adalah tempat dimana makhluk hidup melakukan interaksi dan adanya hubungan timbal balik antar individu, antar kelompok dengan kelompok, atau antar individu dengan kelompok (Anggini, 2017:30). Menurut Anwar dan Adang (2013:198) lingkungan sosial dibedakan menjadi dua macam yaitu lingkungan sosial primer dan lingkungan sosial sekunder. Lingkungan sosial primer (*primary group*) merupakan lingkungan yang memiliki hubungan erat dan saling mengenal secara akrab antar anggotanya, contohnya seperti keluarga dan teman bergaul. Sedangkan lingkungan sekunder memiliki hubungan yang agak longgar antar anggotanya. Dalam hubungan sosial ini, interaksi yang terjadi terbagi menjadi dua, yakni secara langsung dan tidak langsung. Menurut Syarbaini dalam Anggini (2017) keluarga, teman sebaya, lingkungan masyarakat, komunitas, tempat menempuh pendidikan merupakan tempat dimana bentuk interaksi terjadi secara langsung, sementara informasi dari media sosial dan iklan merupakan bentuk interaksi tidak langsung. Penelitian yang dilakukan hanya melihat pengaruh dari interaksi langsung pada lingkungan sosial teman sebaya, keluarga, lingkungan masyarakat, komunitas, dan tempat menempuh pendidikan tanpa melihat interaksi secara tidak langsung.

Menurut Amalia (2018) lingkungan sosial merupakan salah satu faktor penentu yang mempengaruhi perkembangan serta perubahan-perubahan pada perilaku seseorang, khususnya pada lingkungan keluarga dan lingkungan teman sebaya. Seperti contohnya semakin banyak orang yang sadar akan pentingnya memilih dan menggunakan kosmetik perawatan kulit wajah yang aman karena mendapat saran dan masukan dari lingkungan sosial di sekitarnya.

Perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Menurut Lette et al. (2019: 56-58) perilaku didefinisikan sebagai seluruh kegiatan atau aktivitas manusia yang dapat diamati secara langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar. Perilaku terbentuk oleh 2 faktor utama yaitu faktor *eksternal* yang berupa stimulus dan faktor *internal* yang berupa respons. Bentuk faktor *eksternal* atau stimulus adalah faktor lingkungan (sosial, budaya, ekonomi, politik, dan sebagainya). Faktor yang memiliki peran besar dalam pembentukan perilaku individu adalah faktor sosial dan budaya, dimana seorang individu tersebut berada. Dalam proses pemilihan suatu produk, seseorang tentu akan menanyakan pendapat kepada lingkungan sekitarnya, baik itu keluarga, teman sebaya, ataupun mencari informasi melalui media sosial dan iklan (Afianti, 2018). Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat peran penting dan pengaruh interaksi langsung dalam lingkungan sosial terhadap perilaku seseorang dalam memilih suatu produk terkhusus kosmetik perawatan wajah (*skincare*).

Menurut *Food and Drug Administration* (FDA) dalam Putri (2021) menjelaskan bahwa kosmetik merupakan produk yang digunakan pada kulit untuk tujuan membersihkan, mempercantik, meningkatkan daya tarik, atau memperbaiki penampilan. Menurut Tranggono (2014: 4) kosmetik pada dasarnya merupakan bahan yang diaplikasikan pada bagian luar tubuh manusia dan dibagi menjadi dua jenis kosmetik, yaitu kosmetik riasan (*make up*) dan perawatan wajah (*skin care*). Kosmetik riasan (*make up*) merupakan jenis kosmetik yang dirancang dan digunakan secara khusus untuk menutup ketidaksempurnaan pada kulit, sehingga dapat menghasilkan penampilan *visual* yang lebih menarik serta meningkatkan rasa percaya diri (*self confidence*). Sedangkan, kosmetik perawatan wajah (*skin care*)

merupakan jenis kosmetik yang digunakan guna membantu merawat kebersihan dan kesehatan kulit.

Saat ini, semakin banyak penawaran produk perawatan kulit wajah yang tersedia di pasaran dan berkembangnya industri kosmetik kecantikan yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam mempertimbangkan pemilihan produk kosmetik perawatan wajah (Putri, 2019). Menurut Hilmi et. Al (2022) dengan adanya perkembangan pesat pada industri kosmetik juga dapat menimbulkan pemilihan kosmetik perawatan wajah yang kurang tepat. Melalui survey *online* ZAP Beauty Index 2020 pada 6.460 responden perempuan di Indonesia yang mencakup perilaku 3 generasi, yakni Gen X (45-65 tahun), Gen Y (23-44 tahun), Gen Z (13-22 tahun) telah diperoleh hasil 36% wanita Indonesia memilih memakai *skincare* sebelum menginjak usia 19 tahun dan dapat diperoleh juga bahwa wanita pada usia 19-44 tahun di era sekarang sudah memiliki kesadaran tinggi dan lebih sering menggunakan kosmetik perawatan wajah di kesehariannya. Saat wanita memasuki fase remaja, mereka sering mencari dan menggunakan kosmetik *skincare* yang dapat mencerahkan, melembabkan, dan mengobati permasalahan kulit wajah mereka seperti contohnya jerawat. Pemilihan produk perawatan kulit oleh wanita Indonesia menunjukkan kecenderungan yang besar. Sebanyak 81,7% dari mereka lebih suka mempergunakan produk perawatan kulit wajah yang cocok dengan kondisi atau jenis kulitnya, sementara hanya 1,7% yang menganggap makeup saja sudah cukup. Selain itu juga, sebanyak 65,4% wanita Indonesia memberikan perhatian besar terhadap keamanan produk kecantikan yang mereka pilih untuk digunakan dalam rutinitas sehari-hari.

Menurut Agustina et. al (2020: 46) Penggunaan kosmetik dapat juga menimbulkan efek negatif yang tidak diinginkan. Efek ini terjadi karena penggunaan bahan-bahan dalam kosmetik yang tidak sesuai atau tidak cocok dengan kondisi kulit seseorang, namun penting untuk diingat bahwa bukan berarti beberapa bahan tersebut masuk ke dalam jenis bahan berbahaya. Menurut Fitriani (2020: 7) kosmetik yang aman merupakan kosmetik yang bebas dari bahan berbahaya dan memiliki legalitas. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mengidentifikasi beberapa kriteria kosmetik dalam kategori aman, yaitu harus adanya kegunaan dan cara penggunaan, tidak mengandung bahan kimia berbahaya,

terdapat label, kemasan yang baik, memiliki izin edar, dan terdapat tanggal kadaluwarsa. Hal ini diperkuat dengan adanya pendapat oleh Ryan Saputri (2016) yaitu dalam pergaulannya, wanita Indonesia khususnya pada remaja putri tidak jarang ditemukan perilaku berisiko. Mayoritas pada masa remaja hingga dewasa awal, seorang individu tidak hanya mengalami konflik namun mencari identitas pada dirinya (Santrock, 2012). Misalnya seperti memilih dan menggunakan kosmetik tanpa pertimbangan yang rasional, mudah tergiur dengan ajakan atau saran dari teman sebaya meskipun fakta yang ada adalah kosmetik yang digunakan menyebabkan efek negatif pada kulit mereka. Pendapat ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2023) pada 50 remaja di STIKes IMC yaitu didapatkan hasil sebesar 35 remaja putri masih memiliki pengetahuan dan perilaku yang kurang baik dalam penggunaan kosmetik perawatan wajah yang aman. Hal tersebut dapat timbul karena adanya faktor lain selain lingkungan sosial, yaitu kepribadian. Menurut Santy (2018) kepribadian dapat juga mempengaruhi pembentukan perilaku seseorang, seperti dalam halnya mengambil suatu keputusan untuk memilih barang atau jasa. Individu tersebut cenderung akan memilih barang atau jasa yang cocok dan sesuai dengan kepribadian mereka.

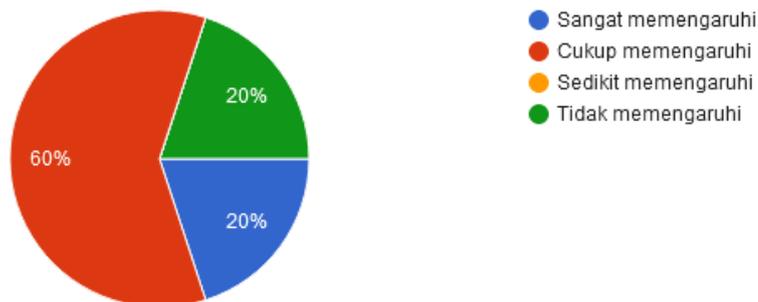
Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kecantikan dapat diperoleh melalui dalam diri, gaya hidup sehat dan menggunakan kosmetik perawatan wajah yang aman, tidak mengandung bahan berbahaya dan berfokus pada fungsi untuk menjaga kebersihan dan kesehatan kulit, mempercantik, serta mengurangi kelainan pada kulit.

Mahasiswa Pendidikan dalam Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga terdiri dari mahasiswa program studi Pendidikan Tata Rias, Pendidikan Tata Boga, Pendidikan Tata Busana, dan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga. Mahasiswa dari Prodi ini kebanyakan terdiri dari remaja putri dengan rentang usia 19-22 tahun yang mewakili sebagai pengguna kosmetik perawatan wajah (*skincare*) dalam kesehariannya. Dimana mahasiswa ini memiliki interaksi sosial dengan lingkungan sekitarnya salah satunya melakukan diskusi atau bertukar informasi tentang berbagai macam kosmetik. Dengan memilih responden dari berbagai jurusan yang berbeda, peneliti dapat memperoleh gambaran keberagaman informasi dalam memilih dan menggunakan kosmetik perawatan wajah yang aman.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pratika (2021) mengenai pengaruh *advertising*, *perceived value*, dan *social influence* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Wardah yang telah memperoleh hasil bahwa *perceived value* dan *social influence* berpengaruh terhadap keputusan memilih dan pembelian kosmetik Wardah dengan nilai rata-rata sebesar 3,62 dari analisis olah data pada 346 responden mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar tahun Angkatan 2017-2020.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Afianti (2018) disebutkan pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumen dalam memilih produk perawatan wajah lokal sebesar 52,5% dan 47,5% lainnya oleh faktor lainnya, seperti faktor kebudayaan, faktor psikologis, dan faktor pribadi. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa perempuan dari Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga dengan rentang usia 19-25 tahun.

Dalam survey awal untuk melihat pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah (*skincare*) yang aman yang dilakukan pada mahasiswa Pendidikan di Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Jakarta sebanyak 10 orang. Berdasarkan hasil survey awal yang telah dilakukan, peneliti memperoleh hasil data 20% dari responden mahasiswa sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial primer (khususnya teman sebaya) dalam perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah, 60% merasa cukup dipengaruhi dari lingkungan sekunder (komunitas dan lingkungan universitas), dan 20% lainnya tidak mendapat pengaruh dari lingkungan sosial dalam perilaku tersebut.



Gambar 1.1 Diagram Survey Awal

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui dan meneliti topik mengenai “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman Dalam Merawat Wajah (Studi Pada Mahasiswa Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2021)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Pengaruh lingkungan sosial dapat mempengaruhi proses pemilihan suatu produk (kosmetik)
2. Faktor sosial dan budaya mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih kosmetik perawatan wajah (skincare)
3. Semakin banyak jenis produk kosmetik perawatan wajah di pasaran berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam mempertimbangkan pemilihan produk kosmetik perawatan wajah.
4. Penggunaan kosmetik dapat menimbulkan efek negatif karena mengandung bahan berbahaya

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini dibatasi pada masalah sejauh mana “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pemilihan Kosmetik Perawatan Wajah Yang Aman)” dan hanya mengkaji bentuk interaksi secara langsung pada lingkungan sosial (keluarga, teman sebaya, lingkungan sekitar rumah, lingkungan universitas dan komunitas kecantikan), tidak mencakup interaksi melalui media sosial dalam pemilihan kosmetik perawatan wajah yang aman. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Angkatan 2021 Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut seberapa besar pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah yang aman (*Studi Pada Mahasiswa Rumpun Ilmu Kesejahteraan Keluarga Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2021*)?

1.5. Kegunaan Hasil Penelitian

Berikut adapun harapan terhadap kegunaan dari hasil penelitian ini :

1. Bagi Peneliti: mengasah peneliti untuk berpikir kritis, memberikan wawasan lebih dalam mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan produk kosmetik perawatan wajah, dan menambah keterampilan peneliti dalam bidang kecantikan.
2. Bagi Mahasiswa: menjadi bahan referensi kepustakaan mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku pemilihan kosmetik perawatan wajah yang aman dalam merawat wajah.
3. Bagi Program Studi Pendidikan Tata Rias: memberikan masukan penting untuk program studi Pendidikan Tata Rias mengenai wawasan dalam memilih kosmetika perawatan wajah yang aman berdasarkan pada pengaruh lingkungan sosial terhadap penggunaan kosmetika wajah yang aman dalam merawat wajah.