

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modernisasi saat ini, banyak laki-laki yang mulai peduli pada penampilannya dengan menggunakan produk *skincare* untuk perawatan diri terutama pada mahasiswa, fenomena ini dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat modern yang sangat peduli pada penampilan mereka (Hanifah dkk, 2021). Pada awalnya penampilan hanya menjadi fokus perempuan, keinginan untuk terlihat cantik dan menarik umumnya dianggap sebagai bagian dari kepribadian perempuan, seiring berjalannya waktu, laki-laki juga semakin memperhatikan penampilan mereka, hal ini tercermin dalam penggunaan parfum, produk *skincare*, dan penggunaan masker wajah (Hanifah, 2012).

Laki-laki yang memerhatikan penampilan biasanya pada usia dewasa awal (Ilhami & Hendrastomo, 2020). Mahasiswa termasuk kelompok usia dewasa awal. Mahasiswa sebagai laki-laki pada umumnya juga memperhatikan penampilannya agar terlihat menarik (Sari, 2016). Laki-laki yang ingin terlihat menarik adalah mereka yang memiliki postur tinggi, kulit wajah bersih, dan berpakaian rapi, menggunakan produk perawatan kulit membuat mereka dianggap peduli terhadap penampilan dengan kulit yang lembut, cerah, dan segar, serta gaya berpenampilan yang rapi dan *stylish* (Ilhami & Hendrastomo, 2020).

Mahasiswa yang merasa puas dengan penampilan fisiknya, khususnya wajah, akan lebih menghargai diri mereka sendiri, bersyukur atas apa yang telah mereka miliki, dan merasa lebih percaya diri, mereka akan berusaha menjaga

kesehatan dan penampilan fisik mereka dengan baik dengan cara menggunakan *skincare*, hal ini dapat membantu mereka memiliki citra diri yang positif (Fachruniza, 2018). *Skincare* yang digunakan dengan cara yang tepat dan tidak berlebihan diklaim akan menunjukkan hasil yang maksimal yang sesuai dengan keinginan mahasiswa (Fachruniza, 2018).

Berdasarkan pendapat dari Elianti & Pinasti (2018) penggunaan produk *skincare* oleh laki-laki umumnya bertujuan untuk meningkatkan penampilan, merawat wajah dan tubuh dengan berbagai macam produk *skincare*. Gaya hidup laki-laki yang semakin modern membuat mereka mengikuti segala perkembangan yang ada termasuk dalam merawat diri, tidak hanya wajah, tubuh juga perlu dirawat karena merawat diri salah satu bentuk seseorang menerima dirinya apa adanya (Elianti & Pinasti, 2018).

Ayu (2022) mengatakan bahwa tampilan fisik terutama wajah adalah bagian yang mudah dinilai oleh diri sendiri dan orang lain, ini dapat memengaruhi rasa percaya diri pada laki-laki, dan tidak jarang ada laki-laki yang merasa kurang yakin dengan penampilannya karena kulit wajahnya bermasalah, seperti jerawat. Hal tersebut dapat membuat individu memiliki citra diri negatif dikarenakan penampilan diri yang berbeda dengan sekitarnya membuat individu merasa tidak mampu dan rendah diri sehingga menumbuhkan pribadi sosial yang buruk (Ayu, 2022). Untuk mencegah adanya kulit wajah yang bermasalah, banyak laki-laki yang melakukan perawatan seperti penggunaan produk *skincare*.

Menurut salah satu survei yang dilakukan pada Juni 2021, perawatan tubuh dan wajah pria meningkat, hal ini terlihat dari peningkatan pembelian

produk *skincare* khusus pria di Indonesia, industri *skincare* pria diperkirakan naik 4% saat pandemi COVID-19, banyak pria yang selama pandemi bekerja dan kuliah dari rumah, dan memiliki lebih banyak waktu untuk merawat diri (Dianawanti, 2021), termasuk mahasiswa. Mahasiswa yang mendapatkan dukungan finansial seperti beasiswa juga memanfaatkan dana yang diterima untuk keperluan kuliah dan kebutuhan pribadi mereka (Faikah dkk, 2019) termasuk untuk membeli *skincare*.

Beasiswa adalah bantuan keuangan yang diberikan kepada perseorangan yang bertujuan untuk dapat digunakan bagi keberlangsungan pendidikan yang ditempuh. (Hadijah, 2016). Program beasiswa umumnya diselenggarakan oleh pemerintah untuk mendorong semangat belajar dan prestasi calon mahasiswa, terutama yang berasal dari keluarga kurang mampu, serta untuk memastikan bahwa mahasiswa dapat menyelesaikan studi mereka dengan sukses sesuai jadwal yang telah ditentukan, dan diharapkan agar mahasiswa mampu mengatur keuangan dengan baik sehingga tercukupi segala kebutuhannya (Hadijah, 2016).

Pada wawancara awal yang peneliti lakukan pada ketiga subjek mahasiswa penerima beasiswa yang menggunakan *skincare* menyatakan bahwa:

“Saya merasa pas udah pakek skincare itu kayak jadi salah satu cara saya untuk menjaga tubuh saya. Pas kulit saya terlihat baik, saya merasa kayak lebih percaya diri dalam bergaul dengan orang. Itu membantu saya merasa lebih baik tentang diri saya. Saya sadar kalau ada beberapa produk skincare bisa cukup mahal, tapi kalau di liat-liat produknya itu bertahan berbulan-bulan jadi worth it untuk dibeli. Terus juga pas saya tau kalau saya merawat diri saya dengan baik dan benar, itu memberi saya perasaan positif tentang diri saya. Saya litany kayak bagian dari rutinitas perawatan diri saya yang penting, sama kayak berolahraga atau menjaga pola makan yang sehat”. (Subjek AS).

“Penting buat saya untuk merawat diri karena saya percaya kalau punya kulit yang sehat dan terawat itu bisa membantu rasa percaya diri saya meningkat, saat kulit saya terasa baik saya lebih nyaman dan saya juga ingin terlihat baik dimanapun saya berada. Saya juga pernah menggunakan uang beasiswa yang saya terima buat beli skincare karena saya merasa kalau skincare itu bisa mengatasi permasalahan kulit saya yang buat saya tidak percaya diri pas ketemu orang baru” (Subjek MH).

“Awalnya saya merasa kalau kulit saya perlu banyak perhatian, ada beberapa kawan saya sudah mulai pakai produk skincare dan yang saya liat ada perubahan positif yang di kulit mereka, saya pengen juga rasain manfaat yang sama karena kulit saya yang banyak kemerahan dan sensitif. Karena produk skincare yang saya gunakan lumayan menguras dompet, terkadang saya merestok produk saat uang beasiswa cair agar tidak memberatkan saat skincare habis. Saya melakukan hal itu karena skincare dapat membantu merasa percaya diri saat bersosialisasi”. (Subjek MF).

Berdasarkan hal di atas dapat disimpulkan bahwa ketiga mahasiswa laki-laki tersebut ada satu hal yang mengikat mereka secara keseluruhan yaitu mereka sangat suka menggunakan produk *skincare* untuk membentuk citra diri mereka, dari hasil wawancara didapatkan bahwa mereka cenderung menghabiskan banyak uang termasuk uang beasiswa untuk membeli produk *skincare*. Mereka bersedia membelanjakan banyak uangnya hanya untuk membeli produk *skincare* dibanding dengan produk atau barang lainnya, seperti membeli makanan, minuman dan juga buku perkuliahannya.

Selain itu, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa mahasiswa tersebut memiliki pandangan yang positif terkait citra dirinya setelah perawatan kulit dengan produk *skincare*. Mahasiswa tersebut juga memahami produk apa yang di butuhkan oleh kulitnya sehingga membuat masalah kulitnya teratasi dengan baik. Mereka mengalami perubahan yang signifikan dalam pandangan dirinya seperti menjadi lebih percaya diri, menerima diri, dan pandangan lebih baik terhadap

fisiknya. Menurut mereka produk *skincare* adalah langkah penting dalam merawat diri dan meningkatkan kualitas hidupnya.

Membangun citra diri sangatlah penting untuk dilakukan, karena citra diri merupakan salah satu unsur penting untuk menunjukkan siapa diri kita sebenarnya (Maltz, 1996). Citra diri seseorang terbentuk melalui pengalaman masa lalu, keberhasilan dan kegagalan, pengetahuan yang dimilikinya, dan evaluasi obyektif dari orang lain (Maltz, 1996). Citra diri adalah pandangan seseorang terhadap tubuhnya, baik yang disadari maupun tidak disadari, pandangan ini meliputi cara seseorang melihat dan merasa tentang ukuran, bentuk, serta fungsi penampilan dan potensi tubuhnya, baik dalam waktu sekarang maupun masa lalu (Widiyatun, 1999).

Citra diri yang positif dapat mendukung pandangan optimis terhadap masa depan, hal ini menunjukkan bahwa citra diri yang positif tercermin dalam motivasi yang kuat, tujuan yang jelas, optimisme terhadap perbaikan hidup, dan segera bangkit dari kegagalan (Ramadhani & Putrianti, 2017). Penampilan merupakan sesuatu yang terlihat dari seorang individu sehingga akan terlihat jelas bagaimana warna kulit, kondisi wajah, model rambut yang dimiliki, tinggi badan dan bahkan cantik atau tampan juga dapat diketahui secara kasat mata (Fristy, 2012).

Menurut Yuliani (2013) apabila memiliki penampilan yang baik dan juga ideal maka hal tersebut dapat memunculkan daya tarik bagi orang-orang di sekitar yang melihatnya. Sedangkan apabila memiliki citra diri yang negatif justru akan membuat pria yang juga sedang mengalami masa peralihan memiliki penilaian

yang negatif pula akan penampilan fisiknya yang kurang ideal menurut lingkungan di sekitarnya (Yuliani, 2013).

Hal ini menunjukkan bahwa citra diri yang positif ditandai dengan rasa percaya diri, mudah berhubungan dengan orang lain, menerima hal-hal tentang dirinya apa adanya dengan kelebihan dan kekurangannya serta belajar memikirkannya secara positif (Winati, 2020). Sedangkan citra diri negatif ditandai dengan rendah diri, sulit berhubungan dengan orang lain, sering membandingkan diri dengan orang lain dan tidak bisa menerima dirinya (Winati, 2020). Jika seorang pria memiliki citra diri negatif terkait penampilan wajahnya, itu dapat berdampak pada emosi, persepsi, pemikiran, dan perasaannya (Winati, 2020).

Penelitian ini dilatarbelakangi pada dua penelitian terdahulu mengenai citra diri pria yang merawat diri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anam dkk (2020) bahwa citra diri mempengaruhi motivasi penggunaan *skincare* pada pria. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2019) bahwa citra diri remaja laki-laki pada umumnya memiliki citra diri yang positif. Berbeda dengan penelitian sebelumnya menggunakan pria secara umum, penelitian ini menggunakan mahasiswa laki-laki yang menerima beasiswa yang mana uang beasiswa tersebut seharusnya mereka gunakan untuk biaya hidup dan pendidikan namun mereka menggunakan uang tersebut untuk membeli *skincare*.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini berjudul “Gambaran Citra Diri Mahasiswa Laki-Laki Pengguna *Skincare*”

1. Keaslian Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2019) dengan judul ”*Self Image of Male Adolescents Who Does Face Treatment Routinely at Skincare Clinic in Yogyakarta*”. Metodologi yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Peneliti terdahulu menggunakan tiga remaja laki-laki yang melakukan perawatan wajah secara rutin di klinik perawatan kulit di Yogyakarta sebagai subjek dalam penelitian tersebut. Hasil data kualitatif diperoleh dengan cara wawancara mendalam dan observasi. Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa citra diri remaja laki-laki pada umumnya adalah citra diri yang positif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah subjek yaitu mahasiswa laki-laki yang menggunakan *skincare* yang berdomisili di Lhokseumawe, dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Zahra & Yenny (2022) dengan judul “Representasi Citra Diri Pria dalam Iklan *MS Glow for Men* Versi Marshel Widiyanto x Babe Cabiita”. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif *interpretative* yang melakukan pengumpulan data melalui pengamatan yang lebih dalam pada iklan *MS Glow Men* tersebut. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam scene Iklan *MS Glow for Men* “versi Marshel Widiyanto dan Babe Cabiita” ini merepresentasikan seorang pria yang memiliki citra diri yang menyenangkan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu subjek berupa mahasiswa laki-

laki yang menggunakan *skincare* yang berdomisili di Lhokseumawe, dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Savira (2021) yang berjudul “Gambaran Citra Diri Fanboy Kpop (Sebuah Studi Kasus Pada Penggemar Laki Laki Musik Korea dalam Komunitas *Fandom*)”. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian menggunakan lima orang pada beberapa komunitas *fandom* di Surabaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *fandom* sebagai komunitas penggemar memberikan lingkungan yang positif untuk fanboy sehingga mereka merasa lebih nyaman dan bisa mengekspresikan diri sesuai dengan citra diri yang dimilikinya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah subjek berupa mahasiswa laki-laki yang menggunakan *skincare* yang berdomisili di Lhokseumawe, dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Irawan dan Widjaja (2011) yang berjudul “Pengembangan Model Perilaku Konsumen Pria Dalam Membeli Produk Perawatan Kulit (*Skin Care*) Di Indonesia”. Metodologi yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan Model *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang telah dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein digunakan sebagai kerangka dasar teoritis dalam penelitian tersebut, serta dilakukan modifikasi dengan menambahkan variabel keyakinan terhadap produk, efek penuaan, perhatian terhadap kesehatan, dan citra diri. Penelitian tersebut digunakan kepada pria berumur 20-44 tahun di Jakarta dengan menggunakan *convenience sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian dan intensi membeli pria Indonesia lebih dikarenakan sikap atau faktor personal, tanpa adanya pengaruh normatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah subjek berupa mahasiswa laki-laki yang menggunakan *skincare* yang berdomisili di Lhokseumawe dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

Penelitian yang dilakukan oleh Anam dkk (2020) yang berjudul “Motivasi Penggunaan *Skincare* Ditinjau dari *Self-Image* pada Pria di Yogyakarta”. Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang menggunakan metode korelasional. Peneliti terdahulu menggunakan pria pengguna *skincare* yang berusia sekitar 18-40 tahun yang berdomisili di Yogyakarta. Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel *self-image* mempengaruhi motivasi penggunaan *skincare* pada pria di Yogyakarta sebesar 13,1%. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi penggunaan *skincare* pada pria di Yogyakarta sebesar 86,9%. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah subjek berupa mahasiswa laki-laki yang menggunakan *skincare* yang berdomisili di Lhokseumawe, dan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana gambaran citra diri mahasiswa laki-laki penerima beasiswa yang menggunakan *skincare* dilihat dari aspek-aspeknya?

2. Apa saja faktor yang mempengaruhi citra diri mahasiswa laki-laki penerima beasiswa yang menggunakan *skincare*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran citra diri mahasiswa laki-laki penerima beasiswa yang menggunakan *skincare*.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi citra diri mahasiswa laki-laki penerima beasiswa yang menggunakan *skincare*.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan oleh peneliti yaitu:

- a. Penelitian ini dapat menambah kepustakaan yang berhubungan dengan bidang ilmu psikologi khususnya psikologi sosial dan dapat menjadi acuan kepada penelitian selanjutnya bagi para peneliti yang tertarik dengan pembahasan yang sama.
- b. Dapat menjadi kajian baru dan juga menambah pengetahuan mengenai citra diri pada mahasiswa laki-laki penerima beasiswa yang menggunakan *skincare*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan oleh peneliti yaitu:

- a. Bagi Mahasiswa Laki-laki Penerima Beasiswa yang Menggunakan *Skincare*

Penelitian ini diharapkan dapat memungkinkan mahasiswa laki-laki untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait mengapa produk *skincare* penting dan bagaimana produk tersebut memengaruhi citra dirinya.

- b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membuka pandangan atau paradigma mengenai laki-laki pengguna *skincare* di pusat-pusat perawatan diri, sehingga lebih memahami motivasi dan dorongan-dorongan sebenarnya yang menjadi latar belakang mengapa para laki-laki melakukan perawatan diri sehingga bisa menjadi salah satu bahan pertimbangan sebelum memberikan penilaian tertentu kepada laki-laki yang melakukan perawatan diri.