

KONSEP DIRI PECINTA MAKE UP KOREA

(Studi Fenomenologi Konsep Diri Mahasiswa Pecinta Make Up Korea)

Mayang Riyantie

Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957

Surel: namanya.mayang@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini berjudul *Konsep Diri Pecinta Make up korea (Studi Fenomenologi Konsep diri Mahasiswa pecinta make up korea)*. Rumusan masalahnya adalah bagaimana *Konsep diri mahasiswa pecinta make up korea* dan bagaimana makna *make up* bagi mahasiswa. Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian Fenomenologi. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara mendalam, observasi lapangan, studi literatur dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki konsep diri positif yaitu, mahasiswa dapat menyikapi role model hanya sebatas mengikuti gaya *make up* mereka dan sebagai motivasi diri dengan mengambil hal-hal positif tanpa mencoba menjadi orang lain. Informan pun bisa membedakan antara realita dan hobi mereka. Mahasiswa *pecinta make up Korea* memaknai *make up* dengan beragam, ada yang memaknai *make up* sebagai alat untuk menggambarkan diri mereka menggunakan *make up* juga dapat memberikan kepercayaan diri lebih kepada mereka, *make up* dapat mempertegas struktur wajah, lalu *make up* juga membantu penampilan mereka agar jauh dari kesan 'cuek' dan *make up* juga dapat membantu mereka agar dapat memancarkan diri mereka, dengan kata lain *make up* dapat memberikan 'power' kepada seorang wanita.

Kata Kunci: *Make up Korea, Konsep Diri, Studi Fenomenologi*

Abstract: *This research is entitled Self-Concept of Korean Make-Up Lovers (phenomenology study of self-concept of Korean make-up lovers). The formulation of the problem is about how the students' self-concept of Korean makeup lovers and how the meaning of makeup for students. The research approach uses a qualitative approach to the type of phenomenological research. The data collection in this research uses in-depth interview techniques, field observations, literature studies and documentation. Based on the results of the study, it can be concluded that students have a positive self-concept, that is, students can respond to role models but only following their make-up style and as self-motivation by taking positive things without trying to be someone else. Informants can also distinguish between reality and their hobbies. Korean makeup lovers students interpret make up as a tool to describe themselves and it can also give them more confidence. Besides, make up can also emphasize the structure of the face, help their appearance to look "indifferent" and to radiate themselves. In other words, make up can give power to a woman.*

Keywords : *Korean Make Up, Self-Concept, Phenomenology study.*

1. PENDAHULUAN

Make up merupakan salah satu jenis komunikasi non verbal dengan menggunakan objek yaitu kosmetik yang digunakan. Orang dengan tata rias tertentu ingin mengomunikasikan atau mengekspresikan seperti apa dirinya kepada orang lain melalui riasannya. Tata rias wajah atau *make up* adalah kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli sebenarnya dengan bantuan bahan dan alat kosmetik. Istilah *make up* lebih sering ditujukan kepada perubahan bentuk wajah. Komunikasi non verbal dengan *make up* adalah komunikasi non verbal berbentuk artifaktual. Simbol artifaktual disini berguna untuk mengungkapkan pesan maupun menampilkan citra diri melalui kosmetik.

Perkembangan pola pikir dan budaya dalam masyarakat yang sadar akan pentingnya penampilan luar, mendorong penggunaan dan perkembangan *make up* semakin marak. Sejak 1990 produk kosmetik asal Perancis seperti L'Oréal menguasai industri kosmetik dunia, namun sejak maraknya *girlband* dan *boyband* asal Korea Selatan, industri kosmetik asal Korea Selatan ini mulai menggeser kedudukan Perancis. Korea Selatan dikenal sangat berinovasi dengan kosmetik, perawatan kulit, dan teknologi penunjang kecantikan lainnya.

Diawali dengan keluhan masalah kulit dan obsesi masyarakat Korea Selatan dengan kulit yang sempurna, mereka rela menggunakan lebih dari 10 sampai 12 *step* perawatan wajah setiap harinya demi memiliki wajah yang mereka idamkan. Keadaan tersebutlah yang mengawali para pelaku bisnis kecantikan di Korea Selatan mulai.

Di Indonesia, fenomena kecantikan Korea Selatan masuk bersamaan dengan fenomena *Hallyu Wave*. *Hallyu Wave* atau *Korean Wave* adalah istilah yang

menggambarkan bagaimana pengaruh budaya Korea Selatan yang mempengaruhi budaya negara-negara lain.

Sebenarnya sudah sejak 10 tahun lalu, banyak *brand* kosmetik Korea Selatan masuk ke Indonesia, namun baru pada tahun 2012 tepatnya saat *Hallyu Wave* mulai tersebar di Indonesia, kosmetik asal Korea Selatan juga lebih diminati oleh masyarakat Indonesia. Mereka dengan mudah masuk ke industri kosmetik di Indonesia dengan menjanjikan kecantikan layaknya para artis Korea. Salah satu media promosi produk kecantikan asal Korea Selatan adalah melalui *K-Drama*(*Korean Drama*).

Seperti yang kita tahu, sebelum *trendmake up* Korea muncul di Indonesia, *trendmake up* barat dengan ciri khas *make up* tebal dan berani sempat menjadi favorit wanita Indonesia. Namun dengan adanya fenomena *K-Beauty* menjadikan *trendmake up* di Indonesia mengalami pergeseran. Banyak yang lebih menyukai *make up* Korea karena dinilai lebih terkesan alami dan lebih ringan.

Salah satu pecinta *make up* Korea di Indonesia adalah mahasiswa. Rata-rata, mahasiswa yang menyukai hal-hal berhubungan dengan Korea. *Trendmake up* terkenal adalah "*Make Up, No Make Up*". Riasan ini terkenal karena hasilnya terlihat alami seperti tidak menggunakan riasan, namun kekurangan di wajah bisa tertutupi dengan *make up* yang digunakan. *Trend* ini cukup banyak diminati oleh mahasiswa terutama mereka yang baru belajar menggunakan *make up* atau yang tidak menyukai *make up* tebal. Biasanya mahasiswa pecinta *make up* Korea mendapat referensi dari video Youtube, mengikuti acara-acara bertemakan *make up* Korea atau melihat riasan artis dalam sebuah drama bertema kampus.

Mereka mengadopsi cara *make up* dan berpakaian seperti orang Korea, demi kepuasan pribadi dan pendukung kepercayaan diri mereka. Dalam perjalanannya

mahasiswa yang menyukai make up korea, mulai terbentuk adalah konsep diri. Bagi orang-orang dengan kesukaan tertentu, konsep diri akan dipengaruhi oleh preferensi mereka. Karena konsep diri adalah pandangan kita mengenai diri kita, yang didapat melalui informasi orang lain kepada kita, dan hanya bisa terbentuk melalui interaksi dengan kelompok-kelompok social.

Brooks dan Emmert, dalam Jalaluddin Rahmat (2007: 105), mengungkapkan bahwa terdapat perbedaan karakteristik seseorang dengan konsep diri positif dan seseorang dengan konsep diri negative. Konsep diri merupakan keyakinan, pandangan, atau penilaian terhadap dirinya yang terbagi menjadi konsep diri negatif dan positif. Konsep diri negatif yaitu mereka yang sering merasa tidak percaya diri, tidak berani mencoba hal-hal baru, tidak berani mencoba hal yang menantang, takut gagal, merasa dirinya bodoh, rendah diri, merasa tidak berharga, merasa tidak layak untuk sukses, pesimis, dan masih banyak perilaku *inferior* lainnya. Individu dengan konsep diri yang negatif akan mengalami kesulitan dalam penyesuaian diri dengan lingkungan sosial, sedangkan konsep pribadi yang positif selalu optimis, berani mencoba hal-hal baru, percaya diri, antusias, merasa dirinya berharga, berani menetapkan tujuan hidup, bersikap dan berpikir positif, dan dapat menjadi seorang pemimpin yang handal.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji dalam sebuah penelitian dengan judul “Konsep Diri Mahasiswa Pecinta *Make Up Korea* (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa di Jakarta).

Adapun pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana konsep diri mahasiswa pecinta make up korea? Dan bagaimana makna make up bagi mahasiswa?

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, karena penelitian ini tidak bisa diperoleh dari data yang bersifat statistik melainkan membutuhkan data yang diambil melalui wawancara secara mendalam.

Moleong, dalam Haris Herdiansyah (2010: 9), mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian ilmiah, yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks *social* secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Fenomenologi. Pada dasarnya fenomenologi adalah suatu tradisi pengkajian yang digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia.

Littlejohn (2011: 37) mengatakan bahwa fenomenologi adalah suatu tradisi untuk mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam konteks ini ada asumsi bahwa manusia aktif memahami dunia disekelilingnya sebagai sebuah pengalaman hidupnya dan aktif menginterpretasikan pengalaman tersebut. Penggunaan metode fenomenologis berguna memberikan pemahaman dari pengalaman subyektif atas fenomena *make up* Korea Selatan yang sedang trend sehingga akan membentuk konsep diri mahasiswa pecinta *make up* Korea.

Teknik penentuan *key informan* dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Sugiyono (2013: 218).

Dalam hal ini informan kuncinya berjumlah 4 orang mahasiswa yang berada di Jakarta. Pertimbangan lain bagi peneliti memilih informan tersebut adalah adanya kriteria yang memenuhi, seperti informan mengetahui *trendmake up* Korea, menerapkan teknik *make up* Korea, menggunakan produk kosmetik atau *skincare* Korea, memiliki *role model* yang merupakan artis Korea. Untuk pengumpulan datanya sendiri, diambil menggunakan beberapa teknik, seperti teknik wawancara mendalam, observasi, studi literatur dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. (Elvinaro Ardianto, 2010: 178). Peneliti melakukan observasi secara langsung terhadap objek yang diobservasikan. Pengamatan tidak menggunakan “media-media transparan.” Peneliti secara langsung melihat atau mengamati apa yang terjadi pada objek penelitian. (Elvinaro Ardianto, 2010: 165).

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2013: 240). Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini difokuskan pada beberapa mahasiswa yang berada di Jakarta yang menyukai *K-Beauty* tanpa batasan usia dan batasan program studi tertentu. Sebelum merebaknya fenomena *K-Beauty*, fenomena *K-Pop* lebih dahulu dikenal di Indonesia. Keberhasilan Korea Selatan dengan *K-Pop* nya, turut memperkenalkan

budaya mereka ke seluruh dunia. Fenomena produk budaya produksi Korea Selatan ini hadir dalam bentuk yang sangat bervariasi. Mulai dari musik, drama, produk kecantikan, film, *modern art*, teater, hingga makanan.

Dilansir dari portal online *Okezone*, di antara sekian banyak produk budaya yang ditawarkan, ada empat pilar utama penyebaran *Hallyu Wave*, yaitu musik atau *K-Pop*, drama atau *K-Drama*, film, dan *K-Beauty*. Dari keempatnya, musik menjadi produk budaya yang mengalami pertumbuhan paling signifikan di abad ke 21 ini. *K-Pop* meliputi *dance-pop*, *pop ballads*, *techno*, *rock*, *hip-hop*, *R&B*, dan masih banyak lainnya.

Sebagai seorang *K-Poppers* ada banyak hal yang menjadi ciri khas mereka, yang mudah sekali terlihat adalah penampilan, mulai dari *style fashion* yang seperti *trend* di Korea, *make up* mereka juga yang menunjukkan identitas mereka sebagai seorang pecinta *Korean Pop*, atau dalam ilmu komunikasi, ini merupakan jenis komunikasi non verbal, karena dengan pakaian atau aksesoris dan riasan, sebenarnya mereka sedang berkomunikasi dengan sesama pecinta Korea.

Komunikasi nonverbal menurut Deddy Mulyana adalah komunikasi yang menggunakan pesan-pesan nonverbal seperti, isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah dan kontak mata, penggunaan objek seperti pakaian, potongan rambut, dan sebagainya, simbol-simbol, serta cara berbicara seperti intonasi, penekanan, kualitas suara, gaya emosi, dan gaya berbicara. (Deddy Mulyana, 2012: 391) Ciri khas pakaian mereka tersebut merupakan pesan artifaktual. Menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya, pesan artifaktual dari pakaian yang kita gunakan dapat menyampaikan identitas kita, untuk mengungkapkan kepada orang lain siapa kita. (Jalaluddin Rakhmat, 2011: 285).

Awal ketertarikan informan pada *K-Pop* dan *K-Beauty* biasanya berawal dari teman, atau melalui media massa seperti tv dan internet yaitu video *Youtube* dan *Instagram*, seperti yang dikatakan oleh Informan Firda :

“Awal suka, karena melihat teman suka dengan Korea, lalu saya menjadi tertarik dan ikut menonton video musik atau drama Korea”.

Informan Dinda juga mengatakan hal serupa :

“Awal saya suka K-Beauty, dari video Youtube yang saya sering saya tonton dan terpengaruh saudara saya yang juga suka dengan K-Beauty, setelah itu saya jadi muncul ketertarikan lebih pada K-Beauty dan Korean Pop”.

Informan Rahma juga mengungkapkan awal tertarik dengan *K-Pop* dan *K-Beauty* karena dipengaruhi oleh teman-teman semasa sekolah :

“Saya suka K-Pop karena dipengaruhi oleh teman saya sewaktu saya Sekolah Menengah Pertama, sampai akhirnya saya memperhatikan dan tertarik juga”.

Informan Syiva juga mengatakan ia memulai kesukaannya pada *K-Pop* dan *K-Beauty* berasal dari teman dan media massa :

“Saya tahu K-Pop dari teman saya, tetapi saya mulai tertarik dari Korean Drama yang saya tonton”.

Cara bagaimana para informan tertarik dengan *K-Pop*, *K-Beauty* melalui teman atau media massa seperti tv, dan media sosial *Instagram*, *Youtube* atau *Facebook*, kemudian mereka memiliki *role model*, sampai masing-masing dari informan mengikuti artis tersebut, merupakan sebuah contoh dari teori pembelajaran sosial atau *social learning theory* yang dipopulerkan Albert Bandura.

Teori ini belajar dengan mengamati perilaku orang lain. Dasar pemikirannya adalah belajar dengan cara mengamati perilaku individu. Sebagian perilaku individu diperoleh sebagai hasil belajar melalui pengamatan (*observation*) atas tingkahlaku (*modelling*) yang ditampilkan oleh orang lain yang disajikan sebagai model. Menurut Bandura, teori *modelling* ini sangat kuat dalam menjelaskan proses belajar individu

yang didapat dari media massa dan telah digunakan secara luas untuk memahami pengaruh media massa.

Menurut Bandura, dalam Slavin, (2008: 204), mengamati model dan mengulangi perilaku yang dilakukan oleh model bukanlah sekedar imitasi sederhana; pembelajaran observasi juga melibatkan proses kognitif aktif yang meliputi empat fase belajar, yaitu *attention* (perhatian), *retensi* (mengingat), reproduksi gerak, motivasi.

Pada tahap *attention*, seseorang yang bisa disebut dengan pengamat, akan memberikan perhatian pada model yang akan ditirunya. Setelah para informan memperhatikan, muncullah ketertarikan sehingga akhirnya mereka akan mengingat apa yang sudah mereka lihat sebelumnya. Pada tahapan ini, pengamat menyimpan tingkah laku model yang telah diamati di dalam ingatannya, karena tingkah laku tersebut harus bisa diingat kembali. Ketika mereka melihat referensi foto, atau video dari *role model* mereka, maka mereka akan mengingat apa yang dilakukan model tersebut, mulai dari bagaimana model melakukan perawatan wajah, sampai bagaimana mereka merias wajah mereka.

Informan Syiva mengatakan :

“Saya membutuhkan bantuan video yang saya download agar saya tidak lupa dengan tutorial make up yang diajarkan”.

Hal serupa juga dikatakan oleh Informan Firda :

“Saya biasanya menyimpan video yang saya download ke laptop jadi bisa kapan saja saya tonton dan untuk belajar juga, kesulitan tidak ada karena saya suka”.

Informan Rahma juga mengungkapkan hal yang sama :

“Biasanya saya akan download video tersebut secara offline agar bisa saya tonton sewaktu-waktu”.

Jika para informan telah melewati tahap mengingat atau *retensi*, maka mereka akan masuk kedalam fase selanjutnya yaitu reproduksi gerak. Pada fase ini, pengamat

mencoba untuk menirukan atau mempraktikkan ulang perilaku model yang diamatinya, yang dalam hal ini adalah menirukan *make up* Korea.

Setelah mereka mengamati bagaimana model yang ditirunya menggunakan *make up*, tahapan selanjutnya mereka mulai menerapkan cara *make up* yang dilakukan oleh model, keempat informanpun secara kompak menjawab mereka akan langsung mencoba setelah menonton video tutorial, *make up* :

“Biasanya setelah saya menonton tutorial make up Korea, saya akan langsung mencobanya agar saya tidak lupa cara-caranya.”

Namun, mereka bukan termasuk yang menggunakan keseluruhan produk *make up*nya dari Korea, mereka lebih banyak menggunakan produk lokal dikarenakan beberapa alasan. Meskipun begitu, mereka termasuk yang aktif menerapkan tutorial *make up* yang mereka tonton, seperti yang dikatakan Informan Syiva :

“Saya suka mencoba langsung setelah menonton video tutorial, meskipun tidak menggunakan produk atau merek yang sama seperti di video”.

Informan Rahma juga mengatakan hal serupa :

“Saya langsung coba agar tidak lupa dengan apa yang saya pelajari dari video”.

Sedangkan bagi Informan Dinda, dia biasa mencoba pada seorang model, karena profesinya sebagai perias, dia juga membutuhkan inspirasi :

“Saya biasanya langsung mencoba tetapi bukan kepada saya, biasanya saya meminta bantuan teman atau mencoba pada teman saya”.

Jadi, para informan kompak mengatakan bahwa setelah mereka menonton video tutorial *make up* mereka akan langsung mencobanya agar mereka tidak lupa bagaimana cara yang diajarkan pada video tutorial tersebut, meskipun mereka memiliki kendala produk yang mereka miliki tidak sama seperti yang ada di video tutorial.

Tahap selanjutnya dari teori belajar sosial Bandura adalah motivasi. Dikatakan pada tahap motivasi ini, ketika pengamat mendapatkan *feedback* atau tanggapan positif dari sekitar maka ia akan cenderung meneruskannya, sehubungan dengan teori ini dari

yang sudah dikatakan oleh informan mengenai tanggapan mereka tentang pro kontra terbukti mereka cenderung mengikuti kata hati mereka, mengikuti apa yang menurut mereka benar atau kesukaan mereka tanpa memperdulikan orang lain, selama mereka juga tidak merugikan orang sekitar dengan kesukaannya pada *K-Beauty*, seperti yang dikatakan informan Syiva :

“Perasaan saya juga nyaman saja, meskipun tidak mendapat dukungan dari teman, karena kebanyakan dari mereka juga cuek saja”.

Hal serupa juga diungkapkan Informan Firda, ia mengaku tidak peduli selama yang dilakukan tidak merugikan orang lain :

“Saya tidak terlalu peduli dengan pendapat orang tentang kegemaran saya ini, meskipun sampai harus dihina atau semacamnya, karena menurut saya tidak merugikan mereka juga”.

Menjadi seorang *K-Poppers* dan *K-Beauty Lovers*, pasti banyak mendapatkan tanggapan yang berbeda dari lingkungan. Banyak tanggapan baik dan juga buruk, namun kebanyakan dari mereka biasanya hanya mengabaikan saja tanggapan yang negatif.

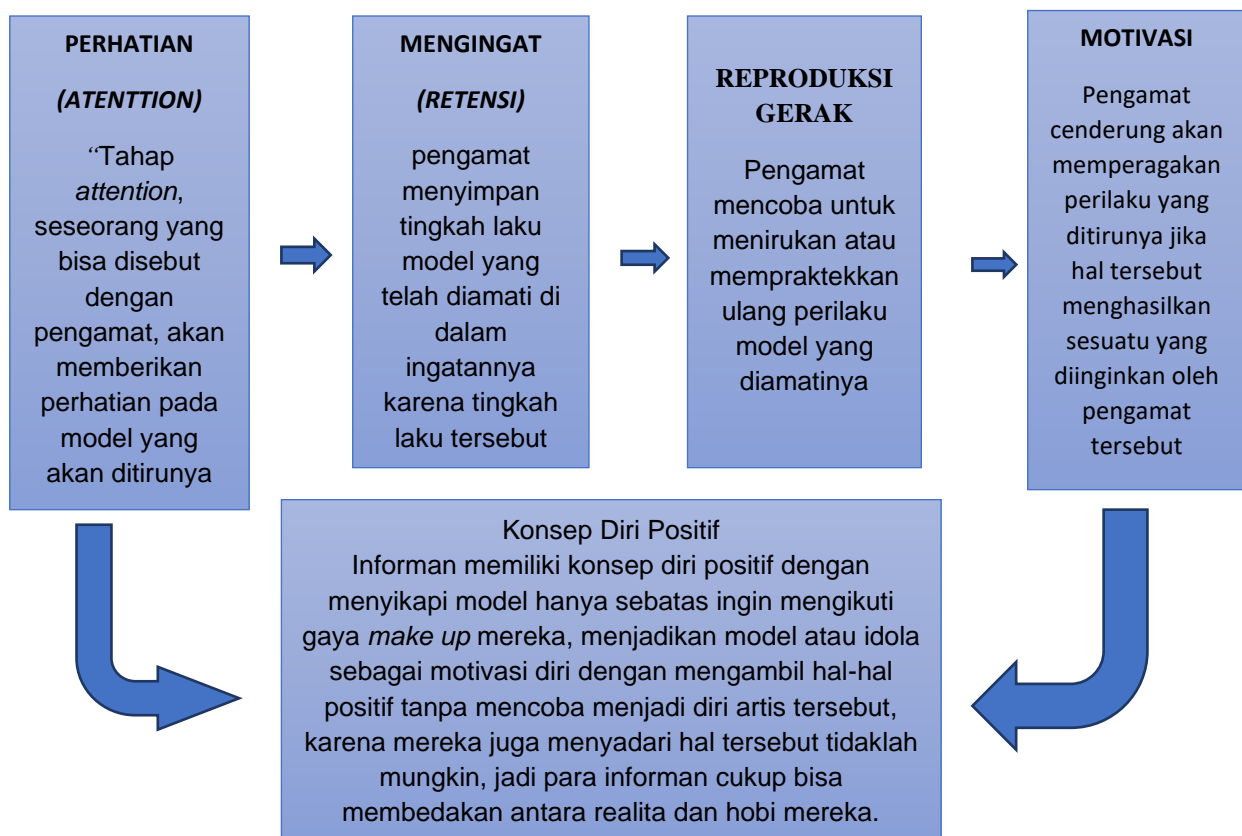
Dengan ini terbukti bahwa para informan memiliki ciri konsep diri positif menurut William D.Brooks, dalam Jalaluddin Rakhmat (2007: 105), yaitu dia menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan serta pandangan masing-masing yang harus saling dihargai, seperti opini yang dikatakan Informan Syiva dan Firda.

Jadi, pada dasarnya para informan menyukai *K-Pop* dan *K-Beauty* dimulai tanpa adanya paksaan atau penguatan, tanpa adanya pikiran negatif yang memberatkan mereka suatu hari nanti.

Korean Pop menjadi sebuah fenomena yang tidak hanya mempengaruhi budaya, seperti musik, film, *style*, *make up*, tetapi juga gaya hidup, berperilaku seperti cara

bicara juga bisa diadopsi oleh penggemar Korea, mudah sekali saat ini kita menjumpai orang-orang yang ter*influence* oleh budaya Korea dalam hal-hal yang sudah disebutkan, terutama banyak kita jumpai di media sosial, ataupun unggahan video di *Youtube* dari penggemar *Korean Pop*. Biasanya, mereka akan memiliki ciri khas yang mudah dikenali dan berbeda dari yang lainnya, namun bagaimana para informan menyikapi *K-Beauty*, apakah mereka termasuk yang mengikuti *role model* secara keseluruhan mulai penampilan sampai sifatnya.

Dari wawancara yang telah dilakukan terbukti bahwa keempat informan memiliki konsep diri positif dengan menyikapi model hanya sebatas ingin mengikuti gaya *make up* mereka, menjadikan model atau idola sebagai motivasi diri dengan mengambil hal-hal positif tanpa mencoba menjadi diri artis tersebut, karena mereka juga menyadari hal tersebut tidaklah mungkin, jadi para informan cukup bisa membedakan antara realita dan hobi mereka.



Gambar 1. Konsep diri Mahasiswa pecinta Make Up Korea

Make up merupakan kebutuhan bagi setiap orang tidak hanya kaum hawa, karenanya *make up* juga dimaknai berbeda bagi setiap orang, jika ditinjau menurut fungsinya, maka *make up* akan dimaknai sebagai kebutuhan. Menurut Korichi, Pelle-de-Queral, Gazano, dan Aubert (2008) yang dilansir dalam website Universitas Surabaya, *make up* secara psikologis memiliki dua fungsi yaitu, fungsi *seduction* dan *camouflage*. Fungsi *seduction* artinya individu menggunakan *make up* untuk meningkatkan penampilan diri. Umumnya individu yang menggunakan *make up* untuk fungsi *seduction* merasa bahwa dirinya menarik dan menggunakan *make up* untuk membuat lebih menarik. Fungsi *camouflage* artinya individu menggunakan *make up* untuk menutupi kekurangan diri secara fisik.

Para informan juga memiliki pandangan berbeda mengenai *make up*. Berikut ini adalah penjelasan dari keempat informan mengenai makna *make up* :

Informan Syiva mengatakan :

“Make up untuk saya tidak hanya sekedar berdandan, tetapi juga mempertegas struktur wajah, karena itu make up sangat berarti untuk saya”.

Informan Rahma yang menilai dirinya cuek dengan penampilan, memberikan pendapatnya tentang *make up* sebagai berikut :

“Make up bagi saya bisa memberikan rasa percaya diri menjadi lebih baik, dan memberikan kesan agar tidak terlalu cuek dengan penampilan kita”.

Informan Firda juga memiliki pendapat tersendiri :

“Make up bagi saya adalah bagaimana saya menggambarkan diri saya melalui riasan yang saya gunakan, serta sebagai representasi diri”.

Sedangkan Informan Dinda mengatakan sebagai berikut :

“Saya percaya bahwa setiap wanita itu cantik tanpa make up, tetapi akan lebih cantik lagi ketika mereka menggunakan make up yang bagus, atau sesuai dengan pribadi masing-masing, karena dengan make up yang sesuai akan memancarkan kecantikan diri mereka”.

Jadi, makna *make up* bagi keempat informan dimaknai dapat menggambarkan seperti apa diri mereka. Seperti hasil penelitian dari salah satu mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta mengenai makna *make up* sebagai identitas diri bagi mahasiswi yang dipengaruhi oleh adanya interaksi dengan lingkungan sosial. Namun, bukan karena mereka menggambarkan diri mereka, kemudian mereka akan memperlihatkan kelemahan diri mereka, sebaliknya, *make up* juga dapat menutupi kekurangan yang mereka miliki sehingga memberikan rasa percaya diri lebih.

4. KESIMPULAN

Setiap informan memiliki teknik *make up* Korea favorit yang berbeda satu dan lainnya, sama halnya dengan kepribadian atau konsep diri mereka. Cara kita berinteraksi dengan orang lain dan cara kita menunjukkan diri kita, dipengaruhi oleh konsep diri. Konsep diri merupakan cara seseorang melihat dirinya melalui interaksi. Pada dasarnya setiap subjek telah membentuk berbagai pandangan terhadap dirinya sendiri. Berzonsky dalam Sandhaningrum (2009) menyebutkan konsep diri mencakup beberapa aspek, yaitu :

1. Aspek fisik (*physical self*), meliputi seluruh kepemilikan individu yang terwujud dalam benda-benda nyata seperti tubuh, pakaian, benda material, dan sebagainya. Pada aspek fisik, *role model* yang memiliki penampilan dan wajah sempurna dicirikan dengan wajah cantik, tubuh langsing dan tinggi,serta kulit putih. Perbandingan sosial dengan tokoh yang sempurna dalam aspek fisik ini menempatkan *role model* dalam posisi yang lebih unggul dari informan.

Pada mulanya, informan mengamati *role model* dalam video musik atau drama Korea. Melalui pengamatan ini, informan memperoleh suatu informasi yang berisi

kesimpulan tentang *role model*. Kemudian, informan menyimpan informasi ini dalam ingatannya.

2. Aspek sosial (*social self*), meliputi peran-peran sosial yang dimainkan oleh individu dan penilaian individu terhadap peran tersebut. Aspek sosial meliputi peran sosial, yang artinya pelaksanaan hak dan kewajiban seseorang sesuai dengan status sosialnya. Peran dianggap sangat penting karena mengatur perilaku seseorang yang berada di dalam masyarakat, berdasarkan norma berlaku di dalam masyarakat.
3. Aspek moral (*moral self*), meliputi semua nilai dan prinsip yang dipegang individu dalam kehidupan. Aspek ini menggambarkan bagaimana individu memandang nilai-nilai moral dan etik yang dimilikinya, meliputi sifat-sifat baik atau buruk yang dimiliki dan penilaian dalam hubungannya dengan Tuhan.

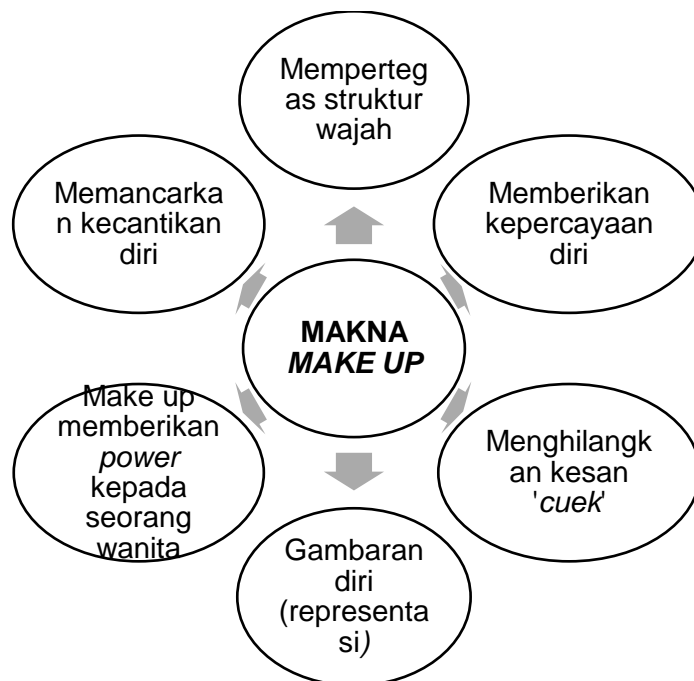
Informan pada dasarnya mengikuti *role model* tidak hanya dalam hal ber-*make up* tetapi sifat-sifat baik yang dimiliki model juga merupakan contoh yang ingin diikuti oleh informan, maka dari itu nilai atau prinsip yang sudah dimiliki informan sejak awal dapat tetap dianut dan bahkan menjadi lebih baik karena mereka memiliki model yang bisa mencontohkan hal-hal baik dalam kehidupan mereka.

4. Aspek psikis (*psychological self*), meliputi pemikiran, perasaan, dan sikap individu terhadap diri sendiri (proses ego). Semua keyakinan yang kita pegang teguh seputar prinsip, aspek kepribadian, bakat, hingga keterampilan atau kemampuan diri, turut membangun ego. Itu sebabnya ego seringkali dikaitkan dengan rasa percaya diri atau harga diri. Pada akhirnya, ego membantu kita membentuk citra diri sendiri.

Setiap informan pada dasarnya memahami bagaimana diri mereka, kekurangan dan kelebihan mereka, dan dengan kesukaan mereka pada *Korean Pop*, sampai memiliki *role model* memberikan banyak pengaruh kepada mereka baik itu negatif ataupun positif, namun positifnya mereka bisa belajar sesuatu yang baik, salah

satunya menjadi lebih percaya diri, termotivasi dalam hal-hal yang baik, artinya mereka jadi lebih memahami bahwa setiap orang pada dasarnya berbeda dan lebih menghargai diri sendiri.

Rakhmat menjelaskan dari proses pembentukan konsep diri, akan membentuk suatu karakter yang *extrovert* seperti, optimis dan memiliki kepercayaan diri yang baik atau disebut konsep diri yang positif, ataupun terbentuknya konsep diri *introvert* yaitu pesimis dan kurang percaya diri atau disebut konsep diri negatif. (Jalaluddin Rakhmat, 2007: 104).



Gambar 2. Makna Make Up korea bagi mahasiswa pecinta make up korea

DAFTAR PUSTAKA

BUKU :

Ardianto, Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relation*. Edisi pertama. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Herdiansyah, Haris. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika

Littlejohn, Stephen W. dan Karen A. Foss. (2011). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy. (2012). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Edisi revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Edisi revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Slavin, Robert E. (2008). *Psikologi Pendidikan Teori dan Praktik*. Jakarta: Indeks.

Sugiyono, (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Bandung: CV. Alfabeta.

INTERNET :

http://www.ubaya.ac.id/2014/content/articles_detail/12/Fungsi-Make--up-dari-Tinjauan-Psikologi.html