

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Adapun sumber yang mendukung penelitian ini adalah bersumber dari jurnal yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dan dijadikan sebagai bahan rujukan dan literatur dalam penelitian ini. Berikut ini pemaparan dari beberapa jurnal yang berkaitan dengan penelitian ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Mawarni, dkk (2021) membahas tentang dua faktor penyebab seorang mahasiswi menggunakan riasan wajah yaitu (1) faktor internal, ingin lebih percaya diri dan bagus saat berfoto, memberi apresiasi pada diri sendiri, memberi kenyamanan dan rasa percaya diri, menyalurkan hobi berdandan. (2) faktor eksternal yaitu terpengaruh dari lingkungan pertemanan dan media social. Bagi mahasiswi tersebut, riasan wajah adalah hal yang penting dan seolah mereka tidak bisa lepas dan tampil apa adanya tanpa riasan wajah. Hal ini akhirnya memicu gaya hidup konsumtif yang terlihat dari pembelian produk kosmetik tanpa mementingkan faktor kebutuhan dan lain sebagainya.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari & Aris (2022) membahas tentang profil remaja putri yang cenderung ingin mencoba berbagai jenis produk kosmetik. Jenis kosmetik yang digunakan oleh remaja putri di SMA Indonesia Yogyakarta adalah *lipstick*, *lipbalm* dan juga bedak dengan merek yang tentunya berbeda – beda tiap orang. Namun produk dengan merek Wardah dan Emina adalah yang paling sering

dipakai karena harganya terjangkau untuk pelajar. Informasi tentang produk kosmetik mereka dapatkan dari media social, teman, internet, saudara, dan iklan di TV. Informasi dari media social dan internet biasanya mereka dapatkan dari *beauty vlogger* dengan konten *review* produk kosmetik dan juga ditemukan bahwa *beauty vlogger* menjadi *role model* dalam pemilihan produk kosmetik. Untuk memilih produk kosmetik yang beragam tentu saja tidak terlepas dari factor keamanan yaitu dilakukan dengan cara mengecek izin edar produk kosmetik tersebut di website BPOM.

Penelitian yang dilakukan oleh Safitri & Afinia (2021) menunjukkan bahwa muncul rasa ketidakpercayaan diri pada remaja putri terutama pada penampilan fisik yaitu area wajah. Hal tersebutlah yang mengakibatkan mereka menggunakan *make up* dengan tujuan agar penampilan mereka lebih cantik dan untuk menutupi kekurangan pada wajah. Selain itu *make up* juga digunakan untuk menambah rasa percaya diri pada remaja putri namun hal tersebut mengakibatkan mereka menjadi bergantung pada *make up* yang mereka gunakan. Contoh produk *make up* yang digunakan adalah *foundation, mascara, powder, blush on, lipstick, eye liner* dan sebagainya.

Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Sabila, dkk (2023) membahas tentang konstruksi identitas diri remaja akhir pengguna *make up* korea dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu lingkungan sosial, kelompok acuan dan tokoh idola. Konstruksi identitas diri remaja akhir pengguna *make up* korea terbentuk melalui tampilan rias wajah yang terinspirasi dari gaya *make up* korea yang

merupakan bagian dari identitas mereka sebagai penggemar Kpop dan sebagai individu yang mengikuti trend kecantikan korea.

Penelitian yang dilakukan oleh Monica, dkk (2020) menjelaskan bahwa penggunaan *make up* adalah hal yang mempengaruhi kenyamanan, kebahagiaan dan rasa percaya diri selain itu juga penggunaan *make up* Korea sangat menunjang penampilan dan kecantikan mereka. Hal ini berkaitan dengan gaya hidup mahasiswa yang sedang mencari jati diri mereka dengan memperbaiki diri dan melakukan perawatan wajah dan tubuh. Selain itu juga penggunaan produk kosmetika digunakan untuk menunjukkan identitas mereka. Para mahasiswi menyukai *make up* Korea karena tampilan dari riasan ini yang terkesan alami terutama bagi yang baru belajar *make up* dan tidak menyukai *make up* yang tebal. Mereka biasanya mendapatkan referensi dari mengikuti acara dengan tema *make up* Korea, *Youtube* atau dari artis.

Berdasarkan penelitian relevan di atas dapat dilihat perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu perbedaannya adalah topik penelitian yang berbeda yaitu pada penelitian terdahulu membahas tentang makna *make up* dan gaya hidup para pengguna *make up*, sedangkan pada penelitian yang dilakukan ini adalah membahas tentang fenomena penggunaan *make up* di lingkungan persekolahan. Sedangkan yang menjadi persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini adalah sama – sama membahas tentang penggunaan *make up* atau kosmetik pada perempuan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Fenomenologi Edmund Husserl

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Edmund Husserl. Teori ini berkaitan dengan fenomena yang akan diteliti yaitu fenomena penggunaan *make up* pada siswi SMA yang merupakan realitas yang benar terjadi. Secara etimologis fenomenologi adalah sebuah kata dari bahasa Yunani yaitu *phainomenon* yang artinya “yang tampak”. Secara terminologis fenomena adalah :

1. Objek persepsi (apa yang diamati)
2. Apa yang tampak pada kesadaran kita
3. Objek pengalaman indrawi (tampak melalui panca indra)
4. Suatu fakta atau peristiwa yang dapat diamati

Fenomenologi adalah studi tentang fenomena yang tampak dalam pengamatan dan mengenai bagaimana seseorang mengalami segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya (Haryanto, 2013). Menurut Husserl, fenomenologi menunjukkan pengalaman berdasarkan sudut pandang orang yang mengalami fenomena itu secara langsung dan seakan – akan kita ikut mengalami juga. Tujuan dari fenomenologi adalah untuk menjelaskan dan menggambarkan realitas kehidupan seorang aktor (manusia) dalam kesehariannya sebagaimana yang disadari oleh aktor. Pada penelitian ini, teori fenomenologi digunakan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti yaitu terkait fenomena penggunaan *make up* di lingkungan persekolahan oleh siswi SMA Negeri 13 Medan baik dari faktor penyebab siswi menggunakan *make up*

dan upaya pihak sekolah mengatasi siswinya yang menggunakan *make up* sesuai dengan realitas yang terjadi di lapangan.

Adapun yang menjadi pokok – pokok pemikiran dari Husserl mengenai fenomenologi adalah sebagai berikut :

1. Fenomena adalah realitas sendiri yang tampak
2. Tidak ada batasan antara subjek dengan realita
3. Kesadaran bersifat intensional
4. Terdapat interaksi antara tindak kesadaran (noesis) dengan objek yang disadari (noema)

Berdasarkan pokok pemikiran tersebut dapat dilihat bahwa fenomena penggunaan *make up* pada siswi SMA ini merupakan sebuah realitas yang tampak dan nyata. Untuk menunjang penampilan para perempuan melakukan berbagai cara salah satunya adalah dengan menggunakan riasan wajah atau *make up*. Selanjutnya, Husserl juga berpendapat bahwa sebuah fenomena hanya ada pada kesadaran manusia pada siapa fenomena itu menampakkan diri.

Setiap fenomena selalu disadari oleh adanya aktivitas subjektif (memberikan identitas, membentuk makna pada suatu objek, dan menafsirkan) dan objek sebagai titik fokus yang keduanya tidak dapat dipisahkan. Maka dari itu untuk dapat memahami objek, perlu kembali ke subjek. Jadi, sebuah fenomena hanya bisa diamati oleh seseorang yang pernah mengalami fenomena tersebut (Haryanto, 2013). Aktivitas subjektif pada penelitian ini yaitu penggunaan *make up* pada siswi SMA sedangkan objeknya adalah penggunaan *make up*. Jadi fenomena penggunaan *make*

up hanya dapat dialami oleh orang yang mengalami langsung fenomena tersebut yaitu siswi dan guru di SMA Negeri 13 Medan.

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Fenomena

Secara etimologis fenomena merupakan kata yang berasal dari bahasa Yunani “Phinestai” yang berarti “menunjukkan diri. Menurut Sari (2017) fenomena juga diartikan sebagai sesuatu yang dipahami secara aktual dan terdapat pemberian makna didalamnya sehingga terefleksi dalam tingkah laku. Fenomena dapat terjadi di berbagai tempat yang dapat diamati oleh manusia sebagai suatu kejadian. Fenomena juga diartikan sebagai peristiwa ataupun keadaan yang kebenarannya dapat diamati melalui kacamata ilmiah ataupun melalui ilmu disiplin tertentu. Fenomena merupakan suatu hal yang dapat dilihat oleh panca indera dan dapat dijelaskan secara ilmiah dan tidak dapat diabaikan.

2.3.2 Make Up

Gaya hidup yang semakin berkembang membuat para perempuan mengikuti perkembangan dari berbagai penjuru dunia. Salah satu perkembangan yang ada yaitu meningkatkan penampilan agar lebih menarik. Penampilan menarik adalah hal yang sangat diinginkan oleh perempuan. Penampilan pada perempuan untuk terlihat cantik dari dalam (*inner beauty*) ataupun cantik dari luar (*outer beauty*) mendorong perempuan menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan kecantikan yang mereka inginkan salah satunya adalah dengan penggunaan *make up* (Syahilah, 2022). *Make up* diartikan sebagai seni merias wajah atau mengubah bentuk asli

dengan bantuan alat dan produk kosmetik yang memiliki tujuan untuk memperindah serta menutupi kekurangan pada wajah agar terlihat lebih ideal. *Make up* yang digunakan oleh perempuan tentunya bertujuan untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih menarik. *Make up* juga digunakan untuk menutupi kekurangan pada kulit sehingga akan menimbulkan dampak psikologis yang positif yaitu rasa percaya diri (Rahmawati & Muslikah, 2021).

Make up menjadi salah satu unsur dalam dunia kecantikan bagi perempuan mulai dari yang dewasa hingga remaja sekalipun. *Make up* pun menjadi barang yang wajib digunakan dan dibawa kemana pun setiap harinya oleh tidak sedikit perempuan (Berliana, 2018). Karena bagi perempuan *make up* adalah cara mereka untuk terlihat berbeda dengan orang lain dan dengan *make up* mereka dapat mengekspresikan diri. Saat ini *make up* telah menjadi sebuah kebutuhan terutama bagi kaum hawa untuk mempercantik diri dalam kehidupan sehari – hari. Keberadaan produk – produk *make up* pun sudah semakin berkembang baik dari brand lokal hingga brand luar negeri yang masing – masing produknya memiliki fungsi yang berbeda dalam penggunaannya. Berbagai inovasi produk dilahirkan untuk menciptakan tampilan gaya *make up* yang menarik yaitu *smokey eyes*, *colorfull*, *nude*, *freckles* dan masih banyak gaya lainnya yang juga dibantu dengan menggunakan alat *make up* yaitu bedak, *foundation*, *lipstick*, *eyeliner* dan alat *make up* lainnya (Fadhilah, 2022).

Seiring dengan berjalannya waktu, trend *make up* pun sudah semakin berkembang dan muncul dengan tampilan yang menarik. Setiap negara tentunya

memiliki gaya *make up* yang berbeda tetapi tujuannya sama yaitu untuk mempercantik penampilan. Dua kiblat industry kecantikan yaitu Korea dan Amerika Serikat pun memiliki *make up look* yang berbeda. Korea dengan riasannya yang terlihat lebih natural dan tipis, berbeda dengan Amerika Serikat yang terlihat lebih tebal dan *defined*. Tetapi kedua *make up look* tersebut tetap memiliki peminatnya masing – masing (Wahidah dkk, 2020). Trend *make up* yang belakangan ini sempat *booming* yaitu *make up Korean look* dengan tampilannya yang memberi kesan wajah lebih awet muda, kulit sehat karena terlihat lebih natural dan *fresh*. Produk *make up* yang digunakan juga merupakan produk dengan kandungan yang lebih ringan yaitu BB atau CC Cream yang membuat tampilan *make up* lebih *dewy*.

2.3.3 Lingkungan Sekolah

Lingkungan sekolah diartikan sebagai tempat seorang siswa menjalankan kegiatan pendidikan untuk mendapatkan ilmu pengetahuan, perubahan sikap dan keterampilan baik dalam kelas maupun di luar kelas yang tentunya dengan menaati peraturan pendidikan yang sudah ditetapkan. Lingkungan sekolah juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan siswa dalam proses belajar. Lingkungan sekolah pada umumnya terdiri dari siswa, guru, administrator, konselor, kepala sekolah yang melaksanakan pendidikan dengan terencana dan baik.

Menurut Hasbullah (2013:46) lingkungan sekolah merupakan lembaga pendidikan formal, teratur dan sistematis dan merupakan lingkungan pendidikan utama yang kedua dan kedudukannya adalah setelah lingkungan keluarga. lingkungan

sekolah juga diartikan sebagai lingkungan social yang terdiri guru, tenaga kependidikan, teman – teman sekolah dan lingkungan non social yaitu kurikulum, program dan sara prasarana di dalam lembaga pendidikan formal yang mendukung pembentukan jiwa kewirausahaan peserta didik (Hamidah, 2018).

2.4 Kerangka Berpikir



Sekolah merupakan lembaga pendidikan yang memiliki tujuan dalam hal peningkatan kemampuan akademik dan memberikan bimbingan ataupun pengajaran kepada peserta didik agar memiliki sikap yang baik. Sebagai tempat kegiatan akademik, sekolah tentunya perlu dijaga agar kondusif dan nyaman dalam melakukan kegiatan belajar mengajar. Sehingga sekolah memiliki beragam tata tertib di

dalamnya yang dibuat dengan tujuan mengatur setiap orang di lingkungan sekolah untuk mencapai sekolah yang tertib dan disiplin. Salah satu tata tertib di sekolah adalah larangan untuk menggunakan *make up* ke sekolah oleh para siswinya. Pihak sekolah melarang siswinya untuk menggunakan *make up* ke sekolah terutama membawa produk *make up*. Hal ini dikarenakan agar hal tersebut tidak mengganggu proses pembelajaran terutama jika ada yang menggunakan *make up* di kelas. Mereka akan fokus memperbaiki penampilan mereka daripada proses pembelajaran di sekolah.

Namun realitasnya, masih ada siswi yang menggunakan dan membawa produk *make up* ke sekolah. Salah satu contohnya adalah pada siswi SMA Negeri 13 Medan yang dijumpai menggunakan *make up* (*bedak, liptint, lipbalm, mascara, pensil alis*) saat datang ke sekolah bahkan tak jarang membawa alat *make up* yaitu *bedak* dan *liptint* ke sekolah. Adanya ketidaksesuaian antara harapan yang dibuat melalui tata tertib di sekolah dengan realitas yang terjadi. Tata tertib dibuat dengan harapan siswa di sekolah dapat mengindahkan tata tertib tersebut namun berbanding terbalik dengan realitas yang terjadi. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih jelas mengenai fenomena penggunaan *make up* di lingkungan persekolahan oleh siswi SMA Negeri 13 Medan mulai dari fenomena yang sebenarnya terjadi di lapangan, faktor penyebab siswi menggunakan *make up* dan upaya pihak sekolah mengatasi siswinya yang menggunakan *make up* ke sekolah.