

## ABSTRAK

Kartini Yasiro Ulfa. 170521100040. Program Studi Sosiologi. Makna Penggunaan Kosmetik Impor Berjenama Bagi Mahasiswi Sebagai Identitas Diri (Studi Kasus Di Universitas Trunojoyo Madura).

Mahasiswi memiliki berbagai macam kebutuhan yang tersusun sesuai dengan tolak ukurnya. Ada kebutuhan primer, skunder, dan tersier dari semua kebutuhan tersebut terdapat salah satu kebutuhan yang menjadi penunjang bagi mahasiswi untuk menjaga penampilannya yaitu kebutuhan skunder. Menjaga penampilan fisik bagi mahasiswi sangatlah penting, karena setiap mahasiswi sangat ingin untuk tampil cantik dan salah satu usaha yang dilakukan agar dapat menjaga penampilan fisiknya yang terbaik adalah dengan menggunakan kosmetik, terlebih kosmetik impor berjenama (*bermerek*).

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui makna dari menggunakan kosmetik impor berjenama (*bermerek*) bagi mahasiswi dan faktor pendorong yang mempengaruhi mahasiswi dalam memilih dan menggunakan kosmetik tersebut. Penelitian ini dilakukan di lingkungan Universitas Trunojoyo Madura, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dan teknik pemilihan informan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, subjek penelitian mahasiswi pengguna kosmetik impor berjenama (*bermerek*), dengan teknik analisis data Miles dan Huberman yakni proses analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dan menggunakan triangulasi teknik untuk uji keabsahan data.

Hasil penelitian sendiri menunjukkan bahwa makna penggunaan kosmetik impor berjenama (*bermerek*) bagi mahasiswi sebagai identitas diri karena dalam menggunakan kosmetik tersebut di antaranya mahasiswi ingin mendapatkan perhatian lebih dari lingkungan sekitarnya, baik dari citra positif yang ada pada dirinya, penampilan, prestasi, maupun kecantikan dirinya. Dan terdapat dua faktor pendorong yang menjadikan mahasiswi dapat memilih dan memutuskan untuk menggunakan kosmetik berjenama (*bermerek*) tersebut. Untuk hal yang mendasari pembentukan identitas diri mahasiswi sendiri sebenarnya terjadi secara kompleks dan dinamis, yang menjadikan adanya dua komponen penting yaitu pertama eksplorasi yang mana di sini mahasiswi sebelum memilih menggunakan kosmetik berjenama tersebut harus melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan mencoba bertanya-tanya kepada lingkungan sekitarnya seperti teman, keluarga atau saudaranya dan meminta pendapat atau rekomendasi penjelasan mengenai kosmetik tersebut. Untuk komponen yang kedua yaitu komitmen yang mana dapat dijelaskan bahwa mahasiswi setelah menggunakan dan memilih kosmetik yang membuatnya merasa nyaman dan cocok bahkan ada ketertarikan untuk menggunakan secara permanen artinya dirinya siap untuk berkomitmen dalam memilih kosmetik tersebut.

Kata kunci : Makna, Kosmetik, Oriflame, Identitas diri, Mahasiswi

## **ABSTRACT**

*Kartini Yasiro Ulfa. 170521100040. Sociology Study Program. The Meaning of Using Imported Branded Cosmetics for Students as Personal Identity (Case Study at Trunojoyo University, Madura).*

*Students have various kinds of needs that are arranged according to their benchmarks. There are primary, secondary, and tertiary needs. Of all these needs, there is one need that supports female students to maintain their appearance, namely secondary needs. Maintaining physical appearance for female students is very important, because every student really wants to look beautiful and one of the efforts made in order to maintain her best physical appearance is to use cosmetics, especially imported branded cosmetics.*

*This research was conducted with the aim of looking at the meaning of using imported branded (branded) cosmetics for female students and the driving factors that influence female students in choosing and using these cosmetics. The research was conducted at the University of Trunojoyo Madura, using descriptive qualitative research methods. With interview, observation, and documentation techniques. And the technique of selecting informants using purposive sampling technique, the research subjects of female students using imported cosmetics with a name (branded), with data analysis techniques Miles and Huberman, namely the process of data reduction analysis, data presentation, and retrieval. And using triangulation techniques to test the validity of the data.*

*The results of the research themselves indicate that the meaning of using imported branded (branded) cosmetics for female students is a self-identity because in using these cosmetics, students want to get more attention from their surrounding environment, both from their positive image, appearance, achievement, and self-beauty . And there are two driving factors that make students choose and decide to use these branded cosmetics. For the thing that underlies the formation of student self-identity, actually occurs in a complex and dynamic manner, which makes two important components, namely, first, exploration where the student before choosing to use branded cosmetics must approach first by trying to ask questions to the surrounding environment such as friends, family or relatives and ask for opinions or recommendations for explanations about these cosmetics. For the second component, namely commitment, it can be explained that after using and choosing cosmetics that make them feel comfortable and suitable, there is even an interest in using them permanently, meaning that they are ready to commit to choosing these cosmetics.*

*Key words: Meaning, Cosmetics, Oriflame, Identity, Blowjob*