

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kecantikan merupakan hal yang diimpikan oleh setiap perempuan. Banyak perempuan merasa lebih percaya diri apabila mereka memiliki kecantikan seperti, kulit putih, bersih, dan cerah. Keinginan tersebut menjadi fenomena baru khususnya di kalangan perempuan di Indonesia. Untuk mendapatkan hal tersebut para perempuan berusaha dengan melakukan perawatan kulit wajah yang biasa disebut *skincare*, melakukan treatment di klinik kecantikan, serta menggunakan make up (Inc, 2019).

Data pangsa pasar industri kosmetik Indonesia tahun 2010 hingga 2023 menunjukkan laporan dari Statista (2020) menyatakan perkembangan penggunaan *skincare* untuk perawatan kulit salah satunya kulit wajah, menjadi pasar terbesar industri kosmetik Indonesia dengan volume pasar USD 1.673 juta pada tahun 2019. Indonesia juga dianggap akan menjadi penyumbang terbesar kedua untuk pertumbuhan perawatan kulit di dunia, melansir dari *Euromonitor International* (2015) bertajuk *The Future of Skincare*. Dibuktikan dengan tingginya minat dalam melakukan perawatan kulit terutama kulit wajah pada perempuan Indonesia, sehingga Indonesia menduduki posisi kedua menggantikan Amerika Serikat yang berada di posisi ketiga (Rahmalia, 2021).

Data *Global Business Guide* menyatakan terdapat beberapa kota-kota besar yang sedang gencar-gencarnya menggunakan produk perawatan wajah yakni Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, dan Makassar. Salah satu kota besar yang dalam hal ini adalah kota Surabaya merupakan kota terbesar dan metropolitan kedua setelah ibu kota Jakarta, sebagai pusat perekonomian dan industri dari Jawa Timur yang tentunya menjadi magnet bagi para pendatang yang ingin mencicipi kehidupan kota. Adanya berbagai pusat perekonomian seperti pabrik, perusahaan besar, dan pusat perbelanjaan, tentu sangat mempengaruhi pola gaya hidup masyarakatnya (Hidayah, 2014).

Saat ini banyak menjamurnya klinik-klinik kecantikan. Para perempuan tertarik menggunakan produk perawatan wajah, mulai dari ibu-ibu rumah tangga bahkan mahasiswa yang saat ini lebih tertarik menggunakan produk perawatan wajah di klinik kecantikan dari pada menggunakan kosmetik-kosmetik biasa. Adanya 46 pendidikan perguruan tinggi yang terdiri dari universitas, perguruan tinggi negeri, institut dan juga akademi menjadi salah satu faktor yang memicu terjadinya perkembangan klinik kecantikan di kota Surabaya. Seperti yang terjadi pada kalangan mahasiswi-mahasiswi di kota Surabaya yang merupakan salah satu representasi perempuan di perkotaan yang melakukan gaya hidup dengan menggunakan produk perawatan wajah di klinik kecantikan seperti, facial wajah dan penggunaan produk kosmetik krim malam dan krim siang. Sedangkan cara tradisional seperti lulur dan masker dengan bahan tradisional sudah tidak digunakan terutama pada kalangan perempuan diatas umur 20 tahun karena dianggap kuno, bahkan kosmetik-kosmetik yang seringkali muncul di TV pun kini telah jarang digunakan karena dianggap tidak efektif dan lambat untuk memutihkan kulit (Hidayah, 2014).

Penggunaan produk kecantikan saat ini sangat pesat. Hampir semua kota-kota besar, kota-kota kecil bahkan sampai pada pelosok desa seperti yang terjadi di Desa Aengtaber Kecamatan Tanjungbumi yang juga mengikuti perkembangan penggunaan produk kecantikan. Melansir dari Badan Pusat Statistik (2021) Desa Aengtaber merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tanjungbumi, Kabupaten Bangkalan-Madura yang terletak tidak jauh dari jalan utama Jl. Raya Tanjungbumi yakni sekitar 500 Meter. Memiliki luas wilayah 4,04 Km², dengan jumlah penduduk 2.027 jiwa, 991 jiwa penduduk laki-laki dan 1.036 jiwa penduduk perempuan. Mata pencaharian masyarakat Desa Aengtaber mayoritas sebagai petani dan pedagang, terdapat pula beberapa masyarakat yang bekerja sebagai guru, pegawai swasta, dan TKI. Desa Aengtaber merupakan desa yang juga mengikuti perkembangan penggunaan produk kecantikan. Saat ini terdapat beberapa produk perawatan wajah yang digunakan diantaranya yakni *cleansing*, toner, serum, dan *sunnscreen*. Selain produk perawatan wajah tersebut masih

terdapat produk perawatan wajah lainnya yang digunakan seperti lipstik, eyeshadow, mascara, dan eyeliner (Adisiswanto, 2019).

Observasi awal yang dilakukan peneliti menemukan bahwa sebagian besar perempuan di Desa Aengtaber menggunakan produk perawatan wajah untuk mempercantik dirinya. Mayoritas perempuan di Desa Aengtaber memulai menggunakan produk perawatan wajah sejak berusia kurang dari 17 tahun. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa pengguna produk perawatan wajah masuk pada kategori generasi milenial yakni perempuan pada rentang usia 19-23 tahun. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi para perempuan dalam menggunakan produk kecantikan yakni, adanya pengaruh media dan iklan secara tidak langsung dapat mempengaruhi sebagian besar perempuan, khususnya mereka yang ingin memiliki kulit putih dan bersih serta mudahnya akses terhadap produk-produk kecantikan dan maraknya *beauty blogger influencer*. Salah satu faktor inilah yang menyebabkan perempuan sangat terobsesi pada penampilan cantik sehingga banyak sekali upaya yang mereka lakukan untuk mempercantik diri salah satunya menggunakan produk perawatan wajah.

Hal tersebut membawa perubahan bagi perempuan, yang mana sebelumnya para perempuan melakukan perawatan kulit wajah hanya menempuh dua langkah, namun saat ini para perempuan melakukan perawatan kulit wajah hingga 10 langkah dengan menggunakan *skincare*. Menjadi fenomena baru yang marak terjadi belakangan ini yakni banyaknya perempuan khususnya remaja putri yang menggunakan produk perawatan wajah (*skincare*) sebagai salah satu usaha untuk menjadi sempurna. Tidak menutup kemungkinan dengan status mereka yang hanya sebagai siswi/mahasiswa dan belum berpenghasilan ternyata tidak menjadi penghambat mereka dalam menggunakan produk perawatan wajah (*skincare*). Adanya keberanian untuk menggunakan produk *skincare* yang merupakan suatu hal yang baru, dan dengan adanya keinginan untuk menjadi sempurna secara fisik mendorong terjadinya fenomena tersebut sehingga menarik untuk diteliti.

Data hasil survei Markplus, Inc dan Zap Clinic (2018), menyatakan bahwa kesehatan yang utama adalah kesehatan dalam melakukan perawatan wajah sehingga 76,8% perempuan di Indonesia cenderung untuk melakukan pengobatan

kepada dokter kecantikan atau klinik kecantikan. Hal ini berbeda dengan yang terjadi pada perempuan yakni remaja putri di Desa Aengtaber, terdapat permasalahan yang dialami oleh sebagian remaja putri yaitu biaya konsultasi dan perawatan yang relatif mahal serta kurangnya dokter maupun klinik kecantikan di Desa Aengtaber. Kondisi ini menjadi salah satu penyebab remaja putri melakukan perawatan wajah secara mandiri menggunakan produk *skincare* yang dijual di pasaran sebagai solusi untuk menyelesaikan permasalahan pada kulit wajahnya. Apabila ingin melakukan perawatan kecantikan harus pergi ke tingkat kabupaten di Bangkalan, tentu hanya kalangan atas sajalah yang mampu melakukan hal tersebut (Markplus, 2019).

Saat ini mulai muncul klinik kecantikan ditingkat kecamatan yang mempermudah para perempuan untuk mempercantik penampilannya. Klinik kecantikan *Belatrix skincare* yang didirikan pada tahun 2018 oleh orang yang memang mempunyai latar belakang dokter kulit. Menyediakan berbagai macam produk perawatan mulai dari perawatan wajah hingga perawatan badan, menyediakan berbagai macam *treatment* mulai dari *facial* standart hingga *facial* yang menggunakan alat, dari harga standart sampai pada harga yang mahal. Adanya klinik kecantikan tersebut membawa perubahan pada sebagian remaja putri yang awalnya menggunakan produk perawatan wajah yang dijual di pasaran kini mulai beralih pada produk perawatan wajah dari klinik kecantikan.

Tidak hanya dari segi penampilan wajah, terlihat bahwa para remaja putri bergaya dengan mengikuti *trend fashion*. Terdapat kemajuan dalam bidang *fashion* mode pakaian termasuk semua aksesoris seperti sepatu, tas, dan jam tangan. Mereka menggunakan *fashion* dengan gaya yang berubah-ubah. Apabila terdapat *trend fashion* terbaru, para remaja putri akan mengikuti dan menggunakannya ke acara-acara yang penting menurut mereka.

Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan diatas sebagai kaum muda yang dalam hal ini adalah remaja putri sebagai konsumen produk perawatan wajah memiliki tujuan yang beragam untuk membeli berbagai macam produk perawatan wajah. Remaja putri membeli berbagai macam produk perawatan wajah diantaranya bertujuan untuk menghilangkan berbagai permasalahan yang ada pada

kulit wajah mereka seperti, terdapat noda-noda hitam, kulit terlihat kusam, berminyak, berjerawat, berkomedo, ataupun keinginan untuk memutihkan dan mencerahkan kulit wajah. Namun masalah selanjutnya yang dialami oleh para remaja putri yang menggunakan produk perawatan wajah yakni penggunaan produk perawatan wajah harus dilakukan secara berkelanjutan agar keinginan mereka untuk mendapatkan wajah cantik dapat dicapai secara maksimal. Pada prinsipnya mereka tidak boleh berhenti atau terlambat mengkonsumsi produk perawatan wajah tersebut. Hal tersebut ditujukan agar kulit wajah mereka tidak kembali lagi seperti keadaan sebelum menggunakan produk perawatan wajah.

Sebagai upaya untuk mengungkap mengenai perilaku yang mengarah pada perilaku konsumtif remaja putri saat ini yakni penggunaan produk perawatan wajah, maka penelitian kali ini akan dilakukan sebuah penelitian untuk mengungkap perilaku konsumtif remaja putri dalam menggunakan produk perawatan wajah berdasarkan perspektif teori konsumerisme Jean P.Baudrillard.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut: “Bagaimana perilaku konsumtif remaja putri dalam menggunakan produk perawatan wajah di Desa Aengtaber Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif remaja putri dalam menggunakan produk perawatan wajah di Desa Aengtaber Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Penelitian Teoritis

- a. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengembangkan penelitian maupun karya ilmiah dengan topik yang serupa.
- b. Menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang kajian sosiologi khususnya terkait perilaku konsumtif remaja putri dalam

menggunakan produk perawatan wajah di Desa Aengtaber Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan.

c. Memenuhi tugas akhir kuliah strata satu.

1.4.2 Manfaat Penelitian Praktis

- a. Untuk masyarakat dapat memberi pandangan, terkait fenomena sosial yang terjadi terkait perilaku konsumtif remaja putri dalam menggunakan produk perawatan wajah di Desa Aengtaber Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan.
- b. Untuk memberikan informasi kepada pembaca tentang bagaimana perilaku konsumtif remaja putri dalam menggunakan produk perawatan wajah di Desa Aengtaber Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan.