

**Motif Mahasiswa Melakukan Perawatan di Klinik Kecantikan
(Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP)**

Suci Vidia Rahmadani¹, Desy Mardhiah²

^{1,2}Universitas Negeri Padang

Email: sucividirahmadani@gmail.com, desy_padang@yahoo.com

Abstrak

Perawatan kecantikan adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk merawat tubuh mereka agar terlihat cantik dan menarik. Hal tersebut tidak hanya terjadi dalam lingkup masyarakat saja, akan tetapi juga terjadi dalam lingkup Perguruan Tinggi sehingga mempengaruhi pola pikir mahasiswa untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan. Tujuannya agar terlihat cantik sesuai dengan kriteria cantik yang sudah ada. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang motif mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP melakukan perawatan di Klinik Kecantikan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konsumsi oleh Jean Baudrillard. Kerangka berfikir teori ini adalah tindakan konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa bukanlah atas dasar pertimbangan rasionalitas. Konsumsi tidak terfokus pada pemanfaatan nilai guna barang, melainkan pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda sosial. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan tipe penelitian studi kasus. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP yang melakukan perawatan di Klinik Kecantikan sebanyak 15 orang. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Keabsahan data dilakukan dengan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP melakukan perawatan di klinik kecantikan yaitu: (1) Tampil cantik dan percaya diri, (2) Kulit yang bermasalah, (3) Adanya pengaruh dari media sosial, (4) Hasil yang diperoleh lebih cepat.

Kata kunci: Klinik Kecantikan, Mahasiswa, Motif, Perawatan

Abstract

Beauty care is an effort made by someone to take care of their body to make it look beautiful and attractive. This does not only occur within the community but also occurs within the scope of universities so that it affects the mindset of students to carry out treatments at beauty clinics. The goal is to look beautiful by existing beautiful criteria. This study aims to explain the motives of the students of the Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, UNP doing treatment at the Beauty Clinic. This type of research is a qualitative method using case study research. The subjects of this study were students of the Department of Sociology who performed treatments at the Beauty Clinic. Methods of data collection using observation, in-depth interviews, and documentation studies. The validity of the data is done by triangulation of data. The results showed that the motives of students majoring in sociology at the Faculty of Social Sciences UNP doing treatment at a beauty clinic were: (1) Look beautiful and confident, (2) Troubled skin, (3) The influence of social media, (4) The results obtained faster.

Keywords: Beauty Clinic, Student, Motive, Treatment



Received: August 10, 2021

Revised: September 28, 2021

Available Online: Oktober 27, 2021

Pendahuluan

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan kecantikan, maka semakin banyak pula bermunculan klinik kecantikan, seperti klinik kecantikan London Beauty Center (LBC), Natasha skin care, Erha Skin Care, MS Glow, ZAP Clinic, Nurtura, AA Skin Care, Athena dan sebagainya. Klinik kecantikan tersebut menawarkan berbagai macam jenis-jenis perawatan yang bisa menunjang penampilan seseorang, seperti perawatan wajah, rambut, gigi, kuku, dan sebagainya. Hal tersebut dilakukan karena semakin banyaknya tuntutan seorang perempuan untuk tampil cantik dan menarik. Kecantikan adalah suatu hal yang sangat didambakan oleh setiap perempuan. Perempuan dan kecantikan merupakan dua hal yang berbeda, namun tidak terpisahkan karena saling berkaitan dalam kehidupan. Selain itu, perempuan akan mendapat pujian lebih karena karakter feminimnya, seperti cantik, manis, putih, sopan, dan manja, oleh karena itu bagi perempuan penampilan menjadi sesuatu yang penting (Melliana, 2006). Konstruksi tentang kecantikan selalu berubah dari masa ke masa sesuai dengan trend dan perkembangan zaman. Pada masa Yunani Kuno makna cantik adalah wanita telanjang. Pada tahun 1970-an kecantikan adalah kulit sehat dan segar, tidak diukur berdasarkan warna kulit. Pada tahun 1980 pembentukan konsep kecantikan ideal layaknya puteri keraton dan memiliki warna kulit kuning langsung. Pada tahun 1995 mulai terbentuknya konsep kecantikan berkulit putih, hidung mancung, struktur wajah yang proporsional seperti orang Eropa. Pada abad ke-20 cantik didasarkan pada latar belakang etnis dan ras, feminim, langsing serta kulit putih (Liana, 2016). Konstruksi tentang kecantikan terus berkembang hingga sekarang, dimana cantik adalah perempuan yang memiliki kulit putih dan glowing seperti artis Korea.

Konsep kecantikan dibagi menjadi tiga, yaitu klasik, modern dan postmodern. Kecantikan klasik mengarah pada ukuran tubuh yang proporsional sesuai dengan konsepsi ideal yang digariskan oleh budaya, dan keselarasan hubungan dengan alam. Kecantikan modern mengarah pada universalitas, seperti kulit putih, ukuran tubuh proporsional. Sedangkan kecantikan postmodern, adalah kecantikan yang mengacu pada makna pluralitas, heterogenitas dan bersifat sangat subyektif (Sari, 2019). Konsep cantik sebenarnya memiliki makna yang relatif dan setiap orang memiliki penilaian sendiri tentang cantik. Akan tetapi sekarang ini kaum perempuan memaknai cantik dengan kulit putih, mulus dan *glowing*. Seperti halnya fenomena *Barbie Culture* yang menjadi alasan kuat seorang perempuan untuk selalu tampil menarik. Fenomena *Barbie Culture* ini kecantikan perempuan disimbolkan oleh boneka barbie sehingga menginspirasi kaum perempuan untuk tampil lebih cantik dan menarik (Kartikasari, 2014). Perempuan yang muda maupun tua, kurus maupun gemuk memiliki pemikiran terhadap sosok yang ideal. Kriteria ideal adalah sosok yang kurus, tinggi, putih, berambut pirang, wajah mulus tanpa noda, simetris, dan tanpa cacat sedikit pun (Wolf, 2002).

Bagi perempuan, kecantikan menjadi syarat mutlak, karena cantik bukan lagi pengaruh dari alam dan kualitas moral, akan tetapi kualitas mendasar, wajib perempuan untuk memelihara wajah dan kelangsingannya sebagai jiwa (Baudrillard, 2011). Perempuan melakukan segala upaya agar tampil cantik dan menarik, salah satunya dengan melakukan perawatan di klinik kecantikan. Fenomena ini terjadi pada semua lapisan masyarakat terutama perempuan dan tidak terkecuali mahasiswa. Mahasiswa yang notabene hanya menerima uang dari orang tua dan tidak memiliki pekerjaan bisa melakukan perawatan di klinik kecantikan. Mahasiswa melakukan perawatan kecantikan dikarenakan gaya hidup dan tuntutan untuk selalu tampil cantik dan menarik, baik di lingkungan masyarakat maupun di

lingkungan kampus (Imron, 2014). Kesadaran mahasiswa tentang penampilan merupakan aset yang sangat penting dan harus dijaga membuat mereka lebih memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan. Ketertarikan mahasiswa untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan dikarenakan cara tradisional yang dianggap kuno dan sudah jarang digunakan. Selain itu, kosmetik-kosmetik yang bermunculan di pasaran dan iklan di televisi dianggap kurang efektif untuk mengatasi masalah yang timbul pada wajah dan tubuh kaum perempuan.

Pola pikir mahasiswa tentang makna cantik secara sadar maupun tidak sadar dipengaruhi oleh media, pemerintah, produsen kosmetik dan berbagai kontes kecantikan. Warna kulit dipakai untuk mejadi alasan berbagai macam ketidakadilan dan menimbulkan dampak psikologis bagi perempuan. Misalnya saja perempuan yang memiliki kulit coklat, mereka cenderung merasa minder dengan perempuan yang memiliki kulit putih, karena pada saat sekarang ini kulit putih menjadi nilai tersendiri dalam memaknai kecantikan. Oleh karena itu, perempuan cenderung memilih cara yang instan agar terlihat cantik walaupun harus mengeluarkan biaya yang mahal. Klinik perawatan semakin banyak bermunculan sehingga menyebabkan mahasiswa lebih mudah untuk membeli produk-produk kecantikan dan melakukan perawatan di klinik kecantikan. Menurut Kokoi 2011 dari perempuan usia 17 hingga 40 tahun ditemukan bahwa kalangan mahasiswalah yang memiliki perilaku konsumtif paling tinggi dibandingkan dengan perempuan bekerja dan perempuan tidak bekerja dalam pengguna layanan dan jasa dari klinik kecantikan (Khumaira & Restu, 2018). Produk-produk kecantikan dan layanan perawatan di klinik kecantikan merupakan kebutuhan tersier, akan tetapi karena bertambahnya kebutuhan kaum perempuan akan hal tersebut maka bergeser menjadi kebutuhan primer termasuk bagi mahasiswa. Mahasiswa menjadi konsumen aktif dalam menggunakan produk-produk dan layanan perawatan dari klinik kecantikan. Adanya pergeseran makna dalam pengkonsumsian barang, yang biasanya sebagai pemenuhan kebutuhan dasar namun sebagai alat pemuas yang memiliki simbol seperti peningkatan status, kelas sosial, gaya dan prestise.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan mahasiswa yang melakukan perawatan di klinik kecantikan menyebutkan bahwa selain melakukan perawatan konsumen juga dianjurkan untuk menggunakan produk-produk dari klinik kecantikan tersebut secara berkelanjutan agar hasilnya maksimal. Biaya yang dikeluarkan oleh konsumen sesuai dengan jenis perawatan dan produk-produk yang digunakan. Peneliti menyebarkan angket untuk mengetahui jenis pelayanan perawatan dan biaya yang dikeluarkan oleh mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dalam melakukan perawatan di klinik kecantikan. Hasil data perolehan penyebaran angket adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Mahasiswa yang melakukan perawatan di klinik kecantikan pada tahun 2020

No	Nama	Klinik	Perawatan	Biaya
1.	SH	Diva Klinik	Wajah	250.000
2.	ROP	AA Skin Care	Totok wajah	300.000
3.	SFS	Bening Skincare Klinik	Wajah	350.000
4.	FZ	Beauty Lounge	Facial, pedicure, creambath	250.000
5.	RA	Klinik Dokter Khaira Anum	Kulit	300.000

6.	TOP	Natasha Skin Care	Peeling, sinar biru	600.000
7.	EY	Diva Klinik	Facial	100.000
8.	SAR	Roro Mendut	Komedo dan lulur wajah	150.000
9.	SH	Erha	Facial	500.000
10.	DP	Diva Klinik	Wajah	250.000

Sumber: Penyebaran Angket di Jurusan Sosiologi FIS UNP, 2020

Berdasarkan data di atas, rata-rata mahasiswa Jurusan Sosiologi melakukan perawatan di klinik kecantikan sesuai dengan kebutuhan mereka, dan perawatan dilakukan diberbagai klinik kecantikan untuk mendapatkan wajah dan kulit yang ideal. Selain itu, mahasiswa juga melakukan perawatan untuk mengatasi masalah pada wajah dan kulit mereka seperti jerawat, komedo, bruntusan dan wajah kusam. Biaya yang dikeluarkan untuk melakukan perawatan kecantikan tergolong tinggi dan biaya yang dikeluarkan berasal dari uang saku yang diberikan oleh orang tua mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari selama perkuliahan.

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini diantaranya penelitian oleh Trigita Ardikawatijava Tresna dengan judul *“Perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa FIS UNY pada klinik kecantikan”*. Temuannya bahwa keinginan untuk tampil cantik, tampil lebih percaya diri dengan memiliki kriteria kecantikan yang ada telah menyebabkan para mahasiswa menganggap bahwa melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan merupakan suatu pemenuhan kebutuhan. Faktor pendorong perilaku konsumtif mahasiswa FIS UNY pada klinik kecantikan yang berhasil peneliti temukan di lapangan dibedakan menjadi dua yaitu: faktor pendorong internal dan faktor pendorong eksternal. Faktor pendorong internal antara lain kepribadian, pengalaman belajar dan motivasi. Sedangkan faktor pendorong eksternal antara lain kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan situasi (Tresna & V. Indah Sri pinasti, 2019).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Didin Dwi Kartikasari dengan judul *“Trend perawatan kecantikan perempuan (Fenomenologi pemaknaan kecantikan pada konsumen perempuan di klinik kecantikan Natasha Skin Care Kota Madiun)”*. Temuannya bahwa terdapat dua makna cantik yaitu kecantikan sebagai kepercayaan diri dan sebagai penunjang atau tuntutan pekerjaan. Perempuan membutuhkan pengakuan agar dipuji dan dihargai terhadap kecantikan yang dimilikinya. Perempuan membutuhkan sebuah pengakuan dari masyarakat atas kecantikannya, sehingga ketika mendapat pujian dari orang lain, maka ia akan merasa lebih percaya diri untuk bergabung di lingkungan masyarakat. Selain itu, munculnya anggapan dengan menjadi cantik akan lebih mudah mendapatkan pekerjaan juga menjadi pendorong bagi perempuan untuk tampil cantik dan menarik (Kartikasari, n.d.).

Kemudian menurut Elsa Monica dengan judul *“Perilaku konsumtif mahasiswa di Perkotaan dalam penggunaan produk perawatan wajah di klinik kecantikan”*. Temuannya adalah menjamurnya klinik kecantikan di Kota Surabaya dan klinik tersebut melakukan promosi melalui media sosial dan media cetak untuk menawarkan produk perawatan wajah serta keunggulannya. Hal tersebut banyak diminati oleh mahasiswa, sehingga perawatan wajah menjadi kebutuhan utama bukan kebutuhan sekunder lagi. Hal tersebut menimbulkan dampak negatif, yaitu perilaku konsumtif pada mahasiswa karena menggunakan produk-produk dan pelayanan dari klinik kecantikan (Sholihuddin, 2016).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu melakukan perawatan di klinik kecantikan dan mengonsumsi produk dari klinik kecantikan untuk tampil cantik sesuai dengan kriteria cantik yang sudah ada, lebih percaya diri dan dihargai dalam lingkungannya. Selain itu, subjek penelitiannya konsumen perempuan dan terdapat makna cantik yang membuat perempuan melakukan perawatan di klinik kecantikan seperti kecantikan sebagai kepercayaan diri dan kecantikan sebagai penunjang atau tuntutan pekerjaan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya lebih fokus kepada makna cantik bagi mahasiswa dan perilaku konsumtif mahasiswa dalam melakukan perawatan di klinik kecantikan. Sedangkan penelitian ini lebih fokus kepada motif yang mendasari mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif yang mendasari mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan. Perawatan di klinik kecantikan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, selain itu mahasiswa juga menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh klinik kecantikan secara terus-menerus agar hasil yang diperoleh lebih maksimal. Berdasarkan rumusan masalah tersebut yang menjadi pertanyaan peneliti adalah *apa motif mahasiswa Jurusan Sosiologi melakukan perawatan di klinik kecantikan ?*

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yaitu suatu pendekatan yang berusaha menjelaskan realita sosial yang ingin diteliti secara mendalam dengan menggunakan data kualitatif berupa kata-kata, abstraksi, observasi dan pernyataan (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian kualitatif peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi data, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna (Sugiyono, 2009). Penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui mengenai motif mahasiswa Jurusan Sosiologi FIS UNP melakukan perawatan di klinik kecantikan. Tipe penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Studi kasus adalah metode penelitian untuk mengetahui secara mendalam suatu objek dengan mengumpulkan data tentang fenomena / keadaan yang diperlukan secara lengkap. Peneliti memilih tipe penelitian studi kasus karena ingin mengungkapkan sedalam-dalamnya mengenai motif mahasiswa Jurusan Sosiologi FIS UNP melakukan perawatan di klinik kecantikan. Dengan menggunakan tipe studi kasus diharapkan peneliti dapat memahami dengan spesifik dan mendalam tentang motif mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan.

Penelitian ini menggunakan teknik pemilihan informan secara purposive sampling. Teknik *purposive sampling* yaitu penarikan sampel yang dilakukan secara sengaja atau peneliti menentukan sendiri informan penelitian yang dapat memberikan informasi mengenai permasalahan penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial yang melakukan perawatan dan menggunakan produk-produk dari klinik kecantikan. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 16 orang mahasiswa Jurusan Sosiologi FIS UNP.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri atas observasi (*observation*). Wawancara mendalam (*indepth interview*) dan dokumentasi (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu 1) Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti dan bisa melalui partisipasi atau nonpartisipasi, maksudnya metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian yang melalui pengamatan dan penginderaan (Bugin,

2012). Metode ini dipilih agar peneliti mendapatkan gambaran yang konkrit mengenai permasalahan dalam penelitian ini yaitu motif mahasiswa Jurusan Sosiologi melakukan perawatan di klinik kecantikan. 2) Wawancara mendalam (*Indepth Interview*) yaitu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang topik yang diteliti. Wawancara mendalam dilakukan dengan intensif dan berulang-ulang (Bugin, 2012). Wawancara yang dilakukan secara intensif dan berulang-ulang membuat peneliti mendapatkan data secara detail mengenai motif mahasiswa Jurusan Sosiologi melakukan perawatan di klinik kecantikan. 3) Studi dokumentasi adalah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen (Sugiyono, 2009). Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih dapat dipercaya jika didukung oleh data dokumen. Dokumentasi dalam penelitian dapat berupa foto, data, dan catatan penting mengenai suatu fenomena yang ingin diteliti.

Triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Data akan dianggap valid bila sudah terdapat jawaban yang sama dari berbagai informan yang berbeda dari pertanyaan yang diajukan sehingga tercapai tingkat kejenuhan data, kemudian dianalisis sehingga dapat menjawab semua pertanyaan peneliti yang disiapkan dalam pedoman wawancara. Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mengadopsi yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman (Bugin, 2012) yaitu: 1) Reduksi data, pada tahap ini peneliti memilih dan memilah data, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak dibutuhkan dan mengorganisasikan data agar lebih sistematis, sehingga dapat dibuat suatu kesimpulan yang bermakna tentang motif mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan. 2) Penyajian data merupakan gambaran keseluruhan dari sekelompok data yang diperoleh agar mudah di baca secara menyeluruh. Dengan adanya penyajian data maka peneliti dapat memahami motif mahasiswa Jurusan Sosiologi melakukan perawatan di klinik kecantikan. 3) Verifikasi merupakan kegiatan yang dilakukan setelah reduksi data dan penyajian data sehingga akhirnya dapat ditarik suatu kesimpulan. Verifikasi data dalam penelitian ini dilakukan secara terus-menerus sepanjang proses penelitian berlangsung sejak awal memasuki lapangan atau selama proses pengumpulan data.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian yang dilakukan berdasarkan observasi dan wawancara mengenai motif mahasiswa Jurusan Sosiologi FIS UNP yang melakukan perawatan di klinik kecantikan dengan sejumlah narasumber didapat berbagai informasi. Kesadaran mahasiswa akan kecantikan membuat mereka melakukan perawatan di klinik kecantikan, dan hal tersebut sudah menjadi suatu kebutuhan. Kebutuhan akan perawatan kecantikan sekarang ini sudah berubah menjadi kebutuhan primer, bukan kebutuhan tersier lagi. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya bermunculan klinik-klinik kecantikan dan tingginya angka pembelian terhadap produk-produk dan layanan kecantikan. Mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan karena adanya dorongan untuk tampil cantik sesuai dengan kriteria cantik yang sudah ada. Biaya yang relatif tinggi tidak menjadi hambatan bagi mahasiswa untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan, hal tersebut dikarenakan sudah terbentuknya pola pikir dalam diri mahasiswa bahwa kalau ingin cantik harus rela mengorbankan waktu maupun biaya.

Motif mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan jika dikaji lebih dalam lagi maka akan berkembang dan semakin banyak variasi motif yang ditemukan. Motif adalah dorongan di dalam diri individu yang timbul karena adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh seseorang. Motif merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorong seseorang tersebut untuk bertindak. Menurut Giddens (1991:64) motif sebagai dorongan yang memberi energi pada tindakan manusia sepanjang lintasan kognitif atau perilaku kearah pemuasan kebutuhan. Motif merupakan sesuatu yang dipelajari melalui interaksi Interpersonal dan tujuan yang ingin dicapainya adalah mempunyai interaksi dengan orang lain (Anggriany, 2006). Motif yang ada dalam diri seseorang berwujud dalam perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang tersebut. Motif mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan jika dikaji lebih dalam lagi maka akan berkembang dan semakin banyak variasi motif yang ditemukan. Ada beberapa motif yang mendasari mahasiswa untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan, yaitu:

Tampil cantik dan percaya diri

Standar kecantikan membuat perempuan sangat memperhatikan penampilan mereka, baik penampilan wajah, tubuh, rambut, dan gigi. Perempuan sadar akan penampilannya dan berusaha untuk memperbaiki penampilan tersebut agar sesuai dengan kriteria kecantikan yang ideal. Penampilan yang cantik sesuai dengan kriteria kecantikan yang sedang berkembang mengakibatkan banyaknya masyarakat khususnya kaum perempuan untuk menggunakan produk-produk kecantikan. Perempuan menggunakan produk kecantikan untuk menunjang penampilan, serta merawat dan menjaga kecantikan mereka. Pandangan terhadap kecantikan yang ideal mendorong seseorang untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan agar memiliki kulit wajah yang glowing dan bersih. Perempuan dituntut untuk selalu tampil cantik dan menarik, oleh karena itu banyak perempuan yang melakukan perawatan di klinik kecantikan.

Berikut hasil wawancara dengan mahasiswa SH (21 tahun) yang memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan mengatakan bahwa:

“...Perempuan harus merawat dan menjaga penampilan agar terlihat cantik baik di lingkungan masyarakat maupun di lingkungan kampus. Saya melakukan perawatan di klinik kecantikan karena ingin terlihat cantik dan setelah melakukan perawatan kulit wajah saya bersih dan lebih cerah sehingga wajah saya terlihat cantik. Sebelumnya saya tidak terlalu mempedulikan kulit wajah saya, akan tetapi semenjak banyak perempuan yang memiliki wajah yang putih dan mulus, maka saya juga berpikir untuk memiliki kulit wajah seperti itu” (Wawancara, tanggal 22 Maret 2021).

Hasil wawancara di atas, mahasiswa SH melakukan perawatan di klinik kecantikan agar kulit wajahnya terawat, kulit wajah bersih dan terlihat lebih cerah dari sebelumnya. Setelah melakukan perawatan, SH merasa puas karena mereka merasa kulit wajah lebih cantik karena terlihat lebih cerah. Adanya pengaruh dari warna kulit seseorang membuat timbulnya keinginan untuk memiliki kulit wajah yang putih dan mulus dengan melakukan perawatan di klinik kecantikan

Ternyata hal tersebut juga disampaikan oleh mahasiswa SFS (22 tahun), bahwa:
“...Tampil percaya diri didepan orang banyak membutuhkan keberanian, apalagi sekarang ini kalau tidak glowing tidak dianggap, sehingga banyak perempuan yang tidak percaya diri. Saya juga merasa kurang percaya diri karena wajah saya

yang kusam dan tidak mulus, maka saya memilih melakukan perawatan di klinik. Hasil yang saya peroleh lumayan bagus, wajah saya lebih cerah dari biasanya dan saya pun mulai tampil percaya diri didepan orang banyak, saya tidak perlu merasa minder lagi” (Wawancara, tanggal 26 Maret 2021).

Berdasarkan informasi dari informan di atas, dapat disimpulkan bahwa seseorang akan dihargai apabila memiliki wajah yang glowing, dan hal tersebut membuat perempuan tampil tidak percaya diri. SFS awalnya juga merasa tidak percaya diri, namun dengan adanya klinik kecantikan, dan melakukan perawatan maka ia bisa tampil percaya diri karena wajahnya sudah mulai cerah. Dalam hal ini kondisi wajah seseorang menjadi penentu dalam bersosialisasi dengan orang lain dan membuat seseorang bisa tampil percaya diri didepan orang banyak

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan bahwa motif dari beberapa mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan karena ingin tampil cantik dan percaya diri. Hal tersebut disampaikan oleh mahasiswa Jurusan Sosiologi yang melakukan perawatan di klinik kecantikan. Jika sudah memiliki kulit wajah yang mulus dan bersih maka akan terlihat cantik, kemudian akan memudahkan mereka untuk bersosialisasi dengan teman-teman yang lain dengan percaya diri dan tanpa harus merasa minder. Menurut pemikiran Baudrillard, kecantikan menjadi syarat mutlak bagi perempuan. Cantik bukan lagi pengaruh dari alam, tetapi kualitas mendasar dan wajib bagi perempuan untuk memelihara wajah dan kelangsingannya. Oleh karena itu mahasiswa melakukan perawatan agar wajah mereka terlihat lebih bersih dan cantik. Mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan agar terlihat cantik dan lebih percaya diri, oleh karena itu mahasiswa tidak hanya mengkonsumsi suatu barang berdasarkan nilai guna, melainkan juga mengkonsumsi tanda atau simbol yang melekat pada barang dan jasa itu sendiri, yaitu untuk terlihat cantik dengan kulit wajah yang bersih, mulus dan putih.

Kulit wajah yang bermasalah

Motif mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan tidak hanya ingin tampil cantik dan percaya diri. Kulit wajah yang bermasalah juga merupakan faktor yang mendorong mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan, karena wajah merupakan bagian terpenting dalam berpenampilan. Banyak masalah yang terdapat pada wajah seseorang, seperti jerawat, bruntusan, komedo, bekas luka, wajah kusam, kulit wajah yang kering dan kulit wajah yang memerah apabila terpapar sinar matahari.

Adapun pendapat mahasiswa tentang motif melakukan perawatan di klinik kecantikan disampaikan oleh ROP (23 tahun) bahwa:

“...Saya melakukan perawatan di klinik kecantikan karena jerawat saya tidak hilang dan semua produk sudah saya coba, malahan jerawat saya tambah banyak. Akhirnya saya disarankan oleh kerabat untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan dan rutin melakukan perawatan. Setelah melakukan perawatan di klinik kecantikan wajah saya mulai membaik dan saya ingin masalah di wajah saya berkurang, sehingga wajah saya bisa bersih dan mulus lagi” (Wawancara tanggal 18 Maret 2021).

Dari penjelasan di atas, motif ROP melakukan perawatan di klinik kecantikan karena sudah putus asa dengan wajahnya yang berjerawat. Berbagai produk sudah ia coba untuk menghilangkan jerawat namun hasilnya tetap sama, bahkan terkadang jerawatnya makin banyak. Berdasarkan saran dari kerabatnya, ROP memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan dan ia rutin melakukan perawatan serta mengkonsumsi produk-produk dari klinik

tersebut. Setelah itu, wajah ROP mulai membaik dan jerawatnya sudah mulai berkurang, ia berharap wajahnya bisa bersih dan mulus lagi.

Hal serupa juga disampaikan oleh FA (21 tahun) bahwa:

“...Awalnya saya tidak tertarik melakukan perawatan di klinik kecantikan dan menggunakan produk-produk kecantikan, tapi karena bekas jerawat saya susah hilang dan sudah coba berbagai produk tapi hasilnya masih sama. Adek saya menyarankan untuk melakukan perawatan dan mengonsumsi produk dari klinik kecantikan. Setelah melakukan perawatan dan menggunakan produk dari klinik kecantikan, bekas jerawat saya mulai memudar” (Wawancara tanggal 19 Maret 2021).

Berdasarkan wawancara di atas, motif FA mengonsumsi produk dari klinik kecantikan karena bekas jerawatnya yang tidak hilang walaupun sudah menggunakan berbagai produk. Kemudian ia memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan dan mengonsumsi produk-produk kecantikan tersebut. Hasil yang didapat pun tidak mengecewakan karena bekas jerawat di wajahnya sudah mulai hilang dan ia merasa lebih percaya diri, walaupun harus mengeluarkan biaya lebih

Berdasarkan hasil observasi di lapangan motif mahasiswa untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan karena kulit wajah mereka yang berjerawat dan mereka sering dikatai oleh teman-teman dan keluarganya tidak pandai merawat diri. Mahasiswa yang memiliki kulit berjerawat juga ingin memiliki kulit yang bersih dan mulus, serta lebih memudahkan mereka dalam bersosialisasi di lingkungan mereka. Hal tersebutlah yang membuat mereka akhirnya memutuskan untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan. Perilaku konsumtif erat kaitannya dengan teori masyarakat konsumsi. Menurut Baudrillard masyarakat konsumsi adalah masyarakat yang dibentuk dari hasrat yang selalu ingin mengonsumsi tanpa batas. Mahasiswa yang melakukan perawatan dan menggunakan produk-produk dari klinik kecantikan akan mejadi konsumtif. Hal tersebut terjadi karena produk-produk yang ditawarkan oleh klinik kecantikan penggunaannya harus dilakukan secara terus-menerus agar hasilnya maksimal. Harga yang harus dikeluarkan untuk membeli produk kecantikan tersebut terbilang mahal, jika produk tersebut sudah habis maka mahasiswa harus membeli lagi produk tersebut. Dan nantinya akan menimbulkan efek ketergantungan bagi mahasiswa yang menggunakan produk-produk kecantikan tersebut.

Adanya pengaruh dari media Massa atau media sosial

Media massa atau media sosial sangat besar perannya dalam mengenalkan berbagai produk-produk, terlebih dalam mengenalkan produk-produk yang berhubungan dengan kecantikan. Iklan yang ditampilkan oleh media massa atau media sosial menawarkan berbagai produk kecantikan yang dapat mengatasi semua masalah yang ada pada tubuh perempuan. Selain itu, media massa atau media sosial kerap kali menggunakan model-model yang memiliki paras cantik, putih, bersih dan mulus. Dengan adanya media massa atau media sosial terciptanya suatu pandangan dan pemikiran terhadap kecantikan dalam masyarakat. Hal tersebut dikarenakan para produsen periklanan menggunakan model yang memiliki tubuh yang ideal. Jika para konsumen ingin memiliki kulit dan tubuh yang cantik seperti model iklan maka konsumen harus menggunakan produk-produk yang di iklan oleh model tersebut. Hal tersebut membuat berkembangnya stereotype bahwa perempuan cantik identik dengan konsep kecantikan dari iklan tersebut. Perempuan pun berusaha untuk merubah penampilan mereka sesuai dengan kriteria cantik yang berkembang dalam masyarakat.

Seperti yang disampaikan oleh SYD (20 tahun) bahwa:

“...Saya mulai merawat kulit wajah saya karena sekarang banyaknya produk kecantikan yang ditawarkan di televisi dan media sosial seperti instagram. Orang yang menjadi model iklannya juga memiliki tubuh dan wajah yang cantik, jadi saya juga ingin seperti itu. Selain itu saya juga ingin kulit wajah saya bersih dan sehat, jadi saya menggunakan produk-produk kecantikan dan melakukan perawatan di klinik kecantikan. Hasil yang diperoleh pun tidak mengecewakan karena wajah saya menjadi lebih bersih” (Wawancara, tanggal 26 Maret 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, SYD melakukan perawatan di klinik kecantikan karena melihat iklan yang ada di televisi dan media sosial. Media massa atau media sosial sangat mempengaruhinya dalam memaknai suatu kecantikan. Media massa atau media sosiallah yang menjadi motif untuk melakukan perawatan. Mahasiswa berusaha tampil cantik dengan cara menggunakan produk-produk kecantikan dan melakukan perawatan di klinik kecantikan. Ia juga ingin memiliki kulit wajah yang sehat, putih dan mulus seperti model iklan kecantikan yang ia lihat di media massa dan media sosial.

Hal serupa juga disampaikan oleh mahasiswa YA (23 tahun) bahwa:

“...Saya mengetahui klinik kecantikan ini dari media sosial instagram, mereka menawarkan berbagai jenis pelayanan perawatan kecantikan dan produk-produk kecantikan yang bisa membuat wajah lebih cerah dan glowing. Akhirnya saya mencoba untuk konsultasi ke klinik tersebut dan menggunakan produk yang ditawarkan oleh klinik tersebut. Setelah menggunakan produk tersebut kulit wajah saya terlihat lebih cerah dan mulus” (Wawancara tanggal 26 Maret 2021).

Dalam hal ini motif YA melakukan perawatan di klinik kecantikan karena adanya iklan di instagram sehingga ia memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan ketimbang melakukan perawatan sendiri. Mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan karena tertarik dengan tawaran iklan di media sosial instagram yang menawarkan pelayan dan produk yang bisa mencerahkan dan kulit wajah jadi glowing. Pengaruh dari media sosial instagram sangat besar karena umumnya sekarang setiap orang memiliki instagram, dan umunya sekarang ini instagram lebih banyak menampilkan hal-hal mengenai kecantikan. Hal tersebut memungkinkan perempuan lainnya juga ingin memiliki kecantikan ideal tersebut.

Menurut Baudrillard, konsumsi akan barang dan jasa bukan hanya sekedar nafsu untuk membeli banyak komoditas atau objek. Konsumen yang mengkonsumsi produk-produk perawatan wajah dipengaruhi oleh promosi-promosi yang dilakukan oleh kapitalis atau pemilik produk kecantikan tersebut. Semakin banyak barang atau jasa yang dipromosikan maka semakin banyak pula konsumen yang tertarik dengan komoditas tersebut. Godaan dari media massa atau media sosial sampai sekarang ini masih sangat berpengaruh, apalagi dalam bidang kecantikan. Karena adanya godaan ini, banyak mahasiswa yang melakukan perawatan di klinik kecantikan untuk mendapatkan kulit dan tubuh yang sesuai dengan kecantikan ideal.

Hasil yang diperoleh lebih cepat

Memiliki kulit wajah yang cantik, bersih dan mulus merupakan sebuah anugerah bagi seorang perempuan. Namun tidak semua perempuan memiliki kulit wajah yang bersih dan mulus, oleh karena itu perempuan tersebut berusaha tampil cantik dengan melakukan berbagai cara salah satunya melakukan perawatan di klinik kecantikan. Klinik kecantikan menjanjikan kulit yang bersih dan mulus kepada para konsumennya. Hal tersebut membuat

banyak perempuan yang tertarik melakukan perawatan di klinik kecantikan, apalagi sekarang ini banyak promosi yang diberikan oleh klinik kecantikan. Hasil yang diperoleh setelah mahasiswa melakukan perawatan dan mengonsumsi produk dari klinik kecantikan yang relatif singkat, membuat mahasiswa lebih memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan ketimbang menggunakan produk-produk kecantikan yang diiklan di media massa dan di pasaran. Hasil yang diperoleh dari perawatan di klinik kecantikan memang lebih cepat dibandingkan perawatan sendiri menggunakan produk kecantikan yang dijual di pasaran.

Seperti yang disampaikan oleh DRP (20 tahun) yang mengatakan bahwa:

“...Saya lebih memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan karena hasil yang diperoleh lebih maksimal dan cepat dibandingkan menggunakan produk dipasaran. Dulu sebelum saya melakukan perawatan di klinik kecantikan, saya menggunakan produk yang dijual dipasaran untuk menghilangkan jerawat dan bekas jerawat. Setelah menggunakan produk tersebut tidak ada hasilnya sama sekali, jerawat saya masih ada. Oleh karena itu saya melakukan perawatan di klinik kecantikan setelah disarankan oleh teman saya yang wajahnya juga berjerawat. Hanya dibutuhkan waktu kurang lebih sebulan, jerawat saya udah mulai hilang dan berkurang dari biasanya” (Wawancara tanggal 25 Maret 2021).

Hal tersebut dikarenakan klinik kecantikan berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan yang terbaik untuk konsumennya, dan perawatan di klinik kecantikan juga harus rutin dilakukan oleh para konsumen. Klinik kecantikan menggunakan bahan-bahan yang bermutu tinggi dan aman untuk tubuh. Selain itu, klinik kecantikan juga menggunakan teknologi yang canggih dalam melakukan perawatan, sehingga hasil yang didapatkan pun maksimal dan waktu yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasilnya relatif singkat.

Ternyata pendapat tersebut juga disampaikan oleh ROP (23 tahun) bahwa:

“...Saya sudah merasa putus asa dengan berbagai produk yang ada di pasaran karena jerawat saya masih banyak dan tidak ada hasilnya sama sekali, yang ada jerawat saya malah semakin banyak. Oleh sebab itu saya disarankan oleh kerabat dan teman saya untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan. Hasil yang didapatkan pun memuaskan, jerawat saya mulai berkurang. Hasil yang diperoleh pun hanya dalam waktu yang relatif singkat dan cepat” (Wawancara tanggal 18 Maret 2021).

Dari penjelasan di atas, motif mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan karena sudah merasa putus asa dengan produk-produk di pasaran yang tidak menghasilkan apapun. Sedangkan klinik kecantikan menjanjikan kulitnya bersih dari jerawat, dan hal itu pun terwujud hanya dalam waktu yang bisa dibilang relatif singkat dan cepat. Simulasi yang dilakukan oleh klinik kecantikan adalah dengan cara memberikan pelayanan dan promo-promo yang mampu membuat konsumennya khususnya mahasiswa tertarik untuk melakukan perawatan di klinik kecantikan tersebut. Adanya peran media dalam menampilkan iklan-iklan promo mengenai perawatan dan produk kecantikan sehingga membuat mahasiswa merasa puas dengan hasil yang diberikan oleh klinik kecantikan. Klinik kecantikan berusaha memberikan hasil yang maksimal demi membuat konsumennya puas dan tertarik untuk melakukan perawatan di klinik tersebut

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konsumsi yang dikemukakan oleh Jean. P. Baudrillard, kerangka berfikir teori ini adalah tindakan konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa bukanlah atas dasar pertimbangan rasionalitas. Rasionalitas dan

kehati-hatian masyarakat dalam mengkonsumsi barang dan jasa seakan telah runtuh demi mendapatkan citra yang diinginkan. Menurut Baudrillard logika sosial konsumsi tidak terfokus pada pemanfaatan nilai guna barang, melainkan pada produksi dan manipulasi sejumlah penanda sosial. Menurut Featherstone (2008) konsumsi menurut Baudrillard adalah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda, dan untuk menjadi objek konsumsi, objek harus mengandung atau bahkan menjadi tanda (Anandita, 2014). Dalam penelitian ini, keinginan untuk menjadi cantik dengan melakukan perawatan kecantikan dan mengkonsumsi produk-produk kecantikan dari klinik merupakan wujud dari masyarakat konsumsi yang menginginkan sebuah citra atau prestise terhadap dirinya. Pengkonsumsian produk-produk kecantikan tersebut menimbulkan adanya perilaku konsumtif, karena produk tersebut harus digunakan secara terus-menerus agar hasil yang diperoleh lebih maksimal. Ketika seseorang mendapatkan pujian dari orang lain tentang kecantikannya, maka ia akan berusaha untuk mempertahankan kecantikannya dengan terus-menerus mengkonsumsi produk-produk kecantikan. Mahasiswa memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan karena adanya dorongan untuk lebih menghargai dirinya dengan menjadi cantik sesuai standar kecantikan yang telah ada. Motif mahasiswa melakukan perawatan di klinik kecantikan sangat bervariasi, sesuai dengan layanan perawatan yang ingin mereka lakukan dan masalah kulit yang mereka alami.

Kesimpulan

Kecantikan adalah suatu hal yang sangat didambakan oleh setiap perempuan. Untuk mendapatkan kulit yang cantik sesuai dengan kriteria kecantikan ideal banyak perempuan yang melakukan perawatan pada tubuh dan wajahnya. Salah satunya dengan melakukan perawatan di klinik kecantikan dan mengkonsumsi produk dari klinik kecantikan tersebut. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Tindakan konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa bukanlah atas dasar pertimbangan rasionalitas. Rasionalitas dan kehati-hatian masyarakat dalam mengkonsumsi barang dan jasa seakan telah runtuh demi mendapatkan citra yang diinginkan. Selain itu, masyarakat mengkonsumsi suatu barang atau jasa karena adanya godaan (*seduction*).

Godaan terhadap produk-produk dan layanan perawatan yang ditawarkan oleh klinik kecantikan membuat mahasiswa mengkonsumsi hal tersebut. Klinik kecantikan juga menawarkan berbagai layanan dan produk-produk kecantikan dengan menggunakan teknologi modern dan dokter spesialis, sehingga membuat mahasiswa percaya bahwa klinik kecantikan mampu mengatasi masalah yang timbul pada wajah mereka. Selain itu, pengaruh dari media massa atau media sosial tentang kecantikan mengubah pandangan mahasiswa tentang makna dan kriteria kecantikan membuat banyaknya mahasiswa yang memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan. Kecantikan yang ditawarkan adalah memiliki kulit putih, mulus dan bersih sesuai dengan yang ditampilkan oleh media massa atau media sosial. Adanya pola pikir yang tertanam dalam diri mahasiswa bahwa kecantikan sangat berperan penting dalam bergaul, bersosialisasi dan percaya diri untuk tampil cantik membuat mahasiswa lebih memilih melakukan perawatan di klinik kecantikan. Dampak yang timbul dari hal tersebut adalah adanya perilaku konsumtif karena ketergantungan akan produk-produk dari klinik kecantikan tersebut. Penggunaan dari produk-produk tersebut harus secara rutin, dan jika tidak dilakukan secara rutin dapat menimbulkan masalah seperti wajah yang mulai berjerawat atau wajah yang kusam.

Daftar Pustaka

- Anandita, D. (2014). Konsumsi Tanda Pada Fashion Hijab. *Jurnal Mahasiswa Sosiologi*, 3(1)
- Anggriany, N. (2006). Motif Sosial dan Kebermaknaan Hidup Remaja Pagaralam. *Psikologika : Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 11(21).
<https://doi.org/10.20885/psikologika.vol11.iss21.art5>
- Baudrillard, J. P. (2011). *Masyarakat Konsumsi*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Bugin, B. (2012). *Analisis Data penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Imron, A. (2014). Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Pengguna Perawatan Wajah di Klinik Kecantikan. *Paradigma*, 02(03), 1–8.
- Kartikasari, D. D. (2014). *Trend Perawatan Kecantikan Perempuan (Studi Fenomenologi Pemakaian Kecantikan Pada Konsumen Perempuan di Klinik Kecantikan Natasha Skin Care Kota Madiun)*.
- Khumaira, K., & Restu, R. Y. S. (2018). Hubungan Antara Harga Diri, Citra Tubuh, dan Dukungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Konsumen Klinik Perawatan Kecantikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Liana, C. (2016). Perubahan Konsep Kecantikan Menurut Iklan Kosmetik Di Majalah Femina Tahun 1977-1995. *Avatara*, 4(1), 167–180.
- Melliana, A. (2006). *Menjelajahi Tubuh Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKIS.
- Sari, I. P. (2019). Rekonstruksi dan Manipulasi Simbol Kecantikan. *Hawa*, 1(1).
<https://doi.org/10.29300/hawapsga.v1i1.2221>
- Sholihuddin, M. H. (2016). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Perkotaan dalam Penggunaan Produk Perawatan Wajah di Klinik Kecantikan*. (071211431014).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tresna, T. A. J., & V. Indah Sri pinasti, M. S. (2019). Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fis Uny Padaklinik Kecantikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Wolf, N. (2002). *Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: Niagara.