

Gaya Hidup Mahasiswi Pengguna Riasan Wajah

Cucum Alfi Mawarni¹, Yuhastina², Abdul Rahman³

^{1,2,3} Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret, Surakarta

*Corresponding author, e-mail: mawarnicucumalfi@gmail.com

Abstract

The focus of the study was the lifestyle of female students who used makeup, particularly those who used it every day. This study is a descriptive qualitative study, while the sampling technique used is purposive sampling technique with all six informants who are FKIP UNS students and active users of makeup. Then, for data collection techniques that are done by way of interviews and observations. Meanwhile, the purpose of the study was to find out the lifestyle displayed by female students who use makeup. The results of this study include their efforts in meeting their cosmetic needs, the way they shop for cosmetics, as well as their consumptive behaviors that are then displayed in some good habits in the use of time to priority in choosing products. Generally, these students are of the view that makeup is a thing that must be fulfilled. By using cosmetics, they feel they can appear more free and confident.

Keywords: *Lifestyle, makeup, cosmetics*

Received August 4, 2021

Revised November 28, 2021

Published December 7, 2021



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2018 by author.

Pendahuluan

Dewasa ini masyarakat telah banyak mengalami perkembangan, di mana segala aspek dalam kehidupan sosialnya pun berubah termasuk gaya hidup. Seiring dengan hal tersebut, konsumsi dalam masyarakat pun juga mengalami perubahan. Konsumsi masyarakat tidak lagi sebatas kebutuhan sandang dan pangan tetapi juga kebutuhan lain untuk mendukung kehidupannya di lingkungan sosialnya. Sesuatu yang sebelumnya dianggap tidak perlu justru berubah menjadi hal yang penting untuk menunjang penampilan pemakainya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Elianti & Pinasti (2017) dikatakan bahwa penampilan merupakan proses bagaimana seseorang menggambarkan dan membentuk dirinya agar terlihat menarik dihadapan orang lain sehingga enak dipandang mata. Maka, tidak heran jika dikatakan bahwa penampilan menjadi sesuatu yang sangat perlu diperhatikan pada saat ini. Terutama bagi kalangan muda dalam hal ini khususnya mahasiswi, tentu penampilan menjadi hal yang utama. Selain karena bertemu dengan banyak orang dalam kesehariannya, sebagai anak muda tentu juga memiliki pergaulan yang luas dan adanya rasa ingin menarik perhatian orang lain dan membantu membentuk sebuah hubungan dalam lingkup pergaulan. Begitu juga mahasiswi, saat ini mereka sangat peduli dengan penampilan luar serta selalu mengikut perkembangan-perkembangan gaya terbaru yang sedang menjamur, termasuk juga riasan wajah.

Kini Riasan wajah dianggap sebagai sesuatu yang penting bagi perempuan semua kalangan termasuk mahasiswi dan dianggap mampu menutupi kekurangan-kekurangan yang dapat mengurangi kepercayaan diri seseorang, terlebih lagi semakin berkembangnya standar kecantikan dari masa ke masa. Serta semakin banyaknya tuntutan kecantikan yang secara tidak langsung terus mempengaruhi perempuan, yakni anggapan bahwa cantik adalah sempurna secara fisik. Sehingga membuat perempuan melakukan berbagai macam cara untuk mampu mencapai standar kecantikan “sempurna” yang ada disekitarnya, termasuk menggunakan riasan wajah (Wolf, 1991). Maka, tidak heran pengguna riasan wajah memang semakin meningkat mulai dari orang dewasa, remaja, bahkan anak-anak. Dalam survei yang dilakukan

YouGov (2016) menyatakan bahwa di Indonesia sebanyak 52 persen wanita menggunakan kosmetik setiap harinya.

Sementara yang terbaru yakni sebesar 43,3% perempuan Indonesia menggunakan riasan wajah dari usia 13 tahun (Zap Beauty Index, 2020). Hal tersebut didasari oleh keinginan untuk tampil menarik, percaya diri, serta untuk terlihat lebih cantik dan segar menjadikan alasan para perempuan menggunakan riasan wajah. Penggunaan riasan wajah juga dipercaya dapat memberikan kesan 'tegas' pada bentuk wajah dan membantu penampilan mereka menjadi lebih segar (Riyantie, 2019). Selain itu juga mampu memberikan kepuasan tersendiri dalam keadaan tertentu, riasan wajah juga menghadirkan rasa bangga pada penggunaannya. Gaya hidup sendiri terlihat dari apa yang dikenakan seseorang dan dikonsumsinya dalam kehidupan sehari-hari seperti barang dan jasa. Mahasiswi mengkonsumsi produk kosmetik untuk membuat penampilannya terlihat lebih menarik. Dalam menggunakan produk-produk tentu tidak hanya satu jenis kosmetik yang diaplikasikan di wajah melainkan ada berbagai macam jenis, mulai dari bedak, perona pipi, pensil alis dan lain sebagainya.

Mayoritas perempuan merogoh kocek hingga Rp300.000 setiap bulannya untuk membeli produk kosmetik (Septiani & Indraswari, 2018). Sementara itu, dalam data terbaru yang dikeluarkan oleh Zap Beauty Index (Zap Beauty Index, 2020) para perempuan khususnya Gen Z, mengeluarkan uang kisaran satu juta rupiah hingga dua juta rupiah setiap bulannya untuk produk kecantikan, dengan pemasukan perbulan kisaran Rp500.000 hingga Rp2.000.000. Besarnya pola belanja ini menunjukkan betapa pentingnya kosmetik bagi penampilan perempuan pada saat ini. Hal ini didukung oleh data dari Kementerian Perindustrian (2020) yang dimuat dalam situs resmi mereka, mencatat bahwa pada tahun 2019, industri kosmetik besar dan kecil maupun menengah mencapai 797 industri, di mana pada tahun sebelumnya hanya berjumlah 760 perusahaan. Kenaikan tersebut tentu tidak terlepas dari banyaknya permintaan dan meningkatnya jumlah penduduk usia muda serta perubahan gaya hidup di mana saat ini produk kosmetik suatu kebutuhan primer bagi perempuan. Mahasiswi sebagai seseorang yang belum memiliki penghasilan tetap, tentu sebagian besar pengeluarannya masih bergantung dengan uang yang diberikan orang tua.

Namun, umumnya semakin besar uang bulanan yang diberikan oleh orangtua justru semakin besar pula uang yang dibelanjakan dan semakin tinggi juga konsumsi mereka. Mahasiswi akan semakin mudah tergoda mengeluarkan uang untuk hal-hal yang kurang penting. Yakni melakukan aktivitas konsumsi seperti berbelanja pakaian, sepatu, menghabiskan waktu di kafe, hingga memperbaiki penampilan. Serta kosmetik juga tidak luput dari konsumsi mahasiswi dengan tujuan memperbaiki penampilan (Hardianti, 2017). Pada mahasiswi yang menggunakan riasan wajah tentu memiliki pengeluaran yang lebih banyak, apalagi jika produk-produk kosmetik yang mereka gemari berasal dari merek yang cukup terkenal. Sebagai seorang anak yang pemasukannya sebagian besar masih bersumber dari orang tua, tentu mereka harus pandai menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan. Kembali lagi bahwa pola konsumsi sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Maka, apabila suatu konsumsi terkhusus pada kosmetik ini tidak disikapi dengan baik maka tentu akan menimbulkan perilaku tertentu. Fenomena tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai gaya hidup seperti apa yang ditampilkan oleh para mahasiswi yang menggunakan riasan wajah. Oleh karena itu, penulis merumuskan masalah yaitu: bagaimana gambaran gaya hidup mahasiswi pengguna riasan wajah?

Tinjauan Kepustakaan

Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Adlin (2006) adalah sebuah pola perilaku individu sebagai suatu respon terhadap hal yang terjadi di sekitarnya. Pada dasarnya gaya hidup merupakan pembeda antara satu individu dengan yang lainnya yang berada pada satu lingkungan sama. Selain itu, gaya hidup juga merupakan hasil interaksi antar individu dengan individu maupun kelompok. Sehingga dapat dikatakan bahwa, gaya hidup memiliki sifat saling mempengaruhi. Maka, tentu saja antara individu satu dan lainnya memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Gaya hidup

tergantung pada cara seorang individu dalam menggunakan barang, tindakan, dan sikap seseorang serta cara seseorang menunjukkan standar penampilannya (Chaney, 1996). Contohnya orang-orang yang memiliki kegemaran atau menyukai barang-barang bermerek akan menggunakan uangnya untuk membeli barang-barang tersebut (Kasali, 2007).

Menurut Piliang (Adlin, 2006) bahwa gaya hidup memiliki sifat tertentu seperti:

1. Gaya hidup seperti sebuah pola karena dilakukan secara berulang.
2. Seiring waktu, gaya hidup bukan lagi sesuatu yang personal melainkan sudah menjadi sesuatu yang umum karena telah diikuti oleh banyak orang.
3. Setiap gaya hidup tertentu memiliki waktunya sendiri sesuai dengan perkembangan zaman. Artinya gaya hidup bersifat dinamis yang tidak terikat waktu tertentu, namun akan selalu berkembang maupun berubah..

Riasan Wajah

Riasan dapat dikatakan sebagai suatu tindakan memoles dan memindahkan wajah dengan bantuan kosmetik. Di mana riasan wajah ini dianggap sebagai salah satu cara untuk menutupi kekurangan pada wajah, sehingga seringkali digunakan untuk memperbaiki penampilan (Paningkiran, 2013). Seorang individu bisa saja menggunakan riasan wajah untuk membuat dirinya lebih menarik lagi bahkan ketika pada dasarnya ia sudah memiliki daya tarik tersendiri seperti (1) kenyamanan, (2) kesenangan dan (3) kepercayaan diri. Kemudian, dalam penggunaan riasan wajah sendiri ada dua faktor yang dianggap sebagai pendorong, yakni penggunaan riasan wajah atas dasar kemauan dan kepentingan diri sendiri serta penggunaan riasan wajah yang didasari karena dorongan atau pengaruh dari lingkungan sekitarnya.

Teori Gaya Hidup

Teori gaya hidup dikemukakan oleh David Chaney, yang mendefinisikan gaya hidup adalah suatu tindakan yang dilakukan secara berulang dan pada akhirnya menjadi sebuah rutinitas serta kebiasaan dari si pelaku. Gaya hidup juga dianggap sebagai suatu pengelompokan yang identik dengan masyarakat modern, artinya gaya hidup dapat menunjukkan identitas dari seorang individu atau kelompok. Olehnya, gaya hidup dikonsepsikan sebagai suatu gaya, pola penggunaan barang, uang, waktu hingga tempat (Chaney, 1996). Artinya, gaya hidup bukan hanya sebatas apa yang kita konsumsi sehari-hari tetapi juga bagaimana cara seseorang menghabiskan dan menggunakan hal-hal yang dimilikinya, seperti uang dan barang, termasuk cara seseorang bergaya atau berpenampilan. Penampilan merupakan sesuatu yang dianggap penting oleh sebagian besar orang.

Chaney mengatakan “kamu bergaya, maka kamu ada” ungkapan tersebut memperjelas bahwa penampilan membentuk citra diri atau persepsi dan pandangan orang terhadap pemakainya. Penampilan dan apa yang dikenakan sangat mempengaruhi bagaimana individu diperlakukan dan dianggap oleh orang lain. Maka dari itu setiap orang berusaha untuk berpenampilan sebaik mungkin karena adanya keinginan untuk membuat orang lain berkesan, keinginan untuk tampil berbeda, dan keinginan untuk menunjukkan identitas diri melalui apa yang ia kenakan. Pada akhirnya hal tersebut memunculkan gaya hidup yang berbeda pada setiap orang. Kemudian, Chaney sendiri mengatakan bahwa setiap orang akan mengupayakan untuk memenuhi setiap alat gaya hidupnya dengan cara apapun.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif juga dikenal dengan penelitian yang bersifat apa adanya karena penelitian ini memandang suatu masalah sosial dengan apa adanya atau sesuai dengan realita yang ada di lapangan. Maka dari itu, penelitian ini seringkali digunakan untuk meneliti fenomena yang terjadi dalam kehidupan sosial. Penelitian kualitatif sendiri sangat berpegang pada suatu pengetahuan yang telah teruji kebenarannya (Rukin, 2019). Penelitian deskriptif merupakan sebuah prosedur penelitian di mana akan menghasilkan suatu data deskriptif baik lisan maupun tulisan dari objek yang diteliti. Metode deskriptif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan

menggambarkan mengenai fakta-fakta dan hubungan antar fenomena yang diteliti (Tarjo, 2019).

Penelitian deskriptif dalam kualitatif sendiri berguna untuk menguraikan informasi tentang kejadian yang diteliti. Penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan atau berdasarkan ciri-ciri tertentu sesuai dengan populasi yang telah ditetapkan sebelumnya (Mamik, 2015), maka untuk populasi dan sampel sendiri merupakan mahasiswi pengguna riasan wajah. Dalam penelitian ini sendiri penulis menggunakan sebanyak 6 informan yang keseluruhannya berstatus sebagai mahasiswi dan merupakan pengguna aktif riasan wajah dalam kesehariannya. Adapun penelitian ini sendiri dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret. Semua data dikumpulkan melalui (1) wawancara, yang dilakukan secara informal sehingga informan lebih merasa nyaman menyampaikan informasi, serta (2) observasi, yakni observasi biasa sehingga peneliti tidak terlibat secara emosional dengan informan, kemudian observasi dilakukan antara satu hingga dua kali. Dengan rincian informan dalam nama inisial sebagai berikut:

Tabel 1. Informan Penelitian

No.	Nama (Inisial)	Faktor Internal Penggunaan Riasan Wajah	Faktor Eksternal Penggunaan Riasan Wajah
1.	SO	Ingin lebih percaya diri dan terlihat bagus terutama saat berfoto.	Terpengaruh lingkungan pertemanan yang di mana mayoritas menggunakan riasan wajah.
2.	FI	Untuk memberikan apresiasi pada diri sendiri.	Pengaruh dari media sosial.
3.	HI	Memberikan kenyamanan pada diri sendiri.	Terpengaruh dengan lingkungan pertemanan dan ingin terlihat sama seperti teman-temannya.
4.	SP	Ingin menambah kepercayaan diri.	Adanya dorongan dari lingkungan pertemanan serta media sosial.
5.	IF	Untuk menyenangkan diri sendiri dan menambah rasa Bahagia.	Pengaruh media sosial.
6.	SI	Menyalurkan hobi yakni berdandan, dan sebagai rasa pelampiasan akibat pada masa sekolah tidak diperbolehkan berdandan.	Pengaruh pergaulan di kampus.

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti

Tentu ada beberapa hal yang menjadi fokus dalam observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis, yakni diantaranya terkait dengan (1) barang yang dibeli, (2) uang yang dikeluarkan, (3) tempat berbelanja, (4) pemilihan waktu untuk berbelanja, (5) jumlah kosmetik yang digunakan setiap hari, (6) alasan yang mendasari mereka untuk mencoba suatu produk kosmetik dari merek tertentu, (7) pertimbangan sebelum membeli kosmetik, (8) serta alasan menggunakan riasan wajah oleh informan

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Riasan wajah bagi para penggunanya termasuk dalam hal ini mahasiswi dianggap sebagai sesuatu yang penting, sehingga mereka selalu tampil menggunakan riasan wajah. Mereka sendiri merasa seolah tidak bisa terlepas dan tampil apa adanya tanpa polesan kosmetik. Oleh mereka, riasan wajah dianggap sebagai bentuk apresiasi terhadap diri sendiri yang kemudian memunculkan rasa senang karena mereka merasa lebih cantik. Saat tampil dengan menggunakan riasan wajah, mereka merasa percaya diri dalam menjalankan aktivitasnya dan mendapatkan rasa puas ketika mendapatkan pujian orang lain. Kebiasaan tersebut tentu membuat konsumsi mahasiswi akan produk kosmetik tidak sedikit, dalam satu hari para mahasiswi tersebut memakai sekitar lima hingga tujuh produk kosmetik. Sejalan dengan teori

gaya hidup yang dikemukakan oleh David Chaney, gaya hidup adalah suatu tindakan yang dilakukan secara berulang dan pada akhirnya menjadi sebuah rutinitas serta kebiasaan dari si pelaku.

Kosmetik menjadi salah satu barang yang terus dibeli secara berulang, karena bagi mahasiswi yang menggunakan riasan wajah, kosmetik menjadi barang yang harus ada serta wajib dibeli sebelum dan ketika produk yang mereka pakai habis. Sebagai pengguna riasan wajah pun, mereka sangat selektif dalam memilih kosmetik dan cenderung mengutamakan kualitas daripada harga. Serta beranggapan tidak keberatan untuk membayar dengan harga yang sedikit lebih mahal agar bisa mendapat kualitas yang lebih baik. Uang yang dikeluarkan setiap kali pembelian produk kosmetik pun bukanlah jumlah yang sedikit apalagi setiap produk kosmetik memiliki harga yang variatif, padahal para mahasiswi tersebut belum sepenuhnya mandiri secara finansial. Namun, tidak menjadi persoalan selama harga yang ditawarkan masih berada dikisaran ratusan ribu, karena masih dapat dijangkau. Seperti yang telah dikatakan oleh David Chaney bahwa setiap orang memiliki tempat pilihannya dan caranya masing-masing untuk berbelanja. Di sini, peneliti menemukan ada dua tempat yang menjadi tujuan para mahasiswi tersebut ketika berbelanja, yakni:

1. Dengan cara melalui *e-commerce*

Biasanya ketika berbelanja di *e-commerce*, mereka memilih tanggal tertentu seperti Hari Belanja *Online* Nasional, dan *event* lain seperti 11.11 atau *flash sale* yang sedang berlangsung serta membandingkan harga antara toko satu dengan toko yang lainnya, hal ini dilakukan untuk mendapatkan harga yang paling rendah.

2. Dengan cara melalui toko konvensional

Biasanya waktu yang dipilih adalah akhir pekan, di mana menurut mereka ketika akhir pekan banyak toko yang menawarkan diskon.

Pada dasarnya mereka selalu menyesuaikan tempat berbelanja sesuai dengan tawaran promo yang sedang tersedia. Terlebih lagi dalam *e-commerce* selalu menawarkan promo yang menarik, namun adanya promo justru menimbulkan pemborosan. Hal tersebut karena para mahasiswi tersebut menjadikan promo sebagai kesempatan untuk membeli kosmetik dengan jumlah yang lebih banyak dari biasanya dengan harga lebih murah di setiap produknya sehingga pengeluaran pun menjadi lebih banyak, hal ini tentu justru mengakibatkan sifat konsumtif. Pembelian produk kosmetik juga tentu tidak terlepas dari banyaknya iklan yang ditampilkan dalam berbagai media, baik media televisi maupun media sosial. Di mana tentunya memberikan pengaruh tersendiri bagi para pengguna kosmetik.

Selain itu Gaya hidup juga dianggap sebagai suatu pengelompokan yang identik dengan masyarakat modern, artinya gaya hidup dapat menunjukkan identitas dari seorang individu atau kelompok. Olehnya, gaya hidup dikonsepsikan sebagai suatu gaya, pola penggunaan barang, uang, waktu hingga tempat (Chaney, 1996). Artinya, bahwa setiap orang akan memiliki dan melakukan cara tersendiri untuk memenuhi alat penunjang gaya hidupnya. Maka, hal yang sama juga dilakukan oleh para mahasiswi tersebut. Di mana mereka yang menggunakan riasan wajah kemudian memiliki cara-cara tersendiri dalam mengatur uang untuk memenuhi kebutuhannya, terkhusus dalam hal ini yakni kosmetik. Terkait dengan hal tersebut, peneliti menemukan tiga cara yang dilakukan mahasiswi terkait pemenuhan kebutuhan kosmetiknya, yakni:

1. Menyisihkan Uang Pemberian Orang Tua

Hal ini dilakukan dengan cara memisahkan uang untuk keperluan kebutuhan pokok dan kebutuhan lain, seperti jajan dan kosmetik. Dengan harapan, ketika mereka memerlukan kosmetik maka tidak lagi mengkhawatirkan uang. Meskipun begitu, kadang tidak jarang pembelian kosmetik melebihi uang yang telah disiapkan sehingga mereka harus menambah anggaran pengeluaran dari uang yang lain.

2. *Freelance*

Umumnya, para mahasiswi ini memiliki pekerjaan paruh waktu seperti menjadi tutor atau model *freelance*, dengan alasan untuk mencari uang tambahan sehingga tidak hanya mengandalkan uang dari orang tua. Uang yang diperoleh dari *freelance* ini kemudian akan digunakan untuk kebutuhan lain di luar kebutuhan pokok, seperti baju, kosmetik, tas, dan lain-lain. Mereka beranggapan bahwa apabila menggunakan hasil kerja sendiri, maka mereka lebih merasa leluasa membeli apapun yang diinginkan, tanpa terbebani memberatkan orang tua.

3. Menggunakan Uang Secara Penuh

Dalam hal ini, biasanya mereka tidak memisahkan secara khusus antara kebutuhan pokok dan kebutuhan non-pokok. Sehingga uang yang mereka miliki akan digunakan untuk semua keperluan dan keinginan di bulan yang sama. Namun, hal ini tidak jarang membuat mereka harus berhemat dan menekan kebutuhan pokok yang seharusnya menjadi hal utama untuk keinginan serta keperluan lain yang kurang penting atau bukan prioritas, terutama ketika memasuki akhir bulan.

Gaya hidup tidak hanya muncul dengan sendirinya dalam diri individu. Melainkan ada dorongan yang membuatnya mengikuti gaya hidup tersebut. Chaney mengatakan “kamu bergaya, maka kamu ada” ungkapan tersebut memperjelas bahwa penampilan membentuk citra diri atau persepsi dan pandangan orang terhadap pemakainya. Maka dari itu setiap orang berusaha untuk berpenampilan sebaik mungkin karena adanya keinginan untuk membuat orang lain berkesan, keinginan untuk tampil berbeda, dan keinginan untuk menunjukkan identitas diri melalui apa yang ia kenakan.

Begitu pula dengan apa yang dilakukan para mahasiswi tersebut, di mana keinginan mereka menggunakan riasan wajah tidak hanya didasari oleh motif dari dalam diri sendiri. Melainkan juga karena adanya dorongan dari orang-orang disekitarnya yang kemudian mereka ikuti. Oleh karena riasan wajah telah menjadi bagian yang tidak kalah penting dari suatu penampilan. Hingga akibatnya timbul suatu budaya konsumerisme, di mana sebagai pengguna riasan wajah, mereka membeli kosmetik tidak hanya didasari oleh faktor benar-benar membutuhkan namun juga atas dasar keinginan, atau bisa dikatakan bahwa mereka terdorong oleh kebutuhan palsu, di mana mereka merasa memerlukan suatu barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan ataupun mempengaruhi keberlangsungan hidup mereka.

Selain itu rasa kepuasan yang dirasakan ketika menggunakan riasan wajah juga menjadi pendorong pembelian secara berulang. Rasa kepuasan yang dirasakan pada akhirnya menimbulkan rasa ketergantungan dan kebiasaan untuk terus menggunakan riasan wajah serta mengonsumsi kosmetik secara berulang. Dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa gaya hidup para mahasiswi sebagai pengguna riasan wajah terhadap kosmetik tidak kalah penting dari kebutuhan yang lain. Hingga memunculkan suatu perilaku konsumtif, melakukan pemakaian serta pembelian secara berkelanjutan meskipun kosmetik bukanlah suatu kebutuhan utama. Kemudian, meskipun kemampuan dalam memenuhi kebutuhan masih terbatas, mereka bahkan melakukan berbagai upaya untuk terus memenuhinya. Bahkan sampai berhemat dibutuhkan yang lain hingga menggunakan sistem “*pay later* atau pesan dulu dan bayar belakangan” di *e-commerce* untuk bisa membeli dan memenuhi alat gaya hidupnya. Di mana hal ini justru akan memberatkan dan menambah pengeluaran karena mereka harus berusaha mencicil tagihannya setiap bulan hingga lunas.

Kemudian ketika berbelanja ataupun berdandan membutuhkan waktu yang tidak sedikit, setidaknya paling sedikit sekitar 15 menit, belum lagi Ketika membahas perihal kosmetik Bersama teman-temannya. Padahal seharusnya mereka dituntut untuk mampu mengelola kebutuhannya dengan baik. Dalam setiap pembelian yang dilakukan juga tidak hanya didasari atas kebutuhan melainkan adanya rasa penasaran atau sekadar ingin mencoba. Padahal jika ditelaah, mahasiswi apabila benar-benar membeli karena membutuhkan maka mereka hanya akan membeli apabila produk yang digunakan sudah benar-benar hobi. Selain itu, apabila didasari kebutuhan yang nyata, maka tentu mereka akan melihat suatu produk yang utama adalah berdasarkan fungsinya sehingga mereka hanya akan membeli produk yang benar-benar dan biasa digunakan, bukan justru produk yang menarik rasa penasaran. Karena berapa pun

pengeluaran yang dikeluarkan, apabila produk-produk yang dibeli memiliki fungsi yang sama maka akan terbuang percuma, baik produk maupun uangnya. Jadi, konsumtif seperti inilah yang ditampilkan para mahasiswi pengguna riasan wajah, di mana konsumsi yang dilakukan atas dasar dorongan kebutuhan palsu.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas tentang gaya hidup mahasiswi pengguna riasan wajah, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa gaya hidup yang ditampilkan adalah gaya hidup konsumtif. Perilaku konsumtif dalam diri mahasiswi tersebut terlihat dari beberapa hal yaitu dalam mengonsumsi barang, mahasiswa cenderung menggunakan lebih dari empat produk ketika merias wajah. Selain itu, dalam pembelian kosmetik mereka cenderung membeli produk tidak hanya karena faktor kebutuhan. Tetapi juga didasari rasa ingin mencoba dan memuaskan rasa penasaran, mengikuti teman, alhasil tidak jarang produk kosmetik yang mereka beli hanya berbeda merek atau varian warna saja, padahal pada dasarnya memiliki fungsi yang sama. Maka, pada akhirnya produk yang dibeli hanya akan sia-sia dan menumpuk karena pembelian yang dilakukan tidak tepat sasaran atau atas dasar benar-benar atau sedang membutuhkan.

Kebiasaan cenderung mengesampingkan persoalan harga. Dengan alasan ingin mendapatkan hasil riasan wajah yang bagus. Mereka kemudian berhemat hingga menyisihkan uang untuk bisa membeli kosmetik. Namun, setiap kali pembelian terutama ketika promo mereka justru memanfaatkan kesempatan tersebut agar bisa membeli produk kosmetik dengan jumlah yang lebih banyak dan membeli produk-produk incarannya. Tentu saja hal tersebut justru membuat pengeluaran mereka berlebihan dan berujung pada pemborosan. Bahkan mereka bisa sampai menggunakan fitur *pay later* ketika berbelanja di *e-commerce* dan harus berusaha melunasinya setiap bulan.

Sebagai orang yang aktif menggunakan riasan wajah, mereka rela berlama-lama menghabiskan waktu baik untuk berdandan maupun berbelanja. Padahal kedua hal tersebut bukanlah sesuatu yang sangat penting dan mendesak, waktu yang dimiliki pun sebenarnya dapat dimanfaatkan untuk keperluan lain. Namun, demi berpenampilan menarik membuat mereka merelakan waktu yang banyak untuk kedua hal tersebut. Tentu saja tindakan tersebut dapat dikatakan hanya membuang-buang waktu untuk sesuatu yang tidak terlalu penting.

Daftar Kepustakaan

- Adlin, A. (2006). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta: JALASUTRA.
- Chaney, D. (1996). *LIFESTYLE* (Taylor & F). London: Routledge.
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2017). MAKNA PENGGUNAAN MAKE UP SEBAGAI IDENTITAS DIRI (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta). *Pendidikan Sosiologi*.
- Hardianti, E. (2017). *Pola Pemanfaatan Uang Saku Mahasiswa Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*. Universitas Hasanuddin.
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kementrian Perindustrian. (2020). *Perubahan Gaya Hidup Dorong Industri Kosmetik*.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Taman Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Paningkiran, H. (2013). *Make-Up Karakter Untuk Televisi & Film*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyantie, M. (2019). Konsep Diri Pecinta Make Up Korea (Studi Fenomenologi Konsep Diri Mahasiswa Pecinta Make Up Korea). *Jurnal Inovasi, Vol. 13 No.*, 124–140.
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sulawesi Selatan: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

- Septiani, S., & Indraswari, R. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi, Vol. 9, No, 59–73*.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wolf, N. (1991). *The Beauty Myth: How Images of Beauty are Used Against Women*. New York: Morrow.
- YouGov. (2016, December). *APAC Sependapat Dalam Hal Kosmetik*.
- Zap Beauty Index. (2020). *Zap Beauty Index 2020*.