

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Wanita pada umumnya ingin memiliki kesempurnaan dalam hal penampilan, mulai dari penampilan fisik yaitu memiliki tubuh yang ideal, kulit wajah yang putih dan bersinar. Pada umumnya orang ingin tampil menarik. Keinginan ini tidak terpaku pada bentuk tubuh semata tetapi juga pada aspek lain seperti keindahan rambut terutama keinginan untuk memiliki kulit yang putih dan cerah khususnya pada daerah wajah. Menurut dr. Lily Soepardiman SpKK bila wanita Eropa dan Amerika menginginkan kulit bewarna kecoklatan tetapi wanita Asia cenderung menginginkan kulit yang lebih putih dan halus. Hasil riset Usage and Habit Study tahun 1997 ( dalam SWA 7-20 September 2000) bahwa 85% wanita Indonesia memiliki kulit cenderung coklat dan 55% wanita Indonesia ingin memiliki kulit lebih putih (Bertina&Devina,2001:531).

Pada umumnya konsep kecantikan adalah *Brain, Beauty* dan *Behavior*. Kecantikan wanita akan lebih sempurna bila terdapat konsep tersebut atau yang lebih dikenal dengan sebutan 3B. Banyak pemilihan ajang – ajang kecantikan bermunculan salah satunya adalah pemilihan Miss Indonesia. Dalam ajang tersebut banyak terdapat wanita Indonesia mulai dari Sabang sampai Merauke yang mengikuti ajang kecantikan tersebut.

Menurut Imelda ( Pemenang Miss Indonesia 2005 ) untuk memilih para peserta Miss Indonesia dengan cermat bukan suatu hal yang mudah masing–

masing tentunya memiliki keunggulan sendiri – sendiri selain penilaian 3B yakni *Brain*, *Beauty* dan *Behavior* akan dinilai juga ketulusan dari seorang perempuan yang memiliki tanggung jawab untuk melakukan perubahan positif terhadap perempuan Indonesia (<http://www.perempuan.com/index.php?ar-id=8808>).

Seorang perempuan akan lebih sempurna bila memiliki wajah yang cantik. Kecantikan seorang wanita pada zaman sekarang ini mempunyai beberapa kriteria yaitu memiliki kulit putih cerah dan halus, badan tinggi sempurna. Selain hal tersebut ada hal yang lebih penting lagi yaitu *brain* dan *behavior* pada diri seorang wanita, tetapi hal ini banyak yang menghiraukan. Menurut Theresia ( 2008 ) salah satu kontestan dari India dalam ajang *Miss World* 2003 bahwasanya “Kecantikan tidak akan membuat senang tetapi kecerdasan dengan cara banyak membaca, menulis dan berfikir bisa membuat seseorang senang”, artinya kecantikan itu bukan hanya dilihat dari segi fisik saja. Kecantikan juga meliputi wawasan ilmu pengetahuan, membaca melatih diri, menganalisis sesuatu dan berfikir sangat efektif dapat meningkatkan kepintaran kita (<http://www.pjnhk.go.id/content/view/429>).

Remaja sekarang ini terlihat lebih mementingkan *beauty* ( kecantikan ) dari dirinya dari pada *brain* dan *behavior*. Beberapa remaja putri menginginkan penampilan yang menarik salah satunya adalah keinginan untuk memiliki kulit yang lebih putih dan cerah. Banyak cara yang ditempuh untuk mewujudkan keinginan tersebut. Misalnya dengan cara memakai kosmetik yang mengandung bahan pemutih kulit. Beberapa produk kosmetik yang

mengandung bahan pemutih di pasaran mulai dari krim wajah, *body lotion* yang menjanjikan menjadikan kulit putih mulus dan cerah.

Kosmetika berasal dari bahasa inggris *cosmetic* yang artinya “alat kecantikan wanita” dalam bahasa arab modern diistilahkan dengan alat *tajniil* atau “sarana untuk mempercantik diri” Definisi lebih rincinya menurut Badan POM (pangan, obat dan kosmetika) Depkes, Kosmetika adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk membersihkan menambah daya tarik, mengubah penampilan melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan, tapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan kulit ([http://www.suara\\_islam.com/index.php?option=com.content&task=view&id=455&hemid=86](http://www.suara_islam.com/index.php?option=com.content&task=view&id=455&hemid=86)).

Menurut Shinta (2007) Kosmetik pemutih belum tentu menguntungkan bagi pemakaiannya jika seorang konsumen memutuskan untuk membeli kosmetik pemutih dengan harapan ingin memiliki kulit wajah putih dan bersinar tetapi jika kandungan yang terdapat dalam kosmetik tersebut mengandung bahan yang berbahaya bagi kulit hal ini bisa saja malah merugikan konsumen karena bisa menyebabkan kerusakan pada wajah (Tabloid Nurani, Edisi 320).

Kulit yang putih bersih dan bernuansa cerah saat ini merupakan bagian dari konsep cantik wanita Indonesia. Dampak buruk dari penggunaan pemutih ini cukup dikenal, tetapi hal ini tidak akan berpengaruh pada kepopuleran pemutih ini. Suatu bentuk bahan pemutih yang mempunyai resiko relatif rendah bagi kesehatan merupakan pemecahan sementara untuk kebutuhan

tersebut. Sambil menunggu kedewasaan seseorang dalam mencari jati dirinya. Kebanyakan pemutih yang saat ini beredar di pasaran bekerja menghambat kerja enzim *Tirosenase*. Beberapa bahan seperti *hidrokuinon* bahkan bersifat toksik terhadap *melanosit*. *Herba Matsu Oil* (HMO) merupakan bahan pemutih yang bekerja dengan membentuk leukomelamin yaitu melamin yang tidak bewarna tanpa merusak melanosit atau menghambat kerja *enzim tironase*. Leuko melamin disebutkan tetap mempunyai efek proteksi terhadap radiasi Ultraviolet (<http://www.tempo.co.id/medika/arsip/092002/art-5htm>).

Berdasarkan investigasi BPOM di berbagai gerai, dari Sabang sampai Merauke paling tidak terdapat 51 produk kosmetik pemutih yang mengandung bahan berbahaya yang dilarang digunakan pada persediaan kosmetik pemutih. Komponen yang terkandung diantaranya merkuri (Hg) dan merah K.IO (rhodamin B:C.I.Food fled No.15 C.I;45170). Tiga dari 51 produk kosmeik tadi izinnnya telah dicabut. Sedangkan lainnya tidak terdaftar atau illegal. Produk – produk kosmetik berbahaya itu antara lain diimpor dari Cina dan Thailand. Sebagian besar produsen dan importer produk – produk kosmetik tadi tidak jelas bahkan ada barang yang diimpor tidak diketahui pabriknya. Produk yang mengandung merkuri dan rhodamin kedua bahan berbahaya yang terkandung didalam kosmetik tadi dalam jangka waktu tertentu dapat menyebabkan kerusakan kulit wajah berupa iritasi kulit bahkan bias memicu kangker kulit, pengelupasan kulit, hipogmentasi dan karsinogenik. Rhodamin B yang merupakan zat pewarna berfloresensi merah biasanya digunakan

sebagai bahan pewarna kertas dan tekstil (<http://www.pjnhk.go.id/content/view/429>).

Remaja pada umumnya menginginkan memiliki kulit yang putih, cerah dan bercahaya. Sehingga mereka menggunakan produk - produk kosmetik yang mengandung pemutih kulit. Letak geografis Indonesia dibawah garis katulistiwa yang kaya sinar matahari mengakibatkan kulit penduduknya terkena efek ultra ungu setiap hari. Kulit yang terlalu lama terkena sinar *ultra violet aging* (UVA) dan sinar kasat mata (*visible light*) akan mengalami pigmentasi, atau bertambahnya warna coklat pada kulit.

Menurut Dr Lily dalam (Swa, 7-20 September 2000) Menurut hasil riset dari *Usage* dan *Habit Study* tahun 1997 terhadap konsumen Indonesia, 85% wanita Indonesia memiliki kulit cenderung coklat dan 55% wanita Indonesia ingin memiliki kulit yang lebih putih. Usaha yang dilakukan adalah memutihkan kulit.

Riset *Usage* dan *Habit study* tahun 1997 menemukan bahwa 73 % wanita Indonesia memilih pelembab yang dapat melindungi kulit dan sinar ultra violet. Di Indonesia, data audit ritel *AC Nielsen* menyebutkan, pada saat ini pangsa nilai pasar (*market value share*) merek pelembab terbesar masih dipimpin oleh *Pon's fair* dan *lovely* (35,9%) disusul oleh *Haseline* (16,2%), *Oil of oley* (8,9%) *Loreal Plenitude* (7,2%), sari ayu (6,3%) dan *Nivea* (3,7%). (Swa, 7 – 20 September 2000).

Dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada beberapa siswi SMEA Taruna Jaya di Gresik peneliti melihat beberapa dari siswi – siswi tersebut terlihat memiliki kulit wajah putih, tetapi kulit putih yang dimiliki terlihat pucat dan kemerah – merahan bila terkena sinar matahari. Sebagian dari mereka juga terlihat memakai *lipgloss*.

Dari wawancara yang dilakukan peneliti kepada beberapa siswi SMEA Taruna Jaya di Gresik mereka mengaku mendapatkan uang saku dari orang tua mereka berkisar antara Rp 5000 – Rp 7000. Uang saku mereka digunakan untuk jajan dan transportasi kalau ada sisa disisihkan untuk membeli kosmetik. Mereka berpendapat membeli kosmetik pemutih adalah salah satu kebutuhan penting yang harus dipenuhi untuk menunjang penampilan. Mereka tidak segan meminta kepada orang tua untuk dibelikan kosmetik jika tidak punya uang untuk membeli kosmetik. Mereka memakai kosmetik pemutih bertujuan untuk mempercantik diri, selain itu penampilan yang menarik juga menunjang penampilan ketika magang di perusahaan – perusahaan. Beberapa siswi mengaku mempercantik diri khususnya memiliki kulit yang putih sangat penting untuk menunjang karir mereka kelak. Jika mereka memiliki kulit yang putih dan penampilan menarik siswi tersebut merasa lebih percaya diri.

Pandangan seseorang tentang penampilan dan aspek ketubuhannya merupakan citra tubuh (*Body Image*) yaitu suatu evaluasi terhadap ukuran tubuh, berat badan atau aspek lain dari tubuh yang berkaitan dengan penampilan fisik. Citra tubuh yang positif akan meningkatkan nilai diri seseorang, meningkatkan percaya diri serta mempertegas jati diri terhadap diri

sendiri maupun orang lain. Sebaliknya citra tubuh yang negative akan membuat seseorang merasa frustrasi dan malu serta menurunkan konsep diri dan nilai diri.

## **B. Identifikasi Masalah**

Perilaku konsumen menurut Anwar (2002 )mengemukakan bahwa perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang melibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa (Anwar 2002:3).

Banyak hal yang mendorong seseorang membeli kosmetik pemutih. Salah satunya adalah uang yang dimiliki dan kebutuhan mereka itu sendiri. Seseorang akan membeli kosmetik pemutih karena mereka memiliki uang untuk membeli produk tersebut. Selain itu seseorang yang membeli produk kosmetik pemutih karena adanya kebutuhan untuk mempercantik diri. Remaja akan berusaha mempercantik diri karena mereka belum puas dengan kondisi fisik yang mereka miliki sekarang, contohnya seseorang yang memiliki kulit bewarna kecoklatan hal ini identik tidak menarik atau bisa dikatakan tidak cantik sebaliknya jika seseorang memiliki kulit yang putih remaja putri tersebut bisa dikatakan cantik atau menarik. Hal ini tergantung dari konsep diri yang mereka miliki apakah mereka cenderung memiliki konsep diri yang positif atau konsep diri yang negatif.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penampilan menarik mempunyai korelasi yang positif dengan konsep diri pada seseorang (Bertina& Devina 2001). Secara umum konsep diri adalah persepsi individu terhadap dirinya sendiri sehubungan dengan pengalaman sosialnya. Konsep diri juga berhubungan dengan citra tubuh. Hal ini sesuai dengan teori perbandingan sosial dari Festinger bahwa setiap individu memiliki keinginan untuk mengevaluasi dirinya yang diwujudkan dengan membandingkan dirinya dengan orang lain baik secara fisik maupun secara sosial.

Dilain pihak konsep diri seseorang juga merupakan salah satu motivator yang penting dalam perilaku membeli barang atau jasa. Seseorang mengekspresikan dirinya dengan melakukan aktifitas sehari – hari yang dilakukannya. Misalnya dengan barang dan jasa yang dibelinya untuk sampai pada tahap membeli atau mengkonsumsi media perantara yang menghubungkan konsumen dengan barang atau jasa adalah iklan. Semua stimulus pemasaran salah satunya adalah iklan. Setelah melalui proses seleksi kemudian akan di persepsi oleh konsumen dan kemudian diinterpretasikan. Hal ini terjadi karena dalam menerima iklan konsumen melakukan proses yang disebut dengan *Consumer be Information Prosessing* (CIP).

Iklan – iklan soal produk kosmetik pemutih tersebut berusaha keras memupuk opini masyarakat bahwa kriteria perempuan cantik adalah berkulit putih.



### **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin membahas dalam lingkup hubungan antara tingkat konsep diri dengan tingkat kecenderungan pengambilan keputusan membeli kosmetik pemutih. Dengan penjelasan:

1. Konsep diri adalah: semua persepsi kita terhadap aspek diri yang meliputi aspek fisik, aspek sosial, dan aspek psikologis yang didasarkan pada pengalaman dan interaksi kita dengan orang lain
2. Keputusan membeli adalah: Proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya
3. Kosmetik pemutih adalah semua bahan – bahan yang terkandung dalam kosmetik yang mengandung beberapa bahan kimia untuk memutihkan kulit.
4. Penelitian dilakukan kepada pelajar di SMEA Taruna Jaya Gresik pada usia 17 – 18 tahun.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

“Apakah ada hubungan antara tingkat konsep diri dengan tingkat kecenderungan pengambilan keputusan membeli kosmetik pemutih pada siswi SMEA Taruna Jaya di Gresik”

## **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

Untuk mengetahui hubungan antara tingkat konsep diri dengan tingkat kecenderungan pengambilan keputusan membeli kosmetik pemutih pada siswi SMEA Taruna Jaya di Gresik.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **F.1. Manfaat Teoritis :**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian yang berjudul “Hubungan antara tingkat konsep diri dengan tingkat kecenderungan pengambilan keputusan membeli kosmetik pemutih”. Adalah

1. Menambah wawasan pengetahuan dan informasi yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang psikologi.

### **F.2. Manfaat praktis :**

1. Remaja :
  - a. Memberikan penjelasan tentang konsep diri dan komponen – komponen konsep diri agar remaja bisa memperbaiki konsep dirinya.
  - b. Remaja bisa memprioritaskan kebutuhan mana yang lebih penting antara masalah kecantikan atau pendidikan.
2. Bagi guru : Sebagai bahan masukan bagi guru supaya menjelaskan pengertian tentang konsep diri pada anak didiknya.