

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks penelitian

Pada era saat ini, media sangat berperan penting dalam kehidupan bermasyarakat, karena dengan adanya media dapat mempermudah masyarakat memperoleh berbagai informasi dan juga secara tidak langsung dapat membentuk struktur sosial di kalangan masyarakat. Adapun salah satu struktur sosial yang berkembang di masyarakat yaitu konstruksi standar kecantikan. Kecantikan tersebut telah di konstruksi oleh masyarakat sejak zaman kuno hingga sampai saat ini. Oleh karena itu, sebagian orang menjadikan penampilan merupakan salah satu hal utama yang harus di perhatikan. Seiring berjalannya waktu pola gaya hidup masyarakat bukan lagi menjadi prinsip atau keyakinan individu. Melainkan, menjadi sebuah tren.¹

Tren gaya hidup berkembang seiring perubahan budaya dan teknologi. Teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin maju dan luas mempengaruhi gaya hidup manusia menjadi lebih modern. Perkembangan gaya hidup yang meningkat mengakibatkan adanya tuntutan untuk memiliki penampilan yang sempurna. Kesehatan kulit merupakan salah satu hal yang menunjang penampilan sempurna seseorang menjadi cantik. Mayoritas perempuan memandang kecantikan merupakan hal yang penting. Sehingga memunculkan suatu standar kecantikan baik dari fisik, wajah maupun tubuh. Demi

¹ Ulfah Mauliadhya, dkk, “ Gaya hidup (*lifestyle*) *Make up* dan *Skincare* Di Kalangan Laki-laki Milenial”, *Phinisi Integration Review*, Vol. 4, No. 3 (Oktober,2021), 510. <https://ojs.unm.ac.id/pir/article/view/24428>

mendapatkan hal itu semua, banyak perempuan menggunakan *skincare* untuk merawat tubuh dan wajah mereka agar terlihat cantik.

Pengguna *skincare* lebih banyak digandrungi oleh remaja. Karena remaja lebih *up to date* dalam mengikuti perkembangan zaman. Remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pada tahap ini, banyak sekali perubahan yang terjadi pada diri remaja, seperti perubahan fisik. Perubahan fisik yang dialami oleh remaja dapat dipicu oleh perubahan hormon di dalam tubuh. Penampilan fisik sering menimbulkan kekesalan terhadap diri remaja. Kehidupan remaja di era sekarang ini dikenal dengan generasi yang bangga menjadi pusat perhatian dengan mengutamakan penampilan, terutama penampilan fisik. Terdapat beberapa hal yang mampu membuat remaja perempuan merasa dituntut memiliki penampilan *good looking* dalam pergaulannya. Sebagian besar mereka beranggapan hal itu merupakan hal yang penting dalam bergaul di kehidupan sosial.² Dengan berpenampilan *good looking* mereka merasa diterima dalam berinteraksi dan juga mempermudah mereka dalam mendapatkan teman. Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak perempuan yang sadar akan pentingnya penampilan, namun hal ini juga cenderung membuat remaja mengalami masalah pada psikologis seperti *insecure* karena cemas akan pendapat orang lain terhadap penampilannya.

² Yunda Melyanita & Neni Yulianita, “ Penggunaan *Makeup* Sebagai Bentuk Citra Diri Generasi Z”, *Bandung Conference Series: Public Relations*, Vol. 3, No. 2, (2023) 634-641. https://www.researchgate.net/publication/373786739_Penggunaan_Make_Up_Sebagai_Bentuk_Citra_Diri_Generasi_Z_Studi_Fenomenologi_Terhadap_Citra_Diri_Mahasiswi_Fakultas_Ilmu_Komunikasi_Universitas_Islam_Bandung

Insecure merupakan suatu kondisi yang ditandai dengan perasaan tidak aman, cemas dan ragu dengan kemampuan yang dimiliki.³ *Insecure* menimbulkan rasa cemas pada diri remaja karena merasa tidak puas akan dirinya yang memiliki kekurangan pada fisiknya. Kulit wajah yang berminyak, kemerahan, komedo dan berjerawat merupakan salah satu bentuk fisik yang membuat remaja merasa insecure. Untuk menutupi kekurangannya para remaja menggunakan *skincare* agar memiliki kulit sehat seperti yang diharapkan dan bisa tampil lebih menarik. *Insecure* berdampak terhadap kepercayaan diri remaja. Oleh karena itu, mereka rela menyisihkan uang sakunya untuk bisa membeli *skincare* agar merasa lebih percaya diri ketika berinteraksi di kehidupan sosial.

Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang berupa keyakinan akan kemampuan yang dimiliki, sehingga tidak terpengaruh orang lain dan bertindak sesuai kehendaknya sendiri.⁴ Adapun kelebihan yang dimiliki bisa dari potensi, prestasi maupun interaksi yang realistic terhadap dirinya sendiri dan lingkungan di sekitarnya. Ketika individu merasa ia memiliki kelebihan, maka ia akan merasa lebih percaya diri. Percaya diri sangatlah penting bagi remaja sampai dewasa. Karena percaya diri dapat mempermudah remaja dalam berinteraksi dengan temannya baik ketika mengerjakan tugas kelompok dan berdiskusi di kelas maupun di luar kelas, tanpa merasa cemas dan ragu untuk memberikan pendapat dan mengambil sebuah keputusan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi

³ Hafidz Muftisany, "*Body Positivity Menerima, Menghargai Dan Mencintai Tubuh Sendiri*", (Elementa, 2021), 5. <https://g.co/kgs/PG9bXSk>

⁴ Nur Ghufon & Rini Risnawati, *Teori-teori Psikologi* (Jogjakarta: Ar-ruz Media, 2017), 34. <https://repository.iainkediri.ac.id/584/1/TEORI-TEORI%20PSIKOLOGI.pdf>

kepercayaan diri remaja. Diantaranya ada konsep diri, hubungan dengan orang tua dan teman sebaya, dan fisik. Adapun faktor pertama yang paling mempengaruhi kepercayaan diri siswa adalah fisik. Remaja bisa merasa percaya diri tanpa harus berpatokan pada penampilan menarik dan fisik yang sempurna, yaitu dengan yakin akan kemampuan yang dimilikinya bisa dari potensi yang ia miliki. Seperti unggul dalam bidang akademik dengan meraih segudang prestasi.

Kecantikan menjadi poin utama dalam menunjang penampilan seorang perempuan. Kecantikan seorang perempuan tidak hanya dilihat dari nilai dan rupa wajahnya saja, namun juga dilihat dari kulit halus, mulus, putih, hidung mancung dan bertubuh langsing. Adanya standar kecantikan memunculkan rasa sulit untuk menerima diri sendiri. Sehingga mereka berbondong-bondong untuk mempercantik diri. Baik itu dengan menggunakan *skincare* atau pergi ke klinik kecantikan. Hal ini, akhirnya mempengaruhi munculnya produk *skincare* di pasar global.

Besarnya kebutuhan untuk terus menjaga penampilan agar terlihat cantik, pada akhirnya memberikan peluang untuk tumbuh dan berkembangnya pasar dalam industri kecantikan. Dalam industri kecantikan mereka berlomba-lomba membuka klinik kecantikan dan menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan.⁵ Perawatan kecantikan tidak terbatas dilakukan di klinik saja tetapi mereka juga memproduksi *skincare* sebagai produk kelanjutan perawatan agar memaksimalkan hasil perawatan yang telah dilakukan. *Skincare* merupakan barang yang penting dalam menunjang penampilan

⁵ Gamal Baser, dkk, *Komunikasi Digital Dalam Bingkai Riset*, (Purwokerto: CV. Amerta Media, 2023), 43. https://umkla.ac.id/katalog/index.php?p=show_detail&id=11891&keywords=

sempurna seseorang. Sehingga *skincare* menjadi bahan pokok yang harus dimiliki.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi saat ini, industri kecantikan memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran produk *skincare* agar dapat bertahan dan memenangkan pasar. Media sosial memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk berpartisipasi dan berinteraksi dengan calon konsumen, mendorong peningkatan rasa keakraban dengan konsumen, serta membangun hubungan dengan calon konsumen. Konsumen merupakan individu yang melakukan tindakan membeli barang bukan karena kebutuhan barang itu tetapi untuk kepuasan dirinya. Pemasaran produk harus mampu menciptakan strategi pembangunan khusus dalam membangun kedekatan dengan konsumen yang nantinya dapat meningkatkan niat beli konsumen melalui berbagai platform media sosial seperti, *instagram*, *tiktok*, *facebook*, *shopee* dsb. Sosial media yang paling populer digunakan untuk mempromosikan bisnis yaitu *tiktok* dan *instagram*. *Instagram* dan *tiktok* merupakan aplikasi yang memuat foto dan video. Untuk menarik minat konsumen, para industri dalam mempromosikan produknya menggunakan jasa *celebrity endorser*. *Celebrity endorser* merupakan *public figure* yang diketahui oleh orang banyak serta memiliki popularitas yang luas.⁶ Sehingga dapat membantu meningkatkan suatu kesan positif terhadap produk yang di promosikan, serta dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Skincare merupakan produk kecantikan yang membantu untuk mengatasi permasalahan pada kulit, diantaranya mengatasi wajah berjerawat

⁶ Rivaldi Arissaputra, *Purchase Intention Produk Fesyen Lokal Berdasarkan Analisis Celebrity Endorsment Dan Brand Image*, (Bali: CV. Intelektual Manifes Media, 2024), 15. <https://www.infesmedia.co.id/store/buku/detail/119>

dan komedo, menyamarkan flek hitam, menghilangkan kerutan tipis di wajah, memutihkan kulit memperbaiki kulit yang kusam dan menunda penuaan dini. *Skincare* sangat penting untuk menjaga kesehatan kulit dan menutrisi kulit agar bisa mencegah permasalahan pada kulit.⁷ *Skincare* terdiri dari beberapa jenis, diantaranya ada *facial wash, toner, serum, sunscreen, moisturizer, day & night cream, micelar water*. Dalam penggunaan *skincare* harus memperhatikan kondisi atau jenis kulit wajah. Agar bisa menyesuaikan atau memilih *skincare* yang sesuai dengan keadaan kulit kita. Para remaja menggunakan *skincare* dilandasi dengan rasa keingin tahuan yang besar mencoba hal-hal yang baru. Mereka menggunakan *skincare* agar bisa tampil lebih menarik dan mendapat perhatian dari teman lawan jenis. Penggunaan *skincare* bagi kaum remaja menjadi sebuah kebutuhan primer. Karena ketika mereka tidak menggunakan *skincare*, mereka merasa tidak percaya diri.

Penggunaan *skincare* dapat menunjang kepercayaan diri para remaja. Jika tidak memiliki kepercayaan diri dapat menimbulkan hambatan atau masalah dalam interaksi maupun dalam meraih kebutuhan, psikologisnya dan dukungan sosial. oleh karena itu, memiliki rasa percaya diri sangatlah penting. Adapun rendahnya kepercayaan diri di sebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya yaitu fisik. Perubahan fisik menimbulkan dampak psikologis yang tidak diinginkan. Karena mayoritas para perempuan lebih mementingkan penampilan di banding hal lain dalam aspek dirinya.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan dengan menggunakan metode pengamatan diperoleh informasi bahwa pada tahun 2023 sudah banyak para

⁷ Sri Windraarti, “ Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang”, *E-Jurnal*, Vol. 11, No. 1 (2022), 124. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-rias/article/view/45511>

remaja menggunakan *skincare* karena menganggap *skincare* bisa membuat mereka merasa lebih percaya diri dalam mengatasi permasalahan kulit mereka yang disebabkan oleh perubahan hormon. Bahkan ada sebagian dari mereka sudah menggunakan *skincare* ketika masih menginjak sekolah dasar karena merasa tertarik pada orang yang menggunakan *skincare* karena mempunyai wajah yang bersih dan sehat. Berdasarkan pengamatan tersebut dapat disimpulkan bahwasanya mereka merasa percaya diri ketika menggunakan *skincare*. Karena dapat membuat penampilan mereka menjadi lebih menarik.

Berdasarkan konteks penelitian diatas dan pengalaman pribadi terhadap lingkungan sekitar peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “study fenomenologi penggunaan *skincare* terhadap kepercayaan diri pada siswa di SMPN 1 Galis”. Alasan utama memilih tema ini karena maraknya penggunaan *skincare* baik itu para remaja sampai dewasa dan banyak munculnya *brand-brand skincare* yang semakin pesat membuat para remaja tertarik untuk mencobanya karena adanya iklan yang diperlihatkan akan menambah daya Tarik produk *skincare*. karena menggunakan *celebrity endorser* yang terkenal akan kesan positifnya.

B. Fokus penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas peneliti memutuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran penggunaan *skincare* pada siswa di SMPN 1 Galis?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *skincare* pada siswa di SMPN 1 Galis?

3. Bagaimana penggunaan *skincare* dapat mempengaruhi kepercayaan diri siswa di SMPN 1 Galis?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan fokus penelaitian diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran penggunaan *skincare* pada siswa di SMPN 1 Galis
2. Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor penggunaan *skincare* pada siswa di SMPN 1 Galis
3. Untuk mengetahui penggunaan *skincare* dapat mempengaruhi kepercayaan diri siswa di SMPN 1 Galis

D. Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang bersifat teoritis dan praktis.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna serta menambah pemahaman mendalam tentang hubungan antara perawatan kulit dan persepsi siswa. Selain itu juga dapat Memberikan wawasan baru tentang bagaimana perawatan diri dapat mempengaruhi aspek psikologis, sosial dan emosional siswa dalam pendidikan. Serta dapat disajikan sebagai refrensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya yang menguji masalah penggunaan *skincare* terhadap kepercayaan diri siswa.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi IAIN Madura

Penelitian ini dapat Memberikan kontribusi yang berharga terhadap literature akademik dalam bidang psikologi, pendidikan dan *skincare*, serta memperkuat reputasi sekolah sebagai pusat pengetahuan yang berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

b. Bagi Sekolah Yang Di Teliti

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan lebih mendalam tentang pengaruh *skincare* terhadap kepercayaan diri siswa di lingkungan sekolah yang dapat membantu mereka merancang program pendukung yang lebih efektif dalam mengembangkan percaya diri. Seperti mempromosikan perawatan diri yang sehat dan menciptakan lingkungan belajar yang lebih inklusif dan mendukung siswa tanpa membedakan berdasarkan penampilan fisik.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini akan menjadi salah satu pengalaman yang akan memperluas pemahaman subjektif siswa terkait penggunaan *skincare* dan dampaknya pada kepercayaan diri mereka, juga dapat Memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi pendidikan dan kesehatan mental dalam mendukung kepercayaan diri siswa.

E. Definisi istilah

Terdapat beberapa istilah yang perlu di definisikan agar dapat memahami istilah-istilah yang akan digunakan dalam penelitian ini, supaya para pembaca memiliki pemahaman yang sama dengan peneliti.

1. Penggunaan merupakan tindakan menggunakan atau pemakaian baik itu alat, bahan atau barang dsb. Dengan cara yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan yang ingin di capai.
2. *Skincare* adalah produk kecantikan yang bertujuan merawat dan menutrisi kulit agar terlihat lebih sehat, sekaligus mengatasi berbagai permasalahan pada kulit wajah.
3. Kepercayaan diri adalah penerimaan diri sendiri atas segala kekurangan dan kelebihan yang dimiliki, baik itu dari segi keterampilan, pengetahuan dsb. Dengan cara Memberikan penilaian positif terhadap diri sendiri.
4. SMPN 1 Galis merupakan sekolah yang terletak di Desa Galis, Dusun Galis Tengah, Kecamatan Galis, Kabupaten Pamekasan.

F. Kajian penelitian terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan suatu upaya peneliti dalam mencari perbandingan dan inspirasi. Selain itu, penelitian terdahulu dapat membantu peneliti memposisikan penelitiannya dengan menunjukkan orsinalitas dari penelitian. Dari hal tersebut, peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu sesuai dengan penelitian yang akan di teliti, kemudian meringkasnya. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang terkait pada tema yang peneliti kaji.

1. Skripsi yang ditulis oleh Kafa Billahi Syahida pada tahun 2021 yang berjudul *Penggunaan Make Up Terhadap Kepercayaan Diri Wanita Dewasa Awal*.⁸ Lokasi penelitian dilakukan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor

⁸ Kafa Billahi Syahida, “ *Penggunaan Make-up Terhadap Kepercaayaan Diri Wanita Dewasa Awal (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta*” (Skripsi UIN Sunan Kalijaga, 2021), 2-3. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/46580/>

penyebab penggunaan make up terhadap kepercayaan diri pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Sunan Kalijaga. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kualitatif. Adapun hasil dari penelitian diketahui bahwasanya ada tiga faktor penggunaan *make-up* terhadap kepercayaan diri mahasiswi yakni faktor sosial, pribadi dan faktor psikologis. Dan juga dari hasil penelitian ini diketahui bahwa subjek merasa kepercayaan dirinya lebih baik ketika menggunakan make-up. Adapun beberapa kesamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

- a. Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif.
- b. Fokus penelitian tentang penggunaan make-up terhadap kepercayaan diri
- c. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Dalam penelitian ini juga terdapat perbedaan yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

- a. Penggunaan istilah yang digunakan yaitu *make-up*, sedangkan peneliti menggunakan kata *skincare*.
- b. Lokasi penelitian penulis di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sedangkan peneliti di SMPN 1 Galis.
- c. Subjek penelitian peneliti siswa, penulis mahasiswa.
- d. Jenis penelitian penulis menggunakan deskriptif sedangkan peneliti menggunakan fenomenologi.

2. Penelitian yang diulis oleh Sri Windarti dkk pada tahun 2022 yang berjudul Kebiasaan Pemakaina Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang.⁹ Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di Pondok Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang. Adapun tujuan penelitian ini yaitu mendeskripsikan kebiasaan pemakaian skincare santri putri pesantren kyai syarifuddin lumajang dan mengetahui motivasi santri memakai skincare. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya kebiasaan pemakaian skincare santri putri bukan kebutuhan yang sangat penting yaitu pemakaian yang tidak rutin dan hanya menggunakan saat beraktivitas di luar pondok atau saat ada keinginan untuk memakainya. Motivasi intrinsik santri menggunakan skincare adalah kesadaran bahwa wanita harus cantik untuk menambah rasa percaya diri dan motivasi ekstrinsik yang dipegaruhi oleh faktor ingin mendapat pujian dari orang lain, faktor teman dan tradisi saling meminjamkan skincare antar santri menjadi memotivasi untuk menggunakan skincare yang sama. Adapun kesamaan penelitian peneliti dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.

Adapun perbedaan dari penelitian peneliti dengan penelitian penulis sebagai berikut:

- a. Lokasi penelitian penulis di Pesantren Kyai Syarifuddin Dusun Darungan RT 15 RW 06 Desa Wonorejo Kec. Kedungjajang Kab. Lumajang Jawa Timur, peneliti di SMPN 1 Galis.

⁹ Sri Windraarti, “ Kebiasaan Pemakaian Skincare Santri Putri Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang”, *E-Jurnal*, Vol. 11, No. 1 (2022), 124. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-tata-rias/article/view/45511>

- b. Subjek penelitian peneliti siswa, penulis santri putri.
 - c. Jenis penelitian penulis menggunakan deskriptif sedangkan peneliti menggunakan fenomenologi.
3. Skripsi yang ditulis oleh Hermansyah & Nur Aini pada tahun 2024 yang berjudul *Makna Penggunaan Skincare Bagi Mahasiswa*.¹⁰ Tujuan penelitian yaitu untuk mendeskripsikan makna penggunaan *skincare* bagi mahasiswa. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa makna penggunaan produk *skincare* bagi mahasiswa adalah agar tetap terlihat cantik dan dapat meningkatkan rasa percaya diri yang tinggi. Terdapat kesamaan penelitian yang dilakukan, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Adapun perbedaan yang terletak dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut
- a. Subjek penelitian peneliti siswa, penulis mahasiswa.
 - b. Fokus penelitian tentang makna penggunaan *skincare* sedangkan peneliti dampak penggunaan *skincare* terhadap kepercayaan diri
4. Penelitian yang ditulis oleh Alfina Nur Cahyani pada tahun 2023 yang berjudul *Dampak Penggunaan Skincare Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Remaja Laki-laki Di Desa Gondangrawe*.¹¹ Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Gondangrawe, Kecamatan Andong, Kabupaten Boyolali. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui kepercayaan diri remaja laki-laki di

¹⁰Hermansyah & Nuraini, "Makna Penggunaan Skincare Bagi Mahasiswa", *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Kebudayaan (JKPPK)*, Vol. 2, No. 2 (2024). <https://jurnal.aksaraglobal.co.id/index.php/jkppk/article/view/483>

¹¹ Alfina Nur Cahyani, "Dampak Penggunaan Skincare Untuk Meningkatkan Kepercayaan Diri Remaja Laki-laki Di Desa Gondangrawe" (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023). <https://eprints.iainsurakarta.ac.id/8545/1/ALFINA%20NUR%20CAHYANI%20BKI17%20PUSTAKA.pdf>

Desa Gondangrawe setelah memakai berbagai produk *skincare*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *skincare* memiliki dampak besar dalam perkembangan remaja dan *skincare* hampir menjadi jalan utama dalam perkembangan kepercayaan diri pada remaja. Adapun kesamaan penelitian peneliti dengan penelitian penulis sebagai berikut:

- a. Pendekatan yang digunakan sama-sama pendekatan kualitatif
- b. Fokus penelitian tentang dampak penggunaan *skincare* untuk meningkatkan kepercayaan diri
- c. Jenis penelitian sama-sama fenomenologi.

Adapun perbedaan dari penelitian peneliti dengan penelitian penulis sebagai berikut:

- a. Lokasi penelitian penulis di Desa Gondangrawe, peneliti di SMPN 1 Galis.
 - b. Subjek penelitian peneliti remaja laki-laki, penulis mahasiswa
5. Penelitian yang ditulis oleh Ulfah Maulidhya dkk pada tahun 2021 yang berjudul *Gaya Hidup (Lifestyle) Makeup dan Skincare di Kalangan Laki-Laki Milenial*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros. Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis gaya hidup (*lifestyle*) *makeup* dan *skincare* di kalangan laki-laki milenial di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros.¹² Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwasanya *Gaya Hidup (Lifestyle) Makeup dan Skincare* di kalangan laki-laki milenial di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros

¹² Ulfah Maulidhya, dkk, “ *Gaya hidup (lifestyle) Make up dan Skincare Di Kalangan Laki-laki Milenial*”, *Phinisi Integration Review*, Vol. 4, No. 3 (Oktober,2021), 510. <https://ojs.unm.ac.id/pir/article/view/24428>

terdiri dari kegiatan (*activities*) atau tindakan nyata seperti melihat updaten melalui media sosial atau sosmed, minat (*interest*) semacam ingin menggunakan *makeup* dan *skincare*, dan opini (*opinion*) digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran tentang hasil yang didapatkan dari penggunaan *makeup* dan *skincare* di kalangan laki-laki yang menjadi pertimbangan untuk memakainya. ketiga hal tersebut akan menentukan perilaku mereka terhadap kehidupan melalui interaksi dengan lingkungannya, yang terjalin secara terus menerus sehingga menimbulkan cita rasa di dalam diri mereka sebagai pengikut gaya hidup ini untuk selalu tampil berkesan terhadap diri terutama dan lingkungan sekitarnya. Adapun kesamaan penelitian peneliti dengan penelitian penulis sebagai berikut:

- a. Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode kualitatif.
- b. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara.

Adapun perbedaan dari penelitian peneliti dengan penelitian penulis sebagai berikut:

- a. Lokasi penelitian penulis di Kecamatan Turikale Kabupaten Maros, peneliti di SMPN 1 Galis.
- b. Subjek penelitian peneliti siswi, penulis laki-laki milenial
- c. Penggunaan istilah yang digunakan yaitu *make-up*, sedangkan peneliti menggunakan kata *skincare*