

TREND EYELASH EXTENSION PADA PEREMPUAN DI YOGYAKARTA

Oleh:

Widya Rahma Yana dan Grendi Hendrastomo

Email : widya.rahma2016@student.uny.ac.id

Pendidikan Sosiologi-Fakultas Ilmu Sosial-Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai faktor yang melatarbelakangi penggunaan *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana praktik penggunaan *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan lokasi penelitian di Ritzhair Salon *Beauty & Bar* yang berlokasi di Babarsari, Caturtunggal, Depok. Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan di dalam penelitian ini adalah perempuan pengguna *eyelash extension* di Yogyakarta yang tersebar di Kecamatan Depok, Kalasan dan Kota Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *eyelash extension* menjadi sebuah *trend* yang berkembang dikalangan perempuan di Yogyakarta. Terdapat berbagai alasan yang melatarbelakangi perempuan dalam menggunakan *eyelash extension*. Alasan tersebut adalah untuk mengikuti *trend eyelash extension* yang sedang berkembang. *Trend* penggunaan *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta juga semakin berkembang karena adanya pengaruh dari media social. Selain itu, keinginan untuk tampil praktis, dan keinginan untuk memiliki penampilan yang sempurna merupakan faktor lain yang mempengaruhi perempuan menggunakan *eyelash extension*. Terkait dengan praktik penggunaan *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta, *eyelash extension* digunakan sebagai pilihan gaya hidup, *eyelash extension* digunakan perempuan untuk membentuk citra diri di masyarakat, *eyelash extension* digunakan untuk menunjang pekerjaan perempuan di Yogyakarta karena beberapa responden dari penelitian ini bekerja di sector public, selain itu *eyelash extension* digunakan untuk meningkatkan kepercayaan diri pada perempuan saat berinteraksi di tengah masyarakat.

Kata Kunci: penampilan, *eyelash extension*, *trend*

EYELASH EXTENSION TRENDS FOR WOMEN IN YOGYAKARTA

By:

Widya Rahma Yana and Grendi Hendrastomo

Email : widya.rahma2016@student.uny.ac.id

Sociology Education – Social Science Faculty – Yogyakarta State University

ABSTRACT

This study aims to determine the various factors behind the use of eyelash extensions in women in Yogyakarta. This study also aims to determine the practice of using eyelash extensions in women in Yogyakarta. This study used a descriptive qualitative method with the research location at Ritzhair Salon Beauty & Bar , located in Babarsari, Caturtunggal, Depok. The informants were selected using purposive sampling technique. The informants in this study were women who use eyelash extensions in Yogyakarta, which are spread across Depok, Kalasan and Yogyakarta City Districts. The results of this study indicate that the use of eyelash extensions is a trend growing among women in Yogyakarta. There are various reasons why women use eyelash extensions. The reason for this is to keep up eyelash extension trend with the growing. The trend of using eyelash extensions for women in Yogyakarta is also growing due to the influence of social media. Apart from that, the desire to appear practical and the desire to have a perfect appearance are other factors that influence women to use eyelash extensions. Related to the practice of using eyelash extensions for women in Yogyakarta, eyelash extensions are used as a lifestyle choice, eyelash extensions are used by women to shape their self-image in society, eyelash extensions are used to support women's jobs in Yogyakarta because some respondents from this study work in the public sector, besides that, eyelash extensions are used to increase self-confidence in women when interacting in society.

Keywords: appearance, eyelash extension, trend

A. PENDAHULUAN

Gaya hidup menurut (Abercrombie, 2010) merupakan suatu konsep yang telah digunakan lebih luas untuk menandai selera, sikap kepemilikan atau perilaku kelompok sosial tertentu yang membedakan dengan kelompok lain. Gaya hidup diartikan sebagai sesuatu yang dilakukan individu untuk bersosialisasi dengan masyarakat dimana hal tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup yang dapat membedakan anatara satu orang dengan orang lainnya dan juga gaya hidup selalu berkaitan dengan upaya untuk membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda atau bahkan unik disbanding dengan individu-individu lain (Sugihartati, 2010).

Salah satu gaya hidup yang selalu mengalami kompleksitas adalah di bidang penampilan. Dalam mengikuti perkembangan gaya hidup, masyarakat seringkali terperangkap dalam *circle* gaya hidup modern yang membuat mereka sangat berorientasi dengan penampilan dan citra diri. Masyarakat melalui penampilannya seringkali bersaing untuk melakukan berbagai tindakan yang akan membangun citra diri masing-masing. Setiap manusia ingin menampilkan penampilan terbaiknya dalam setiap aktivitas, terlebih lagi bagi perempuan

(Unggulia, 2018). Menurut Prahmadhani (2007) kehidupan masyarakat modern seperti saat ini penampilan seolah-olah menjadi hal utama dan menjadi prioritas, mereka sering tampil sesuai dengan mode terkini. Mengikuti mode yang sedang *in*, keren dan tidak ketinggalan zaman. Keinginan perempuan untuk tampil ideal di depan masyarakat umum kerap kali mendominasi isi kepala mereka, sehingga tidak sedikit orang untuk melakukan usaha agar terlihat ideal dan menarik dari ujung kaki hingga ujung kepala.

Penampilan yang diharapkan seseorang tidak datang dengan sendirinya, penampilan sendiri datang dari usaha individu untuk membangun citra dirinya melalui penampilan. Penampilan juga dipengaruhi oleh pembentukan dari sikap orang itu sendiri yang mengacu pada cara dan jalan yang diambil sebagai usaha untuk menyempurnakan penampilan diri dan juga pengaruh lainnya berasal dari lingkungan sosial individu atau berasal dari masyarakat. Berbagai produk dan berbagai praktik kecantikan pun tidak tanggung-tanggung dilakukan untuk mendukung penampilan mereka. Menurut Indra (2016) mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi di era modern yang semakin pesat pun juga mendukung seseorang, khususnya bagi

perempuan dalam memperbaiki penampilannya.

Saat ini banyak sekali produk dan praktik kecantikan yang sangat mudah ditemui di semua penjuru dunia yang menyediakan perawatan dari ujung kaki hingga ujung kepala. Salah satu bentuk nyata semakin banyaknya variasi gaya hidup di bidang penampilan adalah fenomena *trend* penggunaan *eyelash extension* atau tanam bulu mata di kalangan perempuan. *trend eyelash extension* di kalangan perempuan ini juga merupakan salah satu usaha untuk memperbaiki penampilan agar terlihat sempurna, hal tersebut dapat dilihat dari situs berita liputan6.com yang *dipublish* pada tanggal 21 Maret 2019 menyatakan bahwa pada tahun 2019 terjadi peningkatan penjualan produk bulu mata khususnya di Indonesia. Produk bulu mata buatan Indonesia penjualannya meningkat setiap tahunnya. Penjualan produk bulu mata meningkat sebesar 9,49% dan bahkan diekspor ke luar negeri yaitu Malaysia, Perancis dan China. Fakta lain mengapa *eyelash extension* menjadi *trend* dan dinikmati oleh semua kalangan menurut Ida Nurcahyani (2019) bahwa *eyelash extension* menjadi *trend* di kalangan ibu hamil dimana *trend eyelash extension* pada ibu hamil meningkat dari tahun 2017 hingga tahun 2019. Selain itu Fira

Nursyabani (2019) juga mengungkapkan bahwa banyak salon-salon *eyelash extension* yang ada di Bandung yang mengalami peningkatan penjualan *eyelash extension* dalam 3 bulan sejak disediakan jasa *eyelash extension*.

Eyelash extension merupakan pelayanan jasa yang bertujuan untuk mempercantik bulu mata dengan cara menanamkan bulu mata pada jaringan kulit yang ada di kelopak mata (Unggulia,2018). Maraknya penggunaan *eyelash extension* di semua kalangan ini menarik untuk diteliti. Karena banyak dari pengguna *eyelash extension* memosisikan hal tersebut sebagai suatu bentuk gaya hidup dan untuk mengikuti *trend* yang sedang *in* (Handayani,2017). Dengan begitu, konsumen dari *eyelash extension* tidak tanggung-tanggung untuk mengonsumsi *eyelash extension* demi memperlihatkan keindahan bulu mata mereka.

Trend penggunaan *eyelash extension* di Yogyakarta dapat dilihat dari semakin menjamurnya salon-salon yang menyediakan *service eyelash extension* dan salon-salon yang memang khusus menyediakan pelayanan *eyelash extension* di Yogyakarta (Herin,2017). *Trend* penggunaan *eyelash extension* di Yogyakarta juga dapat dilihat dari situs web Salon Joanne Studio Yogyakarta

yang tersedia di traveloka.com di dalamnya terdapat fitur untuk melihat jenis pelayanan, harga dan fitur *booking*. Di situs tersebut banyak pengguna yang memberikan *review* terhadap pelayanan yang diberikan, lebih dari 92 *user account* menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan dan merasa lebih cantik menggunakan *eyelash extension*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nathania (2017) dengan judul thesis “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Attitude Towards Brand* dan *Attitude Toward Consumption* Serta Implikasinya Pada *Purchase Intention*” Thesis Universitas Negeri Malang menyatakan bahwa perempuan yang hidup di perkotaan cenderung sangat mudah mengikuti *trend* yang sedang *in*. Dalam penelitiannya Nathania juga mengungkapkan bahwa salon-salon yang ada di perkotaan mencapai 20% dari target yang diinginkan. Jika ditinjau dari sisi sosiologis, *eyelash extension* merupakan objek konsumsi terutama pada *fashion* dan *lifestyle*. yang mengundang hasrat, keinginan bahkan di luar kesadaran rasional seseorang untuk mengkonsumsinya. Perempuan sebagai salah satu subyek konsumsi *eyelash extension* kendatipun tidak ada masalah kesehatan dengan bulu mata asli mereka. Terlebih bagi perempuan yang dituntut lingkungan sosialnya

untuk selalu tampil berias. *Eyelash extension* menjadi *trend* kecantikan yang diikuti oleh hampir semua kalangan perempuan. *Trend* penggunaan *eyelash extension* ini menarik untuk diteliti terutama untuk melihat faktor yang melatarbelakangi perempuan menggunakan *eyelash extension* serta bagaimana praktik penggunaan *eyelash extension* pada perempuan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apa saja faktor yang melatarbelakangi penggunaan *eyelash extension* bagi perempuan di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana praktik penggunaan *eyelash* pada perempuan di Yogyakarta.

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Penampilan dan Pembentukan Citra Diri

Perbaikan penampilan diperlukan oleh perempuan dengan maksud untuk membuat dirinya menjadi lebih percaya diri, tampil lebih cantik, menarik perhatian serta membuat dirinya merasa lebih percaya diri terhadap dirinya di lingkungan sosialnya. (Elianti, 2017) mengungkapkan bahwa perempuan pada saat ini menyadari bahwa

mereka yang menarik yang biasanya diperlakukan lebih istimewa daripada yang biasa saja, mereka yang yang tampil cantik dan menarik bisa menjadi pusat perhatian banyak orang dan membuat para kaum adam terikat pada pesonanya. Seseorang yang biasanya menampilkan penampilan terbaiknya biasanya akan mendapatkan respon dan penilaian yang positif dari lingkungan sosialnya, dengan penilaian diri yang positif dari orang lain maka seseorang akan merasa aman, mudah dan percaya diri dalam berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya (Burns, 2003). Maka dari itu, perempuan berlomba-lomba untuk melakukan perbaikan penampilan diri dengan tujuan agar lebih diterima oleh lingkungan sekitarnya dan memiliki citra diri di masyarakat.

Menurut Mappieare (2011) Mendefinisikan citra diri sebagai pandangan atau pengertian seseorang terhadap dirinya sendiri. Bailey (2003) menjelaskan citra diri merupakan pandangan yang sifatnya sangat subjektif terhadap dirinya sendiri, termasuk gambaran tubuh, kepribadian seseorang, kemampuan dan sebagainya. Burn (1993) mendefinisikan citra diri sebagai seorang makhluk yang berfisik,

sehingga citra diri sering dikaitkan dengan karakteristik-karakteristik fisik termasuk di dalamnya penampilan seseorang secara umum, seperti ukuran tubuh, cara berpakaian, model rambut dan penampilan kosmetik. Citra adalah cara individu menampilkan dirinya pada orang lain untuk membentuk penilaian atau konsepsi orang lain terhadap dirinya. Pencitraan merupakan cara membentuk citra mental pribadi atau gambaran sesuatu. Bisa juga berarti sebagai suatu gambaran visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa atau kalimat.

Perempuan mencoba memberikan gambaran tentang dirinya kepada orang lain dan lingkungan sosialnya agar mendapatkan penilaian dari orang lain dan membentuk citra diri perempuan tersebut. Perempuan cenderung menampilkan penampilan mereka agar mendapatkan penilaian apa yang mereka mau. Dewasa ini, banyak perempuan yang berlomba-lomba untuk memperbaiki penampilan fisik untuk membangun citra diri sebagai perempuan di masyarakat. Pencitraan diri pada perempuan tidak hanya diinginkan oleh perempuan yang suka bergaya, namun pencitraan diri telah menjadi

trend dan bahkan menjadi tuntutan bagi perempuan (Rukmawati, Dzulkarnain, 2014). Salah satu upaya untuk dalam membentuk citra diri di masyarakat adalah dengan memperbaiki penampilan mereka dengan melakukan berbagai *treatment* kecantikan. Citra mendominasi persepsi kita, pemikiran kita dan juga penilaian kita akan penampilan wajah, kulit atau tampang (Ibrahim, 2007). Oleh sebab itu banyak dari perempuan mencoba membentuk penampilan diri mereka agar dapat diterima di masyarakat. Dibarengi dengan munculnya berbagai fasilitas kecantikan tentu akan mempermudah perempuan mendapatkan *treatment* dan perawatan kecantikan (*outer beauty*), sehingga perempuan sebagai kaum feminis akan selalu berlomba-lomba untuk merubah dan mempercantik penampilan fisiknya agar tercipta *outer beauty* yang didambakan setiap individu yang ada di masyarakat sehingga mendapatkan citra diri yang positif dari masyarakat (Zulkarnain, 2014).

2. Trend Eyelash Extension sebagai Gaya Hidup

Penampilan diri seseorang merupakan sesuatu yang penting dan menjadi prioritas, maka dari itu

semakin kompleksnya kebutuhan akan penampilan maka juga akan semakin banyak *trend-trend* kecantikan yang bermunculan untuk memperbaiki penampilan. Menurut Anesia (2018) perawatan kecantikan sudah semakin berkembang, baik dengan obat maupun dengan teknologi yang canggih. Pertiwi (2012) menyatakan bahwa saat ini rasa untuk selalu tampil cantik dan menawan membuat perempuan menjadi berlomba-lomba untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai kecantikan, *fashion lifestyle*, serta tempat berbelanja.

Adanya keinginan untuk memperbaiki penampilan ini maka banyak perempuan mengikuti *trend* kecantikan yang sedang *in*, salah satunya adalah *trend* penggunaan *eyelash extension*. Sejak tahun 2017 *eyelash extension* mulai digemari oleh para perempuan dan selalu meningkat setiap tahunnya (Agmasari, 2017). Hal tersebut sesuai dengan penelitian skripsi yang dilakukan oleh Clara Indriana Ajeng Saputri pada tahun 2017 dengan judul “*Tanggung Jawab Pelaku Usaha Jasa Kecantikan Eyelash extension Dalam Memenuhi Hak Hak Konsumen Ditinjau Berdasarkan Asas Keamanan dan Keselamatan*

Serta Kepastian Hukum” yang menyatakan bahwa banyak perempuan yang menggunakan *eyelash extension* karena dianggap praktis tanpa harus menggunakan mascara ataupun bulu mata lepas pasang, mengingat tuntutan penampilan yang seolah-olah memiliki standar yang tidak tertulis sehingga secara tidak langsung hampir setiap perempuan menggunakan *eyelash extension*.

Eyelash extension merupakan salah satu perawatan rias mata yang membuat bulu mata buatan dan menggunakan teknik khusus dalam menempelkan bulu matanya (Giza, 2019). Bulu mata buatan akan ditempelkan satu persatu atau perhelai pada bulu mata asli menggunakan lem khusus *extension* bulu mata. Sesuai dengan namanya, *Eyelash extension* adalah penyambungan bulu mata dengan bulu mata palsu. Namun berbeda dengan pemasangan bulu mata palsu pada umumnya, pemasangan *eyelash extension* dilakukan dengan teknik helai per helai yang ditempelkan pada bulu mata asli.

Trend menggunakan *eyelash extension* di Indonesia sendiri muncul pada beberapa tahun terakhir ini. Saat ini tempat-tempat yang menyediakan

layanan *eyelash extension* menjamur di mana-mana, apalagi di daerah perkotaan, tidak terkecuali di Yogyakarta (Ajeng, 2017). Pesatnya perkembangan *eyelash extension* ini bukan tanpa sebab, namun karena peminatnya yang sangat banyak khususnya di kalangan perempuan (Kumparan, 2018). Pelayanan yang ditawarkan pun juga sangat beragam mulai dari model *eyelash extension* dan harga yang diberikan. Penggunaan *eyelash extension* yang semakin berkembang seolah-olah menjadi *trend* gaya hidup di kalangan perempuan.

Gaya hidup merupakan tata cara atau cara menggunakan barang, tempat, waktu khas kelompok masyarakat tertentu, yang sangat bergantung pada bentuk-bentuk kebudayaan, meskipun bukan merupakan totalitas pengalaman sosial. Hal ini dalam (Piliang, 2006), menjelaskan gaya hidup adalah sebagai gaya, tata cara, atau cara menggunakan barang, tempat dan waktu, khas kelompok masyarakat tertentu, yang sangat bergantung pada bentuk-bentuk kebudayaan, meskipun bukan merupakan totalitas pengalaman sosial. Perkembangan gaya hidup yang semakin kompleks, maka akan menuntut masyarakat

untuk berkembang pula, gaya hidup menjadi ajang atau media bagi seseorang untuk menunjukkan eksistensi dirinya dan menunjukkan citra dirinya di masyarakat. Hal ini berkaitan dengan penggunaan *eyelash extension* yang dilakukan oleh perempuan, mereka menggunakan *eyelash extension* untuk menunjang gaya hidup mereka dan untuk menunjukkan siapa dirinya di masyarakat dan untuk menjadi ciri individu dan membentuk citra diri tersebut di dalam masyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh Chaney bahwa penampilan luar menjadi hal yang penting bagi gaya hidup, penampilan, hal-hal yang bersifat permukaan kulit akan menjadi bisnis besar dari gaya hidup. Oleh karena itu banyak perempuan berbondong-bondong untuk memperbaiki penampilan luar (*outer beauty*).

3. Tubuh Manusia sebagai Tubuh Individu dan Sosial

Dalam kajian sosiologi dan budaya tubuh merupakan objek keindahan. Tubuh merupakan kerangka atau struktur fisik atau material manusia atau hewan (Synott, 2007:11). Persepsi keindahan tubuh selalu melekat pada identitas diri sang pemilik tubuh, orang akan semakin bernilai

di tengah lingkungan sosialnya ketika tampilan tubuhnya dibalut dengan berbagai hiasan. Tubuh adalah penanda penting bagi status sosial, posisi keluarga, umur, gender, dan lain-lain. Gerak tubuh dalam berbagai ritus hingga tatto menjadi tematik yang penting dalam setiap studi sosiologi dan budaya.

Menurut Synott (1992) tubuh adalah diri, dan diri adalah tubuh. Tubuh bukan telah ada, tubuh sebagai sebuah kategori sosial, dengan makna yang berbeda-beda yang disusun, dihasilkan dan dikembangkan di setiap zaman oleh masing-masing individu. Menurut teori ini tubuh dibagi menjadi dua yaitu, *the self (individual body)* dan *the society (the body politics)*. *The body politics* membentuk bagaimana tubuh itu secara fisik dirasakan, atau dapat diartikan bahwa tubuh merupakan ciri khas atau penanda identitas individu. Namun pada sekarang ini, tubuh mempunyai pergeseran penafsiran dan makna, tubuh saat ini dikonstruksikan secara sosial dengan berbagai cara di masyarakat. Pada masyarakat pramodern tubuh dianggap menjadi objek untuk menunjukkan status

sosial, kedudukan keluarga, afiliasi kesukuan, usia gender, dan bahkan kondisi keagamaan seseorang. Dengan kata lain tubuh dijadikan simbol dan identitas. Pada masyarakat modern tubuh menunjukkan kesejahteraan serta gaya hidup seseorang (Janah, 2010).

Tubuh mulai mengalami transisinya dari sesuatu yang berhubungan dengan biologis kearah sosial. Tubuh dibentuk, dikendalikan dan bahkan ditemukan oleh masyarakat. Foucault dan Goffman mengungkapkan bahwa makna tubuh ditentukan oleh struktur sosial yang ada diluar jangkauan individu. Masing-masing individu pun sadar akan pengaturan tubuhnya karena secara sosial tubuh tak lepas dari pengaturan, pemantauan, penertiban dan pengendalian Oleh karena itu orang-orang dengan sengaja membentuk diri mereka agar mempunyai ciri, kesan dan citra yang baik di dalam lingkungan sosialnya. Pramono (2010) mengungkapkan bahwa kesenangan tubuh jauh lebih baik daripada kesenangan jiwa. Kesenangan tubuh dapat diartikan sebagai suatu pemujaan terhadap tubuh, pemujaan seseorang

terhadap tubuhnya akan mencapai puncaknya ketika dibarengi dengan apresiasi sosial yang diberikan kepadanya. Oleh karena itu keindahan tubuh dipelajari sebagai bagian dari estetika. Maksud tubuh sebagai bagian dari estetika adalah tubuh sebagai media untuk memperkenalkan diri individu kepada lingkungan sosialnya dengan tujuan membentuk citra dan kesan pemilik tubuh tersebut. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Antony Synott (2007) bahwa tubuh saat ini tubuh dimaknai sesuai dengan kaca mata ideologi dominan yang berlaku pada setiap jaman yang bersifat kontekstual. Cara berpikir individu mengenai tubuh dirinya akan selalu mengikuti pola pikir dan konstruksi masyarakat. Karena tubuh individu merupakan salah satu tubuh sosial yang terbuka dengan penilaian dari masyarakat. Maka dari itu hal ini akan menimbulkan keinginan seseorang untuk merawat tubuh dan memperbaiki tubuh agar tampil sesuai dengan apa yang berlaku pada konteks sosial dan budaya (Listyani, 2016).

Kesadaran untuk memperindah diri adalah suatu tindakan yang memang disengaja, untuk aktualisasi

diri di dalam kehidupan sosial. Individu akan memperbaiki tubuhnya di masyarakat karena sadar bahwa tubuh tidak lagi hanya dikonsumsi individu seorang saja, melainkan tubuh merupakan objek konsumsi masyarakat juga. Individu akan berlomba-lomba memperindah tubuh agar dipandang oleh orang lain, agar mendapatkan *feedback* dan ditunjukkan kepada orang lain, yang mana dalam hal ini terjadi peralihan fungsi tubuh secara biologis menjadi tubuh sosial.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang telah dilakukan dengan judul *Trend Eyelash Extension pada Perempuan di Yogyakarta* menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif ini dipilih peneliti karena dinilai dapat digunakan untuk mengungkapkan dan mengeksplorasi suatu fakta sosial, sebagai prosedur pemecahan masalah yang diteliti dengan gambaran subjek dan objek penelitian sesuai dengan kenyataan, mengembangkan dan menghubungkan antar variabel yang ada serta memberikan penafsiran dari fakta tersebut. Disamping itu jenis penelitian ini

juga dapat mencari tahu tentang suatu fenomena yang belum banyak diketahui, sehingga peneliti bisa mencari tahu lebih banyak serta mendalami terkait objek penelitian (Sukmadinata, 2005).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penggunaan metode ini dengan alasan bahwa fokus dalam penelitian ini adalah bentuk *trend* gaya hidup pengguna *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta. Sementara pendekatan fenomenologi bertujuan untuk menggambarkan makna dari pengalaman hidup yang dialami oleh beberapa individu tentang konsep atau fenomena tertentu, dengan mengeksplorasi struktur kesadaran manusia. Jadi disini peneliti ingin mengetahui makna dari pengalaman yang dialami oleh para pengguna *eyelash extension* melalui studi fenomenologi ini.

Melalui jenis penelitian ini didapatkan informasi mengenai *trend eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta, untuk mengetahui alasan perempuan di Yogyakarta menggunakan *eyelash extension* dan faktor-faktor yang menyebabkan perempuan di

Yogyakarta memutuskan untuk menggunakan *eyelash extension*. Alasan digunakannya metode ini adalah untuk mencapai atau memperoleh suatu cerita, pandangan yang segar dan lain sebagainya.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di salon “*Ritzhair Salon Beauty and Bar*” yaitu salon yang menyediakan jasa *eyelash extension* yang terletak di Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Peneliti memilih lokasi ini karena peneliti tertarik dengan banyaknya kalangan perempuan yang menggunakan *eyelash extension* selain itu juga peneliti ingin mengetahui bagaimana *eyelash extension* menjadi *trend* pada perempuan di Yogyakarta. Pada penelitian kali ini mengambil populasi pada beberapa kalangan perempuan yang menggunakan *eyelash extension* yang berada di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu satu bulan terhitung dari bulan Februari hingga bulan Maret 2020. Penelitian ini diawali dengan observasi pada tanggal 23 Februari 2020 selama empat hari di lokasi

penelitian yaitu Ritzhair Salon Beauty & Bar untuk mengamati penampilan, perilaku, model *eyelash extension* yang dipilih oleh informan dan fasilitas yang disediakan oleh salon. Kemudian tahap selanjutnya melakukan wawancara, wawancara dilakukan pada tanggal 28 Februari 2020 yang dilakukan di beberapa tempat, yaitu Ritzhair Salon Beauty & Bar, tempat kerja informan dan tempat tinggal informan.

3. Informan Penelitian

Informan yang diambil adalah perempuan yang menggunakan *eyelash extension* di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mengambil sampel. *Purposive sampling* merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang didalamnya memuat beberapa kriteria atau pertimbangan tertentu seperti orang tersebut dianggap paling tahu tentang data yang kita harapkan dalam penelitian atau dianggap sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti dalam menjelajahi objek yang di teliti. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik dimana peneliti cenderung memilih

responden secara variatif berdasarkan alasan. Informan yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah 9 orang dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda. 9 orang informan tersebut terdiri dari perempuan pengguna *eyelash extension* di Yogyakarta dengan profesi mahasiswa, wiraswasta, pemilik salon, staff office, guru, siswa SMA, dan ibu rumah tangga. Informan yang dipilih karena memenuhi kriteria yang diinginkan oleh peneliti.

4. Sumber Data

Sumber data penelitian merupakan yang didapat oleh peneliti terkait dengan data yang menjadi sumber data penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah:

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui observasi dan wawancara baik secara partisipatif maupun wawancara mendalam. Sumber data primer dicatat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman, video/audio, foto, dan film (Moleong, Lexy, 2014). Adapun data yang primer yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari observasi dan wawancara secara langsung

terhadap informan, yaitu perempuan pengguna *eyelash extension* di Yogyakarta.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian. sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara, dapat berupa data, bukti, catatan, arsip yang sudah ada. Fungsi data sekunder adalah untuk mendukung data primer. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder berupa artikel, website dan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang *trend eyelash extension*.

5. Teknik/Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2016: 308). Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara.

6. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji keabsahan data dalam sebuah penelitian sangatlah penting. Validitas sangat mendukung dalam menentukan hasil akhir penelitian, oleh sebab itu diperlukan beberapa teknik untuk memeriksa dengan menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi merupakan penggunaan dua atau lebih sumber untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang fenomena yang akan diteliti.

Adapun peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, dimana peneliti mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa informan kemudian membandingkan jawaban dari setiap informan serta membandingkan dengan jawaban informan. Selain itu dilakukan juga dengan mebandingkan data berdasarkan hasil wawancara dan hasil observasi. Penelitian ini menggunakan metode triangulasi dengan cara membandingkan informasi atau data, peneliti menggunakan Teknik wawancara bebas dan terstruktur, selain itu, peneliti juga menggunakan metode observsi untuk mengecek kebenaran data. Peneliti juga memilih informan yang berbeda untuk memperoleh data

yang valid. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan memperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Oleh karena itu diperlukan Teknik triangulasi apabila mendapatkan keraguan terhadap hasil data yang diperoleh dari informan.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik yang dikemukakan oleh Miles dan Hubberman (1992) dengan langkah-langkah meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

1. Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pengumpulan data wawancara, observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Proses observasi dilakukan selama empat hari dengan mengamati beberapa aspek sesuai dengan pedoman observasi. Proses wawancara dilakukan dengan 9 informan yang menggunakan *eyelash extension* dalam aktivitas sehari-harinya.

2. Reduksi Data

Reduksi data merupakan kegiatan merangkum, memilih hal-hal yang pokok menfokuskan pada hal - hal yang penting, kemudian dicari

tema dan polanya (Sugiyono, 2014). Setelah data direduksi maka data hasil penelitian akan lebih jelas dan fokus. Reduksi adalah proses dimana peneliti melakukan penelitian-perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan data hasil peneliti. Peneliti melakukan pemilihan data yang pokok atau inti, memfokuskan pada data yang mengarah pada pemecahan masalah dan memilih data yang mampu menjawab permasalahan penelitian.

Dalam penelitian ini, hasil observasi oleh peneliti diolah kembali menjadi data yang rapi. Sedangkan data hasil wawancara yang masih mentah kemudian diolah kedalam bentuk transkrip wawancara. Setelah diubah kedalam bentuk transkrip wawancara peneliti melakukan koding yang bertujuan untuk mempermudah menemukan informasi untuk menjawab pertanyaan penelitian.

3. Penyajian Data

Tahap selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data adalah sejumlah informasi yang

tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan lebih lanjut. Dengan melihat penyajian data, kita akan memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan selanjutnya. penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk singkat, bagan, hubungan antar kategori dan dengan teks yang bersifat naratif sehingga dapat diketahui rencana kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami dari data tersebut. Penyajian data dilakukan agar peneliti lebih mudah dalam memahami hasil penelitian. Pada penelitian ini peneliti menyusun data yang telah diperoleh ke dalam kalimat deskriptif yang mudah dipahami, peneliti memperbaiki susunan kata atau kalimat agar mudah dipahami untuk menjawab pertanyaan penelitian.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah proses terakhir dari pembuatan dari suatu laporan penelitian. Peneliti berupaya mencari makna dibalik data yang dihasilkan dalam penelitian serta menganalisis data yang kemudian menjadi suatu kesimpulan. Kesimpulan yang

ditarik segera diverifikasikan dengan melihat dan mempertanyakan kembali dengan melihat catatan lapangan agar memperoleh pemahaman yang lebih tepat. Penarikan kesimpulan adalah usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan pola-pola kejelasan, alur sebab akibat atau proporsi. Pengambilan kesimpulan ini dilakukan dengan cara menganalisis dan menyajikan dalam bentuk deskriptif secara jelas.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Faktor yang Melatarbelakangi

Perempuan Menggunakan Eyelash Extension

Adapun penggunaan *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta terjadi karena beberapa faktor. Berikut akan dibahas mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi perempuan di Yogyakarta menggunakan *eyelash extension*.

a. *Trend* Penggunaan *Eyelash extension* yang sedang berkembang

Trend merupakan suatu kecenderungan yang ada di masyarakat yang membuat masyarakat mengalami perubahan

dan perkembangan dalam kebiasaan mereka. Kecenderungan tersebut meliputi beberapa aspek di masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh Zegheanu (2012) yang menjelaskan bahwa *trend* merupakan hasil yang kompleks yang menunjukkan adanya perubahan di masyarakat. Seperti halnya dalam dunia kecantikan, di dalam dunia kecantikan sendiri selalu muncul *trend-trend* terbaru yang lebih canggih dari sebelumnya. Salah satu contoh *trend* kecantikan pada tahun 2016 adalah adanya *trend* kecantikan rias menggunakan pensil alis pada perempuan (Styaningtyas, 2016). Banyak perempuan berbondong-bondong untuk membeli pensil alis dan menggunakannya saat beraktivitas. Namun saat ini *trend* tersebut sudah mulai luntur dan tergantikan dengan *trend* penggunaan sulam alis pada perempuan yang dirasa lebih praktis jika dibandingkan dengan menggunakan pensil alis.

Untuk beberapa alasan tertentu, ada kalanya *trend* muncul untuk menggantikan kecenderungan-kecenderungan yang telah lama. Ketika sesuatu hal telah menjadi

suatu *trend* yang cukup lama, tentu saja masyarakat akan merasa bosan dengan hal tersebut. Mereka kemudian akan mencari hal-hal lain untuk dijadikan *trend* yang baru. Sama halnya dengan salah satu *trend* kecantikan menggunakan mascara, karena mascara terlalu lama menjadi *trend* kecantikan maka banyak masyarakat yang bosan dan mulai mencari *trend* baru sesuai dengan kebutuhan mereka. *Trend* penggunaan mascara telah digantikan dengan adanya *trend* *eyelash extension*. *Trend* penggunaan *eyelash extension* di Indonesia sendiri dimulai pada tahun 2017. Sejak tahun 2017 *eyelash extension* mulai digemari oleh para perempuan dan selalu meningkat setiap tahunnya (Agmasari, 2017). Oleh karena itu, banyak muncul penyedia jasa pelayanan pemasangan *eyelash extension* di berbagai kota di Indonesia. Hampir semua kota-kota besar yang ada di Indonesia sudah tersedia penyedia jasa pemasangan *eyelash extension*. Selain itu, munculnya *trend* *eyelash extension* ini semakin meningkat karena banyak pengguna *eyelash extension*

membagikan informasi mengenai *eyelash extension* secara *online* maupun *offline*.

Hal ini sejalan dengan yang terjadi pada perempuan-perempuan di Yogyakarta. Mereka cenderung merasa tidak puas terhadap produk-produk kecantikan atau *makeup* yang tersedia di pasaran khususnya pada produk mascara dan bulu mata palsu sehingga mereka lebih memilih untuk menggunakan *eyelash extension* sebagai pilihan untuk riasan mata. Hal tersebut disebabkan karena perempuan merasa tidak puas dengan hasil mascara yang tidak sesuai dengan *trend* terkini, yaitu menggunakan *eyelash extension*. Perempuan cenderung akan memilih menggunakan *eyelash extension* karena mereka merasa akan lebih percaya diri di dalam lingkungan masyarakat oleh karena itu mereka lebih memilih menggunakan *eyelash extension*.

Penggunaan *eyelash extension* menjadi *trend* di kalangan perempuan Yogyakarta karena didukung peminatnya yang sangat banyak khususnya di kalangan perempuan (Kumparan, 2018). *Trend* merupakan suatu

pandangan, gagasan, ide, maupun mode yang sedang digandrungi oleh masyarakat, dapat digemari oleh remaja, anak-anak, dewasa, maupun para orang tua. Cirinya mudah saja, apabila kita sedang berjalan di tempat-tempat umum dan melihat ada sebuah kesamaan pada 5-25 orang yang lewat, maka itulah *trend* yang sedang berlaku (Sofiah, 2011)

Selain itu, banyaknya penyedia jasa pemasangan *eyelash extension* yang semakin banyak di berbagai kota juga merupakan faktor pendukung penggunaan *eyelash extension* menjadi *trend*. Fira Nursyabani (2019) menyatakan bahwa banyak salon-salon *eyelash extension* yang ada di Bandung yang mengalami peningkatan penjualan *eyelash extension* dalam 3 bulan sejak disediakan jasa *eyelash extension*. *Trend* penggunaan *eyelash extension* di Yogyakarta juga dapat dilihat di situs traveloka.com yang di dalamnya terdapat fitur untuk melihat jenis pelayanan, harga dan fitur *booking*. Di situs tersebut banyak pengguna yang memberikan *review* terhadap pelayanan yang diberikan, lebih dari 92 *user account* menyatakan

puas dengan pelayanan yang diberikan dan merasa lebih cantik menggunakan *eyelash extension*.

b. Pengaruh Media sosial

Media sosial atau juga bisa disebut sebagai jejaring sosial merupakan media komunikasi yang berbasis *online* dengan para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berbagi (Sragih, Ramadhany, 2012). Sejalan dengan perkembangan zaman yang sudah memasuki era globalisasi menyebabkan maraknya pengguna media sosial yang banyak dan selalu meningkat. Dengan semakin maraknya pengguna internet, maka perdagangan dilakukan secara elektronik atau *ecommerce* juga ikut meningkat. Media sosial saat ini pusat menyebarkan informasi karena para pengguna media sosial dapat dengan mudah menyebarkan informasi dan aktivitas terkini yang sedang mereka jalani. Arus penyebaran untuk mempengaruhi orang lain untuk menggunakan produk juga semakin luas dengan akses antar individu yang semakin mudah melalui pertemanan di dunia maya atau media sosial.

Hal ini juga berlaku bagi perempuan-perempuan pengguna media sosial yang ada di Yogyakarta, mereka dapat mengakses sosial media dan berinteraksi dengan pengguna lain media sosial dengan mudahnya sehingga dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam kehidupan nyata karena penyebaran informasi yang sangat mudah di dapat melalui pengguna media social lainnya. Menurut (Milea,dkk, 2018) menyatakan bahwa saat ini perempuan cenderung memilih untuk mencari tahu *trend* kecantikan melalui media sosial sebelum membeli suatu produk. Maka hal tersebut akan mempengaruhi perilaku atau gaya hidup yang dilakukan oleh perempuan. Penggunaan media sosial juga menimbulkan fenomena tersendiri dikalangan pengguna lainnya, para pengguna media sosial menentukan sendiri siapa yang menjadi *role* model mereka berdasarkan dari apa yang baik dan menyenangkan di mata mereka. Fenomena ini juga membentuk persepsi dari berbagai kalangan dalam menilai bagaimana gaya hidup pengguna media sosial di Indonesia pada era

dewasa ini. Oleh karena itu media sosial sangat berpengaruh terhadap perilaku dan gaya hidup. Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya (Susanto,2006). Widiastuti (2009) mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan *frame of reference* yang dipakai seseorang dalam bertingkah laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu, terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain.

Media sosial sangat berpengaruh dalam perilaku perempuan dalam memilih *trend* kecantikan. Kepercayaan mereka terhadap *role* model pengguna media social lain sebagai *reviewer* produk menjadi salah satu faktor yang menyebabkan perempuan untuk memutuskan menggunakan atau membeli suatu produk kecantikan. Hal tersebut dikarenakan banyak pengguna media sosial dengan mudah mengunggah dan menyebarkan informasi ke dalam lingkup dunia maya, hal yang bersifat ajakan dan

hasil *review* yang baik akan menyebabkan pengaruh pengguna lain untuk menggunakan atau melakukan hal yang serupa. (Zhang, dkk, 2017) menyatakan bahwa generasi yang terlibat aktif dengan media sosial, pada tahap pengambilan keputusan sangat memungkinkan untuk berbagi pendapat melalui *electronic word of mouth (e-WOM)* baik *e-WOM* secara positif maupun negatif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nawaz (2015) yang meneliti dampak media sosial terhadap proses pengambilan keputusan dari 126 responden yang bekerja di lembaga Pendidikan tinggi. Penelitian ini menunjukkan keputusan pengguna media sosial dipengaruhi oleh kritik dan informasi yang dibagikan oleh pengguna lain. Media sosial telah menjadi pilihan di seluruh dunia dan mempengaruhi perilaku pengguna lain. Hal ini juga terjadi pada perempuan di Yogyakarta dimana *Electronicword of mouth* juga biasa digunakan untuk referensi dalam memutuskan untuk menggunakan jasa atau produk kecantikan tertentu.

Hal ini dapat kita simpulkan bahwa memang media sosial memiliki peran penting dalam keputusan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan. Seseorang cenderung akan mempercayai ajakan yang disertai dengan testimoni dari media sosial, hal tersebut dikarenakan kepercayaan dan keyakinan kepada *reviewer* dan sudah melihat hasilnya pada orang yang sebelumnya telah memakai produk *eyelash extension* sehingga mereka menjadi yakin dan memutuskan untuk menggunakan *eyelash extension*.

c. Keinginan Untuk Tampil Praktis

Perbaikan akan penampilan diperlukan oleh perempuan dengan maksud untuk membuat dirinya menjadi lebih percaya diri, tampil lebih cantik, menarik perhatian serta membuat dirinya merasa lebih percaya diri terhadap dirinya di lingkungan sosialnya. Perempuan akan merasa tampil sempurna apabila mereka mereka sudah puas dengan apa yang mereka inginkan. Usaha-usaha untuk tampil sempurna pun juga dapat dilakukan dengan berbagai macam misalnya *bermakeup*,

karena bagian wajah merupakan bagian yang biasanya menjadi pusat perhatian seseorang. Dalam *bermakeup* pun juga harus melalui berbagai macam langkah untuk mendapatkan hasil yang sempurna, dari langkah wajah hingga bagian mata. Tidak jarang banyak perempuan yang menghabiskan waktu banyak saat *bermakeup* dan mengganggu aktivitas lainnya. Hal ini sejalan yang terjadi dengan perempuan-perempuan yang terjadi di Yogyakarta, mereka merasa ingin tampil praktis saat *bermakeup* dengan menggunakan *eyelash extension*.

Penampilan yang sempurna tentu tidak datang begitu saja, namun setiap orang juga harus pandai berusaha untuk membuat penampilannya menjadi baik. Penampilan sendiri dipengaruhi oleh pembentukan sikap dari orang itu sendiri, pembentukan sikap disini dibarengi dengan cara-cara dan usaha untuk membuat penampilan sempurna. Bagian wajah merupakan salah satu aspek yang sangat mempengaruhi penampilan, maka dari itu cara yang dilakukan perempuan untuk

tampil sempurna adalah dengan menggunakan *makeup*. *Makeup* sendiri adalah kegiatan merias wajah menggunakan produk-produk kecantikan. Banyak perempuan memilih menggunakan *makeup* karena untuk menunjang kegiatan sehari-hari seperti bekerja,berkuliah atau kegiatan-kegiatan yang lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadya Berliana dengan judul penelitian “*Pemakaian Kosmetik Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Putri*” yang mengungkapkan bahwa remaja perempuan cenderung menggunakan *makeup* untuk menutupi kekurangan pada dirinya dan terlihat lebih menarik. Namun, kegiatan menggunakan *makeup* tersebut harus didukung dengan berbagai produk *makeup* yang beragam seperti alas bedak (*foundation*), bedak tabur (*loose powder*) dan perona mata (*eyeshadow*),pensil alis, mascara dan lipstick (Muliawan, 2013).

Selain itu, proses merias wajah (*Make up*) harus melalui langkah-langkah yang membutuhkan waktu lama, maka dari itu banyak perempuan memilih untuk

menggunakan *eyelash extension* untuk tampil praktis dan menghemat waktu seperti halnya dalam (Pratiwi,2018) yang menyatakan bahwa perempuan lebih memilih menggunakan sulam alis daripada riasan pensil alis untuk tampil praktis karena seringkali banyak perempuan yang mempunyai banyak kesibukan sehingga tidak mempunyai banyak waktu untuk merias wajah.

d. Keinginan untuk Memiliki Penampilan yang Sempurna

Penampilan merupakan bentuk citra diri yang terpancar dari diri seseorang, dan juga merupakan sarana komunikasi antara seorang individu dengan individu lainnya. Tampil menarik dan sempurna merupakan salah satu kunci sukses dalam kehidupan social bermasyarakat. Penilaian diri sangat penting diperhatikan oleh seseorang karena sebuah penampilan akan memberikan penilaian awal pada diri individu yang diberikan oleh orang lain. Bagi perempuan. Penampilan merupakan salah satu faktor penting untuk mencerminkan diri seseorang. Penampilan yang dimiliki oleh

masing-masing individu khususnya antar perempuan tidaklah sama, penampilan fisik yang dimiliki oleh masing-masing orang selalu berbeda-beda baik itu busana serta ornamen lainnya yang dipakai, meliputi pakaian dan dandanan luar dan juga dekorasi tubuh yang cenderung berbeda secara kultural (Anggraini, 2012).

Perempuan cenderung menampilkan penampilan mereka agar mendapatkan penilaian apa yang mereka mau.

Salah satu upaya yang mereka lakukan sebagai salah satu bentuk perhatian terhadap penampilan adalah penggunaan *eyelash extension*. Perempuan di Yogyakarta merasa perlu menggunakan *eyelash extension* sebagai penunjang penampilan agar terlihat sempurna. Untuk mendapatkan penampilan yang sempurna mereka melakukan usaha perbaikan penampilan yaitu menggunakan *eyelash extension*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rukmawati,Dzulkarnain, 2014) yang menyatakan bahwa

sejak usia dini perempuan sudah diajarkan untuk menganggap penampilan fisik sebagai salah satu faktor pendukung rasa percaya diri, karena di dalam masyarakat sendiri perempuan dicitrakan sebagai makhluk yang cantik, yang identik dengan keindahan tubuh dan nilai-nilai feminitasnya. Selain itu Sheryl Sandberg dalam bukunya “*Learn in: Women, Work, and The Will to Lead*” serta Claire Shipman dan Katy Kay melalui buku “*The Confidence Code: The Science and Art of Self Assurance – What Women Should Know*” menyatakan bahwa wanita sejak kecil dikonstruksikan untuk menggantungkan kepercayaan dirinya pada busana dan *make up* (Forbes.com, 2014)

Begitupula yang terjadi dengan perempuan di Yogyakarta pengguna *eyelash extension*. Mereka merasa memiliki kekurangan pada dirinya yang kemudian membuat mereka memilih untuk menggunakan *eyelash extension* untuk melengkapi kekurangan yang dirasa. Mereka menggunakan

eyelash extension untuk menunjang penampilan mereka agar mencapai penampilan yang sempurna dan seperti yang mereka inginkan dan juga agar lebih mudah dalam berinteraksi di dalam masyarakat.

2. Praktik Penggunaan Eyelash Extension pada Perempuan di Yogyakarta

Kegiatan penggunaan *eyelash extension* di kalangan perempuan di Yogyakarta tidak luput dari usaha untuk memperbaiki dan sebagai bentuk perhatian terhadap penampilan. Penggunaan *eyelash extension* saat ini dinilai sebagai suatu kebutuhan seiring dengan berkembangnya salon-salon yang menyediakan jasa pemasangan *eyelash extension*, khususnya di Yogyakarta. Perempuan di Yogyakarta menganggap bahwa *eyelash extension* merupakan salah satu penunjang penampilan yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu praktik penggunaan *eyelash extension* semakin berkembang dari tahun ke tahun.

a. Penggunaan *Eyelash extension* digunakan sebagai Pilihan Gaya Hidup

Penampilan kini menjadi sebuah keharusan bagi setiap individu, karena dengan apa yang ditampilkan di hadapan orang lain maka akan menghasilkan citra yang sesuai dengan apa yang dipakainya. Penampilan dianggap sebagai obyek untuk menyampaikan sesuatu, oleh karena itu banyak perempuan memilih untuk berpenampilan dengan menarik untuk mengungkapkan maksud dan tujuan tertentu mengenai dirinya. Ayu (2019) mengungkapkan perempuan memilih menonjolkan penampilannya dan mengemas secara menarik untuk menunjang sikap percaya dirinya. Untuk mencapai penampilan yang sempurna maka diperlukan usaha-usaha untuk menunjangnya. Seperti yang dilakukan oleh perempuan-perempuan di Yogyakarta, salah satu usaha untuk memenuhi kebutuhan akan penampilannya adalah dengan menggunakan *eyelash extension* sebagai penunjang penampilan. *Trend* penggunaan *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta telah menjadi gaya hidup karena dilakukan secara terus menerus dan berulang. Gaya

hidup merupakan tata cara atau cara menggunakan barang, tempat, waktu khas kelompok masyarakat tertentu, yang sangat bergantung pada bentuk-bentuk kebudayaan, meskipun bukan merupakan totalitas pengalaman social. Gaya hidup adalah sebagai gaya, tata cara, atau cara menggunakan barang, tempat dan waktu, khas kelompok masyarakat tertentu, yang sangat bergantung pada bentuk-bentuk kebudayaan, meskipun bukan merupakan totalitas pengalaman social (Piliang, 2006).

Kegiatan penggunaan *eyelash extension* dilakukan secara berulang dan membentuk pola perilaku dimana pola perilaku tersebut dilakukan untuk memenuhi kebutuhan penampilan dan tubuh. Hal tersebut terbukti dengan perilaku perempuan di Yogyakarta dalam penggunaan *eyelash extension*, mereka menggunakan *eyelash extension* setiap bulu mata *eyelash extension* mereka rontok dan paling lama selama dua minggu sekali. Mereka akan kembali ke salon penyedia jasa *eyelash extension* untuk melakukan *retouch* (pemasangan kembali) bulu mata *extension* yang

sudah rontok. Hal tersebut sesuai dengan sifat gaya yaitu dalam (Piliang, 2006) ada beberapa sifat umum dari gaya hidup, yaitu *pertama*, gaya hidup sebagai sebuah *pola* yang dilakukan atau tampil secara berulang-ulang, *kedua*, mempunyai massa (atau pengikat) sehingga tidak ada gaya hidup yang bersifat personal, dan *ketiga*, mempunyai daur hidup (*life-cycle*), artinya ada masa kelahiran, tumbuh, puncak, surut, dan mati. Dengan kata lain, gaya hidup dikaitkan sesuatu yang secara relatif bertahan lama (*durable*) di dalam masyarakat.

Penggunaan *eyelash extension* pada kalangan perempuan di Yogyakarta merupakan salah satu bentuk perhatian terhadap penampilan dan tubuh. Mereka mencoba untuk menunjukkan perhatiannya terhadap penampilan dan tubuh, dan berusaha menampilkan bahwa penampilan merupakan hal yang penting. Pola perilaku penggunaan *eyelash extension* di kalangan perempuan di Yogyakarta digunakan untuk menunjang penampilan, karena dengan penampilan mereka dapat menunjukkan siapa diri mereka dan memberikan ciri tubuh mereka

di hadapan public. Untuk mencapai keinginan penampilan yang sempurna di depan public maka perempuan harus rela untuk menggunakan *eyelash extension* dan melakukan *treatment* secara berulang dan membentuk. Penggunaan *eyelash extension* menjadi cara yang dipilih untuk mewujudkan keinginan penampilan yang sempurna bagi perempuan. Dimana kegiatan penggunaan *eyelash extension* didasari dengan keinginan dan rasa sadar dari penggunaanya. Penggunaan *eyelash extension* di kalangan perempuan mempunyai tujuan yang berbeda-beda untuk mewujudkan keinginannya. Penggunaan *eyelash extension* di kalangan perempuan telah menjadi sebuah gaya hidup untuk menyempurnakan dan menunjang penampilan pada perempuan dan juga telah menjadi sarana bagi perempuan mengekspresikan dirinya di dalam masyarakat dengan memberikan penampilan terbaiknya untuk tampil lebih percaya diri dalam berinteraksi di dalam masyarakat.

- b. *Eyelash extension* digunakan untuk Membentuk Citra Diri di masyarakat

Penampilan merupakan salah satu faktor yang penting dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Penampilan yang diharapkan oleh perempuan akan membuat dirinya menjadi lebih percaya di lingkungan sosialnya. Penampilan terbaik perempuan akan menarik perhatian dan respon positif orang-orang di sekitarnya. Penampilan terbaik perempuan tidak terlepas dari penampilan bagian tubuh, terlebih lagi bagian wajah. Wajah merupakan salah satu bagian tubuh yang menjadi gambaran atau identitas yang menjadi pusat perhatian seseorang. Penampilan bagian wajah juga akan memunculkan kesan dan berbagai penilaian diri dari seseorang. Penilaian atas penampilan terhadap seseorang memiliki dua jenis, yaitu penilaian positif dan penilaian negatif. Penilaian diri yang positif dari orang lain maka akan mengakibatkan seseorang akan merasa aman, mudah dan percaya diri dalam berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya (Burns, 2003). Maka dari itu, perempuan selalu memperbaiki penampilannya dengan tujuan agar lebih diterima oleh

lingkungan sekitarnya dan memiliki citra diri yang positif di masyarakat. Citra diri merupakan cara individu menampilkan dirinya pada orang lain untuk membentuk penilaian atau konsepsi orang lain terhadap dirinya. Pencitraan merupakan cara membentuk citra mental pribadi atau gambaran sesuatu. Informan penelitian ini berusaha menampilkan penampilan yang ingin mereka tampilkan di depan masyarakat dengan tujuan untuk mendapatkan citra diri dan penilaian dari masyarakat

Perempuan pengguna *eyelash extension* di Yogyakarta memutuskan untuk menggunakan *eyelash extension* untuk memperbaiki penampilan bagian wajah dan mata mereka karena merasa kurang percaya diri dan mempunyai masalah pada bagian wajah dan mata. Oleh sebab itu, mereka memutuskan untuk menggunakan *eyelash extension* untuk memperbaiki penampilan mereka dan mengatasi masalah yang mereka alami. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadya Berliana (2014) dengan Judul penelitian “*Pemakaian Kosmetik Terhadap*

Kepercayaan Diri Remaja Putri” dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa remaja putri yang menggunakan kosmetik memiliki tujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka saat tampil di depan publik. Remaja putri yang menggunakan kosmetik merasa akan tampil lebih percaya diri saat berinteraksi dengan orang lain karena apabila mereka tidak menggunakan kosmetik dalam kehidupan sehari-hari mereka merasa memiliki kekurangan pada bagian wajahnya yang membuat remaja putri memutuskan untuk menggunakan kosmetik untuk menunjang rasa percaya dirinya.

Hal sejalan juga terjadi pada perempuan di Yogyakarta mereka merasa tampil cantik dan *fresh* di depan umum merupakan tujuan utama mereka menggunakan *eyelash extension* dan juga untuk menambah tingkat kepercayaan diri mereka. Oleh sebab itu, usaha untuk memperbaiki penampilan tersebut menimbulkan beberapa komentar dan pendapat dari orang-orang yang ada di sekitar lingkungan mereka. Pendapat tersebut pun beragam, ada yang bersifat positif dan ada yang

bersifat negatif. Pendapat-pendapat dari orang-orang yang ada di lingkungan social mereka akan berpengaruh pada tindakan dan pikiran beberapa informan. Pendapat dan penilaian orang lain terhadap penampilan seseorang merupakan sesuatu yang sangat penting, karena hal tersebut dapat menimbulkan berbagai dampak bagi bagi seseorang. Penampilan yang dimiliki oleh masing-masing individu khususnya antar perempuan tidaklah sama, penampilan fisik yang dimiliki oleh masing-masing orang selalu berbeda-beda baik itu busana serta ornamen lainnya yang dipakai, meliputi pakaian dan dandanan luar dan juga dekorasi tubuh yang cenderung berbeda secara kultural (Anggraini,2012). Terlebih lagi penampilan fisik bagian wajah dan mata, banyak sekali bentuk-bentuk wajah dan mata yang kita ketahui yang membedakan antara perempuan satu dengan perempuan yang lainnya. Ada wajah yang berbentuk bulat,oval,tirus dan ada mata yang berbentuk sipit dan lebar. Namun, setiap perempuan sendiri terkadang merasa bermasalah dengan bentuk mata dan bentuk

wajah masing-masing karena mereka merasa bahwa bentuk wajah dan bentuk mata yang mereka miliki tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Maka dari itu, mereka mencari solusi dari masalah tersebut melalui penggunaan *eyelash extension*.

Selain faktor ketidakpuasan tentang penampilan fisik yang mereka miliki, faktor lain yang menyebabkan perempuan menggunakan *eyelash extension* adalah penilaian atau komentar yang datang dari orang lain tentang penampilan fisik mereka. Komentar-komentar dari orang lain pun juga mengandung arti yang positif dan negatif. Komentar yang positif akan membuat perempuan lebih nyaman dan merasa senang terhadap penampilan mereka, Namun komentar yang bersifat negatif akan menimbulkan berbagai dampak terhadap perempuan, yaitu perasaan tidak puas, tidak percaya diri dengan penampilannya dan merasa tersinggung dengan komentar yang mengandung arti negatif. Perempuan yang mendapatkan komentar negatif tidak jarang merasa tertekan, oleh sebab itu

perempuan mulai mencari solusi dari rasa tidak puas dan rasa tidak percaya diri yang mereka rasakan akibat mendapatkan komentar negatif dari orang lain. Mereka akan merasa tampil percaya diri apabila mereka merasa kekurangan-kekurangan yang mereka memiliki akan tertutupi.

Bagi perempuan, penampilan merupakan salah satu faktor penting untuk mencerminkan diri seseorang. Penampilan yang sempurna merupakan dambaan setiap perempuan dan tampil sempurna seperti menjadi keharusan dalam kehidupan sehari-hari. Penampilan seseorang menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari individu itu sendiri dan masyarakat, dimana di dalam masyarakat karena di dalam masyarakat sendiri perempuan dicitrakan sebagai makhluk yang cantik, yang identik dengan keindahan tubuh dan nilai-nilai feminitasnya

(Rukmawati, Dzulkarnain, 2014).

c. *Eyelash extension* Digunakan untuk Menunjang Pekerjaan

Bekerja di ranah publik tentu akan memberikan kesempatan atau peluang yang besar untuk tampil berbeda dari pada

perempuan yang bekerja biasa atau perempuan yang bekerja sebagai ibu rumah tangga. Misalnya saja seseorang perempuan yang bekerja di kantor tentu akan mempunyai kesempatan untuk berpenampilan lebih cantik dan menarik dari pada mereka yang bekerja di sawah, ladang, pasar atau sebagai ibu rumah tangga. Penampilan yang cantik dan menarik bagi perempuan yang bekerja di sector publik biasanya dapat dilakukan dengan cara menampilkan *outer beauty* dengan semaksimal mungkin contohnya dengan berpakaian rapi, bersih, wangi, memoles wajahnya dengan *make up*, memakai aksesoris yang indah dan lain sebagainya, sehingga mereka akan terlihat cantik dan menarik. Perempuan lebih memilih menonjolkan penampilannya dan mengemasnya secara menarik atau bahkan stylish untuk menunjang sikap percaya diri dalam beraktivitas dalam dunia Pendidikan atau dunia pekerjaan (Ayu, 2019). Saat ini perempuan yang bekerja di sector public dituntut untuk tampil menarik untuk memberikan kesan citra professional dalam pekerjaannya

dan memberikan kepercayaan diri pada perempuan

Perempuan di Yogyakarta menggunakan *eyelash extension* untuk memenuhi keinginan dan menunjang pekerjaan mereka yang dituntut untuk tampil berdandan. Saat ini kita ketahui bahwa ada konstruksi kecantikan di kalangan perempuan yang berkarir di sector public, yaitu dengan munculnya konstruksi citra cantik pada perempuan yang berkarir. Sehingga para perempuan mencoba untuk memperbaiki penampilannya agar terlihat cantik dan terus mencari dan mencoba untuk menjadi apa yang dikonstruksikan oleh masyarakat. Selain itu, konstruksi kecantikan yang dibangun pada perempuan yang bekerja di sector public juga tidak lepas dari semakin banyaknya macam-macam dan model kecantikan yang muncul sehingga para perempuan akan selalu berusaha untuk tampil cantik dengan melakukan *treatment* kecantikan, salon dan sebagainya termasuk dalam menggunakan *eyelash extension*. Dalam dunia kerja, pekerjaan akan menuntut mereka untuk tampil cantik, meskipun tuntutan tersebut

tidak tertulis secara langsung namun sebagian perempuan menyadari bahwa dalam menjalankan dan mempertahankan eksistensinya dalam dunia kerja mereka sebagai perempuan yang berkarir harus cantik dan mempunyai penampilan yang menarik. *Eyelash extension* merupakan salah satu usaha para perempuan untuk mencapai kata cantik yang telah dikonstruksikan di dalam masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nanda, 2019) dengan judul penelitian “*Penampilan sebagai Komunikasi Non Verbal Perempuan dalam Dunia Pekerjaan*” yang menyatakan bahwa citra perempuan dapat ditampilkan melalui penampilan saat bekerja dengan penggunaan dan atribut lainnya. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Anthony Synott yang menyatakan bahwa tubuh merupakan kerangka atau struktur fisik atau material manusia atau hewan (Synott, 2007:).

Persepsi keindahan tubuh selalu melekat pada identitas diri sang pemilik tubuh, orang akan semakin bernilai di tengah

lingkungan sosialnya ketika tampilan tubuhnya dibalut dengan berbagai hiasan. Tubuh adalah penanda penting bagi status sosial, posisi keluarga, umur, gender, dan lain-lain. Menurut Synott (1992) tubuh adalah diri, dan diri adalah tubuh. Tubuh bukan telah ada, tubuh sebagai sebuah kategori sosial, dengan makna yang berbeda-beda yang disusun, dihasilkan dan dikembangkan di setiap zaman oleh masing-masing individu. Menurut teori ini tubuh dibagi menjadi dua yaitu, *the self (individual body)* dan *the society (the body politics)*. *The body politics* membentuk bagaimana tubuh itu secara fisik dirasakan, atau dapat diartikan bahwa tubuh merupakan ciri khas atau penanda identitas individu.

Cross and Cross (dalam Hurlock, 1980) mengatakan citra tubuh sangat erat kaitannya dengan penampilan fisik seseorang, jika seseorang tersebut merasa dirinya tidak menarik seperti yang diharapkan maka akan mencari jalan keluar untuk memperbaiki dirinya. Citra tubuh sendiri biasanya dibagi menjadi dua yaitu citra tubuh positif dan negatif. Citra tubuh positif adalah

ketika seseorang menerima apapun kondisi tubuhnya dan secara otomatis akan menambah rasa percaya dirinya, namun citra tubuh negatif adalah ketika seseorang merasa tidak puas akan kondisi tubuhnya sehingga membuat rasa percaya dirinya rendah

Kecantikan dan daya tarik fisik sangat penting bagi perempuan. Kita ketahui bahwa sekarang ini, tubuh mempunyai pergeseran penafsiran dan makna, tubuh saat ini dikonstruksikan secara social dengan berbagai cara di masyarakat. Tubuh mulai mengalami transisinya dari sesuatu yang berhubungan dengan biologis kearah sosial. Tubuh dibentuk, dikendalikan dan bahkan ditemukan oleh masyarakat. Saat ini konstruksi yang dibangun di masyarakat kita bergulir sebuah anggapan bahwa semakin cantik atau tampan seorang maka semakin besar penerimaan lingkungan sosialnya. Tingkat citra tubuh individu digambarkan oleh seberapa jauh individu merasa puas terhadap bagian-bagian tubuh dan penampilan fisik secara keseluruhan. Kesenjangan yang

terlalu jauh antara tubuh yang dipersepsi individu dengan tubuh ideal akan menyebabkan penilaian yang negatif terhadap tubuhnya. Semakin besar ketidaksesuaian ini maka semakin rendah pula penilaian terhadap tubuhnya, sedangkan orang yang memiliki penilaian yang positif terhadap tubuhnya akan mampu memanfaatkan tubuhnya dengan baik secara maksimal. Gambaran seseorang mengenai kondisi fisiknya lebih bersifat subyektif. Apabila seseorang merasa bahwa keadaan fisiknya tidak sama dengan konsep idealnya, maka dia akan merasa memiliki kekurangan secara fisik meskipun mungkin dalam pandangan dan penilaian orang lain dia dianggap menarik secara fisik. Keadaan yang demikian, seringkali membuat seseorang tidak dapat menerima keadaan fisiknya secara apa adanya sehingga citra tubuhnya menjadi negatif.

Dari penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa pemahaman citra tubuh perempuan di Yogyakarta relative memandang bahwa mereka mempunyai citra tubuh yang negatif pada tubuhnya. Perempuan di Yogyakarta merasa

tidak puas pada tubuhnya sehingga mereka selalu memperbaiki penampilannya agar sesuai dengan apa yang mereka inginkan untuk mencapai konstruksi yang dibangun di masyarakat dengan cara memperbaiki Penampilan melalui penggunaan *eyelash extension*.

d. Penggunaan *Eyelash extension* Meningkatkan Kepercayaan Diri pada Perempuan

Percaya diri (*Self confidence*) adalah meyakinkan pada kemampuan dan penilaian dalam melakukan tugas dan memilih pendekatan yang efektif (Hakim, 2004). Hal ini termasuk kemampuan menghadapi lingkungan yang semakin menantang dan kepercayaan atas keputusan atau pendapatnya. Sedangkan kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu pada dirinya sendiri terhadap lingkungannya. Menurut Luster (2002) mengungkapkan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu sikap atau keyakinan diri sendiri sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal hal yang sesuai dengan keinginan dan tanggung

jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Berpenampilan menarik dan memiliki wajah yang cantik meruakan impian dan harapan bagi setiap perempuan, dan hal ini tentu membuat perempuan memiliki inisiatif untuk mengupayakan segala usaha agar kepercayaan diri pada perempuan meningkat. Sama halnya dengan yang terjadi pada perempuan di Yogyakarta, mereka menggunakan *eyelash extension* dengan tujuan agar berpenampilan lebih menarik dan memiliki wajah yang cantik. Salah satu dampak yang ditimbulkan saat penggunaan *eyelash extension* di kalangan perempuan adalah tumbuhnya perasaan rasa percaya diri yang lebih pada perempuan.

Penggunaan *eyelash extension* memberikan dampak psikis meningkatkan kepercayaan diri pada perempuan di Yogyakarta. Hal tersebut terjadi karena jika dibandingkan sebelum menggunakan *eyelash extension* perempuan merasa kurang percaya diri dengan penampilannya.

Dengan kepercayaan diri yang dimiliki setelah menggunakan *eyelash extension* maka perempuan akan lebih bersikap positif pada *body imagenya* dan tidak mudah terpengaruh oleh orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh sebuah biro marketing di Amerika (2010) yang memaparkan bahwa pada tahun 2005 para perempuan di Amerika Serikat menghabiskan 8 milyar dollar untuk berbelanja kosmetik untuk menunjang Penampilan fisik sesuai dengan yang diharapkan agar mendapatkan kepercayaan diri yang tinggi pada dirinya. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pentingnya kepercayaan diri dalam menjalani kehidupan dan menunjang aktivitas sehari-hari

E. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Penampilan yang sempurna merupakan dambaan bagi setiap orang terlebih lagi bagi perempuan. Penampilan yang sempurna akan terwujud apabila seseorang dapat memenuhi kebutuhannya melalui usaha dan cara. Kebutuhan akan kesempurnaan penampilan mendorong perempuan untuk

menggunakan *eyelash extension*. Melalui penggunaan *eyelash extension*, perempuan dapat menutupi kekurangan pada dirinya khususnya pada bagian wajah. *Eyelash extension* menawarkan berbagai model dan ukuran untuk penggunaannya, pengguna dapat memilih sesuai apa yang mereka inginkan. Penggunaan *eyelash extension* telah menjadi *trend* dari tahun ke tahun dan terus melonjak banyak penggunaannya. Hal tersebut tidak terlepas bagi perempuan di Yogyakarta yang terdiri dari berbagai macam kalangan dan usia.

Pada rumusan masalah pada penelitian ini *trend* penggunaan *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta terjadi disebabkan oleh beberapa faktor, faktor tersebut antara lain adalah karena *trend* penggunaan mascara yang dinilai sudah terlalu lama digunakan kemudian perempuan mencari dan mengikuti *trend* yang lebih baru yaitu *trend* penggunaan *eyelash extension*. *Trend* penggunaan *eyelash extension* pada perempuan di Yogyakarta juga semakin berkembang karena adanya pengaruh dari media social, mereka akan dengan mudahnya mencari dan mengakses informasi yang berkaitan dengan *eyelash extension*, selain itu

interaksi dengan pengguna lain di media social menjadi salah satu faktor yang menyebabkan perempuan di Yogyakarta memutuskan untuk menggunakan *eyelash extension*. Faktor pendorong lain yang menyebabkan perempuan di Yogyakarta memutuskan untuk menggunakan *eyelash extension* adalah keinginan untuk tampil praktis dengan menggunakan *eyelash extension* tanpa harus menghabiskan banyak waktu untuk bermakeup. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka lebih baik menggunakan waktunya untuk kegiatan yang lain daripada harus menghabiskan waktu yang lama dalam merias diri.

Faktor lain yang menyebabkan perempuan menggunakan *eyelash extension* adalah keinginan untuk tampil sempurna di depan public. Perempuan cenderung ingin tampil sempurna di depan public agar mendapatkan penilaian apa yang mereka mau. Salah satu upaya yang mereka lakukan sebagai salah satu bentuk perhatian terhadap penampilan adalah penggunaan *eyelash extension*. Perempuan akan merasa lebih percaya diri dengan penampilan terbaiknya, oleh sebab itu

mereka menggunakan *eyelash extension* untuk menutupi kekurangan pada dirinya untuk tampil sempurna di hadapan public.

Trend penggunaan *eyelash extension* juga tidak luput dari praktik penggunaan *eyelash extension* di kalangan perempuan di Yogyakarta.

Eyelash extension digunakan sebagai pilihan gaya hidup perempuan, hal tersebut dapat dibuktikan dengan kegiatan penggunaan *eyelash extension* yang dilakukan secara berulang dan telah membentuk suatu gaya hidup bagi perempuan di Yogyakarta. Selain itu dalam praktik penggunaannya, *eyelash extension* digunakan oleh perempuan di Yogyakarta untuk membentuk citra diri di dalam masyarakat. Perempuan berusaha untuk memberikan penampilan terbaiknya di masyarakat agar mendapatkan respon positif dari lingkungan masyarakat. Bagi perempuan, komentar atau pendapat dari orang lain sangat mempengaruhi bagaimana perempuan memilih penampilan dirinya, sebagian besar perempuan akan merasa tidak percaya diri apabila mendapatkan komentar negatif dari orang lain dan akan merasa lebih percaya diri apabila mendapatkan komentar yang positif.

Penggunaan *eyelash extension* yang dilakukan oleh perempuan di Yogyakarta dalam praktiknya digunakan untuk menunjang pekerjaan perempuan yang bekerja di ranah public. Sebagian dari informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa mereka dituntut untuk tampil maksimal saat bekerja dengan alas an bekerja di sector public, oleh karena itu perempuan memilih menggunakan *eyelash extension* untuk menunjang penampilan mereka saat bekerja. Disamping itu, penggunaan *eyelash extension* dijadikan sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan diri perempuan saat berinteraksi di masyarakat. Informan dalam penelitian ini mengaku bahwa terjadi perubahan kepercayaan diri saat mereka menggunakan *eyelash extension*, perempuan merasa lebih percaya diri dengan dirinya saat menggunakan *eyelash extension*, oleh sebab itu perempuan memilih terus menggunakan *eyelash extension* sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka.

Hasil penelitian ini juga tidak terlepas dari keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya informan seluruhnya

adalah tidak benar-benar sendiri saat diwawancara. Oleh sebab itu beberapa informan menjawab pertanyaan penelitian dengan malu-malu sehingga peneliti tidak dapat mendapatkan jawaban yang benar-benar dari informan. Kekurangan dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi perbaikan bagi penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Abecrombie, N. Et. Al. 2010. *Kamus Sosiologi*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Adhita Laksmi 2017. *Eyelash extensions: Ngeri-neri Sedap`* Tersedia di www.adhitalaksmi.wordpress.com diakses pada 12 Desember 2019 pukul 11.10 WIB
- Agmasari Silvita. 2016. *Simak Sejarah Ditemukannya Bulumata*. Tersedia : <https://lifestyle.kompas.com/read/2016/01/25/070600120/Yuk.Simak.Sejarah.Ditemukannya.Tanam.Bulu.Mata.di.Dunia> Diakses pada 8 Januari 2020
- Ajeng Indana C. 2017. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Jasa Kecantikan Eyelash extension Dalam Memenuhi Hak Hak Konsumen Ditinjau Berdasarkan Asas Keamanan dan Keselamatan Serta Kepastian Hukum*. Skripsi S1. Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Alimi, Moh Yasir. 2011. *Tubuh, Ilmu Sosial dan Ruang Publik Masyarakat Muslim*. Jurnal Forum Ilmu Sosial.
- Alora. 2019. *Tips Memilih Eyelash extension Sesuai dengan Bentuk*

- Mata. Tersedia di:
<https://www.alora.id/blog/2019/4/6/tips-memilih-eyelash-extension-yang-sesuai-dengan-bentuk-mata> Diakses pada 11 Januari 2020
- Anggraini Elvira.2012.*Pengalaman Komunikasi Konsumen Wanita dengan Gaya Hidup “Brand Minded”*. Skripsi S1. Universitas Diponegoro
- Ardikawati,Trigita. 2013. Skripsi. *Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNY Pada Klinik Kecantikan*”.Universitas Negeri Yogyakarta
- Ariata.2019. *Semua Hal yang Perlu Kamu Ketahui Tentang Eyelash extension* . Tersedia di :
<https://id.priceprice.com/kecantikan/news/Tentang-Eyelash-Extension-6935/> Diakses pada 11 Januari 2020
- Ariyanti Fiki.2016. *Bulu Mata RI Laku Keras di Malaysia Sampai Amerika*. Tersedia di :
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/2419286/bulu-mata-palsu-ri-laku-keras-di-malaysia-sampai-amerika> Diakses pada 9 Januari 2020
- Ayu Nanda A. 2019. *Penampilan Sebagai Komunikasi Non Verbal Perempuan dalam Dunia Pekerjaan*. Skripsi S1. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
- Berliana Nadya. 2014. *Pemakaian Kosmetik Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Putri*. Skripsi S1. UIN AR RAINIRY DARUSSALAM BANDA ACEH
- Bernard, Malcolm.2009. *Fashion Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bidari Ayu R.2015. *Makna Behel Bagi Mahasiswa di Surabaya*. Jurnal
- Sosiologi. Universitas Negeri Surabaya.
- Bungin,M Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif. Komunikasi,Ekonomi,Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Burn, R,B.1993. *Konsep Diri Teori, Pengukuran, perkembangan dan Perilaku*.Jakarta: Arcan
- Chaney, David. 2004. *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Jogjakarta: Jalasutra
- Claudia Liberani.2019. *Tentang Eyelashes: Sejarah Singkat Eyelashes Extension dan Cara Memanjangkan Bulu Mata Secara Alami* . Tersedia di :
scrollin.comdiakses pada 12 Desember 2019
- Difa Putri Anggraini. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Universitas Brawijaya . 2017
- Editorial.female.com. 2016. *Perawatan Wajah wajib Bagi Anak kuliah*. Tersedia di:
<http://editorial.femaledaily.com/blog/2016/11/08/5perawatan-wajah-wajib-bagi-anak-kuliah/>.Diakses 22 Desember 2019.
- Ellianti, Donna L.2017. *Makna Penggunaan Makeup Sebagai Identitas Diri Mahasiswi di Yogyakarta*. Skripsi S1. Universitas Negeri Yogyakarta
- Eska Vina.2017.*Sejarah Bulu Mata Palsu*. Tersedia:
<https://www.vinasaysbeauty.com/20>

- [17/03/sp-talks-sejarah-bulu-mata-palsu.html](https://www.suara.com/lifestyle/2017/01/30/110200/sambung-bulu-mata-kini-tak-sakit-pakai-teknik-dari-korea) Diakses pada 8 Januari 2020
- Faroux,Rachmawati.2017.*Sambung Bulu Mata Tak Sakit, Pakai Teknik dari Korea*. Tersedia di:
<https://www.suara.com/lifestyle/2017/01/30/110200/sambung-bulu-mata-kini-tak-sakit-pakai-teknik-dari-korea> Diakses pada 8 Januari 2020
- Featherstone, Mike.2008. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gunawan, Ahmad F. 2018. *Fitness dan Gaya Hidup Mahasiswa Yogyakarta (Studi Tentang Kebiasaan Mahasiswa Berkunjung ke Gym)*. Skripsi S1. Universitas Negeri Yogyakarta
- Gusnaldi.2010. *Love Eyes Gusnaldi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Hasanah,U.2013.*Pembentukan Identitas Diri dan Gambaran Diri pada Remaja Putri Bertato di Samarinda*. eJurnal psikologi.
- Handayani Indah.2017. *Bulu Mata Indah dengan Metode Eyelash extension*. Tersedia di:
<https://www.beritasatu.com/hiburan/440322/bulu-mata-indah-dengan-metode-eyelash-extention> Diakses pada 9 Januari 2020
- Hendarinrum R,Susilo E.2008. *Fashion dan Gaya Hidup : Identitas dan Komunikasi*. UPN Yogyakarta.
- Herin Cindy.2017. *11 Salon Eyelash extension Favorit Cosmo*. Tersedia di : cosmopolitan.co.id diakses pada 20 Januari 2020
- Hermawan, Heru.2016. Skripsi. *Travelling Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta
- Hidayah Nurul, Imron Ali. 2014. *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Pengguna Perawatan Wajah di Klinik Kecantikan Kota Surabaya*. Universitas Negeri Surabaya
- Hurlock,Elizabeth B.1980. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta:Erlangga
- Ibrahim, Idy S. 2011. *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Janah, Unun Roudlotul. 2010. *Agama, Tubuh, dan Perempuan: Analisis Makna Tubuh Bagi Perempuan Berjilbab di Ponorogo*. Jurnal Penelitian Keagamaan dan Sosial Budaya
- Jogjaprovo.go.id. 2019.*Data Penduduk di Yogyakarta*. diakses pada 9 Januari 2020
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I
- Listyani, Refiti H. 2016. *Tubuh Perempuan: Tubuh Sosial Yang Sarat Makna*. Jurnal Kajian Perempuan dan Keislaman
- Mappiare, Andi. 2011. *Pengantar Konsling dan psikoterapi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mars. 2011. *Studi Pasar dan Kinerja Pemasaran Produk Kosmetika*. Dapat diakses : www.marsindonesia.com diakses pada 31 Mei 2020 Pukul 03.13
- Moleong, Lexy.J 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya

- Mulyawan, Dewi. *A-Z Tentang Kosmetik*. Jakarta:Kompas Gramedia. 2013
<https://www.ayobandung.com/read/2019/07/15/57730/cantik-tanpa-repot-dengan-eyelash-extension> Diakses pada 9 Januari 2020
- Munnawaroh. Faidah. 2017. *Gaya Hidup Wanita Berhijab yang Melakukan Sulam Alis di Ida Salon Malang*. e-Journal Volume 06 Nomor 3 Tahun 2017. Universitas Negeri Yogyakarta
- Nathania. 2017. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Attitude Towards Brand dan Attitude Toward Consumption Serta Implikasinya Pada Purchase Intention*. Thesis. Universitas Negeri Malang.
- Nafitri Farah. 2019. *Bagi Pemula Begini Cara Menggunakan Eyelash extension dengan Mudah*. Tersedia di: <https://beautynesia.id/43938/article/cosmetic/bagi-pemula-begini-cara-pakai-eyelash-extension-dengan-muda> Diakses pada 11 Januari 2020
- Nawaz,A, Abbas,G, Javed MF. (2015) *Impact Of Social Media and Voice of Customer (voc) in Decision making process an empirical study of higher education insrirutions of Pakistan*. Middle East Journal
- Nerisa Leonita. 2015..*Bulu Mata Lebih Lentik Natural dengan Metode Eyelash extension*. Tersedia di: <https://id.priceprice.com/kecantikan/news/Tentang-Eyelash-Extension-6935/> Diakses pada 11 Januari 2020
- Nordhlot,H.S. 2005. *Outward Appearances, Dressing State And Society In Indonesia*. Penerjemah, M. Imam Azis. Yogyakarta. LKIS.
- Nursyabani Fira. 2019. *Cantik Tanpa Repot dengan Eyelash extension*. Tersedia di :
- Piliang, Yasraf Amir. 2006. *Imagologi dan Gaya hidup*. Yogyakarta & Bandung: Jelasutra
- Prahmadhani Tirta D.2007. *Persepsi Wanita Dewasa Dini Pengguna Produk Skincare Tentang Kecantikan*.Skripsi S1.Universitas Sanata Dharma
- Pramono, Made. *KULTUR OBJEKTIVITAS TUBUH: Filsafat Dualisme Cartesian*. (Jurnal Alafkar. Fakultas Ushuludin IAIN Sunan Ampel. No. XIX. 01 September 2010.
- Rahmad, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Risdynia Giza. 2019. *Lash Lift Sedang Tren, Ini Perbedaannya dengan Eyelash extension*. Tersedia di: <https://womantalk.com/beauty/article/s/lash-lift-sedang-tren-ini-perbedaannya-dengan-eyelash-extension-DER8k> Diakses pada 11 Januari 2020
- Ruhee. 2018. *Apakah Eyelash extension Aman ? ini yang harus kamu ketahui*. <https://www.ruhee.id/blog/apakah-eyelash-extension-aman-ini-yang-harus-kamu-ketahui>
- Sandhy Area. 2016. *Pemaknaan Perempuan Terhadap Konstruksi Mitos Kecantikan di Media Online Femaledaily.com*.Skripsi S1.Universitas Diponegoro
- Sari Indra M. 2019. *Skincare Clinic Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa di*

Yogyakarta. Skripsi S1. Universitas
Negeri Yogyakarta

Siska Diana. 2018. *Tinjauan Hukum
Ekonomi Syariah Terhadap Jasa
Tanam Bulu Mata (Eyelash
extension*. Skripsi S1. Universitas
Islam Negeri Raden Fatah
Palembang

Styaningtyas, Rahayu E. 2016. *Skripsi Rias
Alis Sebagai Trend Kecantikan*.
Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiharti R, 2010. *Membaca Gaya Hidup
dan Kapitalisme*. Yogyakarta: Graha
Ilmu

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian
Kualitatif*. Bandung : Alfabet

Sukmadinata, S N. 2017. *Metode Penelitian
Pendidikan*. Bandung: Remaja
Rosdakarya.

Synnott, Anthony. 2005. *Tubuh Sosial:
Simbolisme, Diri, dan Masyarakat*.
Bandung: Jalasutra.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi
Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta:
Andi Offset

Wiranatha, Febian D dan Supriyadi. 2015.
*Hubungan Antara Citra Tubuh
Dengan Kepercayaan Diri Pada
Pelajar Puteri Di Kota Denpasar*.
Jurnal Psikologi Udayana.

Unggulia Citra L. 2018. *Tinjauan Hukum
Islam Tentang Pengupahan Tanam
Bulu Mata (Eyelashing)*. Skripsi S1
Universitas Islam Negeri Raden
Intan Lampung

Universitas Negeri Surabaya, 2014.
Pedoman Penulisan Skripsi.
Surabaya: Unesa press