

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Instagram merupakan jejaring sosial yang membolehkan penggunanya meng-*upload* foto dan video dengan durasi maksimal 1 menit. Aplikasi ini telah lama *booming* dan menjadi salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh remaja. Melihat pengguna Instagram yang terus berkembang pesat, hal ini menyebabkan tingkat kecanduan pada aplikasi tersebut semakin besar juga. Pengguna aplikasi ini bervariasi, mulai dari usia remaja hingga dewasa, baik laki-laki maupun perempuan. Mirisnya, saat ini banyak dijumpai pengguna Instagram yang mengenakan hijab dan mereka juga aktif menggunakan aplikasi tersebut.

Ditengah kepopuleran aplikasi Instagram tersebut, kini banyak ditemui *influencer* (biasa dikenal sebagai *selebgram*¹) yang menjadi panutan dan digemari oleh banyak orang. Bahkan, sekarang juga banyak bermunculan *influencer* yang berhijab. Para *influencer* ini sering berinteraksi dengan pengikutnya dan sering mempromosikan barang-barang di media sosialnya (*endorse*²). Hal ini sering memicu orang-orang untuk tampil seperti *influencer*

¹ *Selebgram*, berasal dari kata Selebriti Instagram adalah sebutan untuk pengguna sosial media instagram yang memiliki banyak penggemar. Biasanya ditandai dengan banyaknya jumlah pengikut (*followers*) di instagram, serta seringnya interaksi atau respon (baik positif maupun negatif) dari pengguna sosial media lainnya.

² *Endorse*, berasal dari kata *Endorsement* yang berarti dukungan. Kegiatan *endorse* biasanya dilakukan untuk strategi *marketing* dari orang yang menawarkan barang dan jasa dengan menggunakan bantuan artis atau *selebgram* tersebut.

tersebut, dengan kata lain keinginan untuk mempercantik diri semakin besar. Quraish Shihab dalam bukunya (2018: 231) mengemukakan bahwa seorang wanita muslim hendaknya tidak ber-*tabarruj*. Allah SWT pernah berfirman kepada wanita-wanita yang berusia senja dan tidak memiliki niat untuk menikah, agar mereka:

وَالْقَوَاعِدُ مِنَ النِّسَاءِ الَّتِي لَا يَرْجُونَ نِكَاحًا فَلَيْسَ عَلَيْهِنَّ جُنَاحٌ أَنْ يَضَعْنَ ثِيَابَهُنَّ

غَيْرَ مُتَبَرِّجَاتٍ بِزِينَةٍ ^ط وَأَنْ يَسْتَعْفِفْنَ خَيْرٌ لَّهُنَّ ^ط وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ ^{٦٠} [سورة النور, ٦٠]

Artinya: Dan para perempuan tua yang telah berhenti (dari haid dan mengandung) yang tidak ingin menikah (lagi), maka tidak ada dosa menanggalkan pakaian (luar) mereka dengan tidak (bermaksud) menampakkan perhiasan; tetapi memelihara kehormatan adalah lebih baik bagi mereka. Allah Maha Mendengar, Maha Mengetahui. (Q.S An-Nur (24) : 60).

Dalam potongan ayat tersebut, Allah mengingatkan bahwa hendaknya mereka jangan sampai menampakkan “perhiasan” yang seharusnya disembunyikan atau memakai sesuatu yang tidak wajar dipakai. Seperti *make up* yang berlebihan, berbicara yang tidak sopan, berjalan berlenggak-lenggok dan sebagainya yang dapat menarik perhatian pria. Menampakkan sesuatu yang biasanya tidak ditampakkan (kecuali kepada suami) dapat mengundang rasa kagum pria lain yang pada akhirnya menimbulkan rangsangan atau gangguan dari yang usil.³ Jika Allah memerintahkan hal demikian untuk

³ M. Quraish Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah* (Tangerang: Lentera Hati, 2018), 231-232.

mereka yang sudah berusia senja, bukankah bagi kita yang masih berusia muda bisa lebih ketat lagi.

Sejauh pengamatan penulis, sejak hijab menjadi sebuah *trend*, saat ini banyak yang mengikuti *trend* tersebut dengan menggunakan hijab. Namun masih banyak orang yang memakai hijab dengan tetap memperhatikan aspek kecantikan diri mereka. Biasanya mereka mengaplikasikan *make up* dalam kehidupan sehari-harinya dan Instagram menjadi wadah bagi mereka untuk membagikan momen cantik mereka. Dari gambaran di atas dapat disimpulkan bahwa, saat ini penggunaan *make up* bukan hanya digemari oleh wanita-wanita yang tidak berhijab saja. Tetapi mereka yang berhijab pun juga mulai menggunakannya. Terlebih lagi banyak yang sampai mengeluarkan *budget* lebih agar bisa tampil cantik dan menunjukkannya di Instagram. Dalam penelitian ini penulis berfokus pada pengguna media sosial Instagram di kalangan mahasiswa IAIN Kediri. Hal ini disebabkan oleh usia mahasiswa yang memasuki transisi dari remaja ke dewasa, biasanya ditandai oleh meningkatnya kemampuan seseorang untuk bisa membedakan perilaku yang benar dan salah baik menurut norma maupun agama. Jadi, seseorang dituntut untuk bisa memilah apa saja yang baik bagi dirinya dan orang lain, serta menjauhkan hal-hal yang tidak mendatangkan manfaat bagi dirinya.

Mahasiswa IAIN Kediri juga merupakan sekumpulan orang yang sudah pasti menggunakan hijab, karena memang kampus IAIN Kediri itu merupakan kampus Islam yang sudah pasti berbeda dengan kampus-kampus umum seperti biasanya. Mahasiswa yang menempuh studi di kampus IAIN Kediri sudah pasti

terlihat perbedaannya dengan mahasiswa yang menempuh studi di kampus umum lainnya. Karena mahasiswa IAIN Kediri memang dituntut untuk menggunakan hijab (bagi wanita, baik mahasiswi maupun seluruh dosen dan staf kampus) hal ini jelas berbeda dengan kampus umum yang lebih longgar dalam aturan berbusana mahasiswanya. Di kampus IAIN Kediri, penulis mengamati banyak mahasiswi yang menggunakan *make up* saat beraktivitas baik di kampus ataupun di luar kampus. Penggunaan hijab bukan menjadi halangan mereka untuk menggunakan *make up*. Menurut Ustadzah dr. Ferihana, dipl.AAM, dipl.Cibtac., (dalam kajiannya dengan Safari Iman Ramadan Universitas Islam Indonesia tentang *make up* dan *skin care* dalam Islam) menjelaskan bahwa *skin care* dan *make up* harus dikaitkan dengan syariat. Meskipun keduanya boleh dilakukan, namun tetap harus memperhatikan hukum yang berlaku. Ada tida alasan diperbolehkannya penggunaan *skin care* dan *make up* dalam Islam menurut Ustadzah Ferihana, yaitu:

“*Pertama*, Allah mencintai keindahan. Seperti dalam HR. Muslim yang berbunyi sesungguhnya Allah itu indah dan mencintai Keindahan. Dalam kalimat ini memiliki makna yang agung, yakin dari *makrifat* (pengetahuan) dan *suluk* (perilaku). Sehingga kita sebagai hamba-Nya alangkah baiknya untuk selalu menjaga keindahan pula agar dicintai Allah. *Kedua*, mempercantik diri dalam islam adalah ibadah. Seperti dalam HR. Ath-Thabrani yang berbunyi sebaik-baiknya istri adalah yang menyenangkan jika engkau melihatnya, taat jika engkau menyuruhnya, serta menjaga dirinya di saat engkau pergi. Tandanya seorang istri tidak boleh memperlihatkan keadaan yang tidak disukai suaminya. Ia harus selalu menjaga kebersihan dirinya, sebab kebersihan merupakan bagian dari iman. *Ketiga*, ketika laki-laki mau menikah. Seperti dalam HR. Al-Bukhari yang berbunyi wanita dinikahi karena emapt perkara; karena hartanya, keturunannya, kecantikannya dan agamanya, maka pilihlah wanita yang taat beragama, niscaya engkau beruntung. Maksudnya adalah sebagai seorang perempuan bahkan

dituntut untuk menjada kecantikan tersebut dibarengi dengan agamanya yang baik. ”⁴

Ustadzah Ferihana juga menjabarkan alasan *skin care* dan *make up* tidak diperbolehkan untuk digunakan karena beberapa sebab, baik alasan makruh atau haramnya sebuah *make up* dan berikut ini penjelasannya:

“ *Pertama*, haram karena kandungannya. Terdapat beberapa kandungan yang tidak seharusnya digunakan dalam produk kecantikan, seperti gelatin, gliserin, dan kolagen. *Kedua*, tata caranya. Tata cara dalam melakukan kecantikan juga harus diperhatikan. Karena banyak klinik yang melakukan praktik kecantikan yang dilarang oleh Islam, seperti merubah bentuk aslinya. Contoh yang dilarang adalah suntik putih, mencukur alis, memancungkan hidung dan menyambung rambut. *Ketiga*, cara memperolehnya. Mendapatkan produk *skin care* dan *make up* dengan jalan yang salah seperti mencuri dan *riba* sangat dilarang oleh Islam. *Keempat*, Allah melarang kita berlebih-lebihan dan *mubazir*. Contoh wajah menjadi putih atau *glowing* yang berlebihan. Ketika ber-*make up* menggunakan berbagai macam produk yang membuat kandungan dalam satu produk tidak akan berfungsi apabila disatukan dengan produk lain, inilah yang dikatakan *mubazir*. *Kelima*, pamer dan sombong, Ustadzah Ferihana mengatakan bahwa perawatan tujuannya bukan untuk *tabarruj* (menampakkan). ”⁵

Keputusan menggunakan *make up* ataupun tidak, dengan berbagai tujuan penggunaannya merupakan pilihan masing-masing individu. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mendalaminya dengan mengangkat judul penelitian “Makna Ber-*make up* bagi Pengguna Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa IAIN Kediri”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁴ “Make up dan Skin care dalam Islam”, *Universitas Islam Indonesia*, <https://www.uui.ac.id/makeup-dan-skin-care-dalam-islam/>, diakses tanggal 09 Juli 2020.

⁵ Ibid.

1. Bagaimana makna ber-*make up* bagi mahasiswa IAIN Kediri yang menggunakan Instagram?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penggunaan *make up* bagi mahasiswa IAIN Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana makna ber-*make up* bagi mahasiswa IAIN Kediri yang menggunakan Instagram.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *make up* bagi mahasiswa IAIN Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi kajian ilmu komunikasi serta memberikan manfaat yang baik terutama :

1. Manfaat akademis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya studi mengenai media sosial. Selain dapat memberi masukan yang bersifat ilmiah, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang bermanfaat bagi lingkup akademik.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi mahasiswa IAIN Kediri itu sendiri, maupun masyarakat luas. Penulis berharap setelah

membaca penelitian ini, mahasiswa mampu memilah apa yang dirasa kurang baik dalam dirinya dan mampu mengubah kebiasaan itu. Seperti kebiasaan ber-*make up* dan mengunggahnya ke media sosial.

E. Telaah Pustaka

Penelitian ini merujuk pada penelitian lain yang relevan guna menghindari pengulangan dan kesamaan penelitian. Dari sekian banyak judul yang relevan, peneliti berfokus pada:

Penelitian yang dilakukan oleh Lita Donna Elianti,⁶ mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta yang telah menyusun penelitian berjudul “*Makna Penggunaan Make up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta)*” pada tahun 2017. Skripsi ini membahas tentang bagaimana makna penggunaan *make up* sebagai identitas diri mahasiswi, faktor pendorong dan dampak penggunaan *make up* bagi mahasiswi. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan *make up* dikarenakan faktor *internal* yaitu sadar akan kekurangan fisik dan kesukaan mahasiswi terhadap *make up*, faktor *eksternal* yaitu pengaruh dari teman, orang tua, *beauty vlogger* dan tutorial video di Youtube serta adanya berbagai tuntutan dalam pekerjaan dan organisasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu fokus penelitian saya untuk menggali makna *make up* di kalangan mahasiswi yang berhijab dan penggunaan Instagram sebagai tempat mengekspresikan diri mereka.

⁶ Lita Donna Elianti, “Makna Penggunaan Make up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta)” Skripsi tidak diterbitkan, Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2017, hal. abstrak.

Kemudian skripsi yang disusun oleh Anisa Lestari,⁷ mahasiswa Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul “*Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger di Situs Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi*” yang disusun tahun 2017. Penelitian ini membahas tentang bagaimana efek tayangan *Indo Beauty Vlogger* terhadap perilaku imitasi di kalangan Mahasiswi KPI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Hasil dari penelitian ini adalah Ha diterima yang artinya bahwa efek kognitif, afektif, dan behavioral dapat mempengaruhi perilaku imitasi di kalangan mahasiswi. Secara parsial, efek kognitif, afektif, dan behavioral memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku imitasi mahasiswi. Kemudian dengan melihat nilai *R Square* sebesar 0,606 yang artinya bahwa efek kognitif, efek afektif, dan efek behavioral berpengaruh terhadap perilaku imitasi mahasiswi sebesar 60%. Sedangkan, sisanya 40% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya terdapat pada metode penelitian. Anisa menggunakan metode kuantitatif dalam penelitiannya, sedangkan metode yang saya gunakan yaitu kualitatif. Penulis mencari data secara mendalam mengenai makna *make up* serta apa saja yang melatarbelakangi mereka untuk menggunakan *make up*. Penulis memilih metode kualitatif agar mendapatkan data yang lebih bervariasi dengan tidak terpaut oleh asumsi-asumsi penulis yang dituangkan dalam kuisioner (dalam metode kuantitatif) sehingga jawaban dari informan terbatas oleh jawaban ‘ya’

⁷ Anisa Lestari, “Efek Tayangan Indo Beauty Vlogger di Situs Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi” Skripsi tidak diterbitkan, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2017, hal. abstrak.

dan ‘tidak’ atau jawaban setuju dan tidak setuju. Selain itu, perbedaan yang lainnya adalah jika penelitian Anisa lebih berfokus pada efek dari tayangan salah satu kreator youtube, maka penelitian saya berfokus pada makna *make up* dari masing-masing individu yang dapat berbeda satu sama lain dan juga berbeda pula panutan mereka mengenai *make up*. Sehingga menciptakan keberagaman data yang dapat saya peroleh dari lapangan.

Dan yang terakhir, skripsi yang disusun oleh Arif Ponco Putranto,⁸ mahasiswa Universitas Negeri Semarang yang berjudul “*Konstruksi Cantik Mahasiswa pada Media Sosial Melalui Akun Instagram @unnes_cantik*” pada tahun 2017. Penelitian ini membahas tentang bergesernya konsep cantik melalui foto pada media sosial, utamanya dari akun instagram @unnes_cantik. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa: (1) konsep cantik mahasiswa yang tergambar dalam akun instagram @unnes_cantik adalah kecantikan dari dalam diri seorang perempuan dan dari luar diri seorang perempuan. Kecantikan dari dalam meliputi prestasi sedangkan kecantikan dari luar meliputi *fashionable*, *photogenic*, gaya foto yang meliputi *selfie*, *close up*, *candid*, (2) teknik yang digunakan oleh pengelola akun dalam foto yang diunggah adalah dengan memilih foto berdasarkan rekomendasi yang diperoleh dari *mention* yang masuk kedalam DM (*Direct Message*) instagram maupun *official* akun *line*, sedangkan teknik yang digunakan mahasiswi meliputi teknik kamera dan

⁸ Arif Ponco Putranto, “Konstruksi Cantik Mahasiswa pada Media Sosial Melalui Akun Instagram @unnes_cantik” Skripsi tidak diterbitkan, Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2017, hal. abstrak.

editing, (3) respon mahasiswa terhadap foto yang diunggah oleh akun @unnes_cantik beragam, mayoritas *followers* yang terdiri dari mahasiswi Unnes merasa senang dengan foto yang diunggah, hal ini dikarenakan foto-foto yang diunggah dapat menjadi sumber inspirasi bagi mahasiswi untuk meniru dan bergaya sesuai foto mahasiswi yang menurutnya menarik dalam akun tersebut. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah penelitian saya mencoba menggali makna dari masing-masing individu tentang penggunaan *make up* yang dapat mempercantik diri mereka dan mengunggah momen itu di Instagram. Saya ingin menggali sejauh mana makna *make up* bagi mahasiswa IAIN Kediri.