

GAYA HIDUP WANITA BERHIJAB YANG MELAKUKAN SULAM ALIS DI IDA SALON MALANG

Laila Munawwaroh

S1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

laylaanum@yahoo.com

Dr. Mutimmatul Faidah, S.Ag., M.Ag

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

mutimmatulfaidah@unesa.ac.id

Abstrak: Gaya hidup wanita untuk tampil cantik dilakukan dengan beberapa manipulasi wajah, salah satunya adalah sulam alis. Sulam alis telah menjadi gaya hidup wanita modern tidak terkecuali wanita berhijab. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui jenis sulam alis yang diminati wanita berhijab di Ida Salon Malang 2) mengetahui proses pengaplikasian sulam alis di Ida Salon Malang 3) mengetahui gaya hidup wanita berhijab yang melakukan sulam alis di Ida Salon Malang. Jenis penelitian ini adalah Deskriptif. Metode yang digunakan adalah wawancara (interview), angket, observasi, dan dokumentasi. Analisis kualitatif menggunakan reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan (verifikasi). Analisis kuantitatif menggunakan *mean*, mode, dan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) jenis sulam alis yang diminati wanita berhijab adalah sulam alis 6 Dimensi dan Microblading 2) proses pengaplikasian sulam alis adalah: alis dibersihkan, digambar, dicukur, anestesi, sulam alis tahap pertama, sulam alis tahap kedua, sulam alis tahap ketiga, dan *finishing* diolesi *healing kit*, 3) gaya hidup wanita berhijab yang melakukan sulam alis adalah: wanita berhijab yang memiliki pandangan agama moderat, pekerjaannya membutuhkan *makeup*, status sosial tinggi dan memiliki komunitas sosialita, memiliki basic merias wajah, alisnya tidak indah, senang mencari informasi pada media tentang *makeup*, mengikuti perkembangan *fashion*, aktif melakukan perawatan di salon, senang berbelanja, aktif dalam beraktivitas, dan aktif di media sosial.

Kata Kunci : gaya hidup, sulam alis, wanita berhijab

Abstract: This research aimed to: 1) determine the type of eyebrow embroidery preferred by veiled woman in Ida Salon Malang, 2) determine the process of applying eyebrow embroidery in Ida Salon Malang, and 3) determine the lifestyle of veiled women of conducting eyebrow embroidery in Ida Salon Malang. The type of this research was Descriptive research. Subjects in this research were: the owner, beautician, and 30 veiled women as the consumers of eyebrow embroidery. Data collection technique used were interviews, questionnaires, observations, and documentations. Data analysis descriptive analysis which consisted of: reduction, presentation, and verification. Quantitative analysis used mean, mode, and percentages. The results indicated that; 1) the type of eyebrow embroidery preferred by veiled woman were the Microblading and 6-Dimensional, 2) the application process of eyebrow embroidery are as follows; clear the brow, draw with pencil, trim the eyebrows, anesthesia, first phase of eyebrow embroidery, the second phase of eyebrow embroidery, the third phase of eyebrow embroidery, and smeared by the healing kit, 3) veiled women conducted the eyebrow embroidery with the consideration that to appear attractive with makeup is a necessity in their working hours or daily routine, therefore they need lasting, practical makeup, and is resistant to water. They conducted this to follow the latest makeup trends such as shown by public figures in the print and electronic media, and embroidered eyebrows tends to boost their popularity by obtaining likes or positive comments on social media.

Keywords: lifestyle, eyebrow embroidery, veiled women

PENDAHULUAN

Wanita, kecantikan dan gaya hidup merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat individu yang sudah dibentuk oleh interaksi lingkungan, selain itu, gaya hidup seseorang mempengaruhi perilaku pembelian, yang bisa menentukan banyak keputusan konsumsi perorangan, sehingga gaya hidup bisa berubah karena pengaruh lingkungan. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap oleh aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler dan Keller 2009:175).

Pusat perhatian wanita terutama adalah wajah. Wajah memiliki anatomi dimulai dari alis, kelopak mata, bulu mata, hidung, pipi, dagu dan gigi. (Kusumadewi,2002). Wanita mengalami perubahan tekstur dan kontur kulit wajah seiring bertambahnya usia. Komponen wajah yang tidak luput dari manipulasi adalah bentuk alis. Perawatan yang sering dipilih untuk mendapatkan alis yang cantik adalah sulam alis. Sulam alis termasuk dalam *category permanent makeup*. Sulam alis adalah suatu teknik memasukkan *pigment* warna ke dalam kulit paling luar (*epidermis*). Sulam alis disebut juga tanam alis karena hasilnya yang natural menyerupai bulu asli kita. Kosmetik yang digunakan adalah tinta herbal dari US, *Germany*, dan Korea (Chan, 2016:1). Sulam alis semakin populer ketika banyak artis, istri pejabat, dan publik figur yang menyulam alisnya. Klinik dan salon yang memberikan pelayanan sulam alis berkembang, salah satunya adalah Ida Salon Malang.

Ida Salon Malang berada di Jl. Krakatau no. 2 Malang. Klinik Ida Salon Malang melayani perawatan rambut sehari-hari, *makeup*, perawatan wajah, sulam bibir, sulam *eyeliner*, sulam bedak dan sulam alis. Ida pemilik Salon sebagai *owner* salon sudah melayani perawatan sulam alis sejak tahun 2000. Beliau menekuni bidang *makeup permanent* karena telah mendapatkan beberapa pelatihan di berbagai kursus dan juga *workshop* di Indonesia hingga luar negeri. Observasi dilakukan selama satu minggu, sebanyak 126 pelanggan yang datang di Ida Salon, 95 orang diantaranya bekerja sebagai pekerja publik beragama Islam. Hasil observasi didapatkan data bahwa 38 orang melakukan perawatan alis dengan biaya yang harus dikeluarkan antara 1 juta sampai 2 juta. Dari jumlah tersebut 43% adalah wanita berhijab. Wanita berhijab adalah identitas seorang wanita yang memakai penutup kepala atau menutup bagian rambutnya dengan kain. Tujuan sebenarnya dengan memakai hijab adalah untuk menutup rambut dan area dada yang merupakan bagian dari aurat seorang wanita. Namun, saat ini hijab menjadi salah satu gaya *fashion*

agar penampilan menarik dengan berbagai macam model hijab dan ditunjang dengan pemakaian *make up* yang *modern* (Amili,2002).

Klien yang melakukan sulam alis biasanya ibu-ibu yang membutuhkan kecepatan dalam penampilan tanpa harus merapikan alis terlalu lama. Ida mengatakan bahwa beberapa pelanggan yang telah melakukan sulam alis berprofesi sebagai ibu rumah tangga, mahasiswa, model, pejabat, istri pejabat, wanita sosialita, hingga istri dari pemuka agama (kyai) yang sangat mementingkan penampilan wajahnya. Pelanggan Ida salon melakukan sulam alis dengan berbagai alasan yang mendasari, antara lain karena alis yang dimilikinya asimetris (tidak sama kanan dan kiri), tipis, tidak bisa menggambar alis, tidak punya waktu lama untuk *bermake-up*, wanita dengan pekerjaan yang mengharuskan berpenampilan prima, bahkan ada beberapa pelanggan Ida salon yang melakukan sulam alis karena akan melaksanakan ibadah umroh atau haji, yang dalam pelaksanaannya tidak diperbolehkan *bermake-up*. Sulam alis bagi muslim berhijab semakin menarik perhatian untuk diungkap pada penelitian ini mengingat adanya kontroversi dalam hukum Islam.

Berdasarkan uraian latar belakang maka penulis terinspirasi melakukan penelitian tentang **“Gaya Hidup Wanita Berhijab yang Melakukan Sulam Alis di Ida Salon Malang”**

Batasan masalah pada penelitian ini: 1) responden penelitian hanya konsumen yang berhijab, 2) proses pengaplikasian sulam alis di Ida Salon Malang, 3) gaya hidup wanita berhijab yang melakukan sulam alis di Ida Salon Malang.

Rumusan masalah pada penelitian ini: 1) jenis sulam alis apa yang diminati wanita berhijab di Ida Salon Malang? 2) Bagaimana proses sulam alis di Ida Salon Malang? 3) apakah gaya hidup wanita berhijab berpengaruh terhadap keputusan melakukan sulam alis di Ida Salon Malang?.

Selaras dengan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan dari penelitian ini untuk 1) mengetahui jenis sulam alis yang diinginkan wanita berhijab di Ida Salon Malang, 2) mengetahui proses sulam alis di Ida Salon Malang, 3) mengetahui gaya hidup wanita berhijab yang melakukan sulam alis di Ida Salon Malang.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Metode deskriptif adalah suatu metode yang meneliti status sekelompok manusia, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Moh. Nazir 1998:63).

Kegiatan penelitian ini dilakukan di Ida Salon Malang yang beralamatkan di Jl. Krakatau no. 02 Malang.

waktu penelitian dilakukan selama bulan April 2017. Subjek dalam penelitian ini adalah 1) *owner* Ida salon sulam alis Malang, 2) *beautician* salon ida dan asisten *beautician*, dan 3) 30 orang konsumen berhijab.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1) wawancara (interview) kepada *owner* dan *beautician* untuk mengetahui jenis sulam alis yang diinginkan wanita berhijab dan kepada konsumen wanita berhijab yang melakukan sulam alis untuk mengetahui alasan pemilihan jenis sulam alis, 2) angket digunakan untuk mengetahui gaya hidup wanita berhijab yang melakukan sulam alis, 3) observasi digunakan untuk mengamati proses sulam alis, 4) Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto dan gambar. Instrumen penelitian menggunakan angket, pedoman wawancara, pedoman observasi dan ceklist dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Metode analisis data kuantitatif dengan menggunakan rumus rata-rata (*mean*) dan *modus* untuk menghitung nilai setiap aspek dari angket gaya hidup.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Jenis Sulam Alis yang diinginkan Wanita Berhijab di Ida Salon Malang

Hasil penelitian yang dilakukan di Ida Salon Malang diketahui jenis sulam alis yang tersedia di Ida Salon Malang ada beberapa jenis, antara lain: sulam alis 2, 3, 4, dan 6 dimensi, sulam alis *microblading*, sulam alis *mistybrow*, *shading* alis, *mix shading*, dan *microshading*.

No.	Jenis sulam alis	Frekuensi	Persentase
1	2 Dimensi	-	0
2	3 Dimensi	-	0
3	4 Dimensi	-	0
4	6 Dimensi	11	36,67%
5	<i>Microblading</i>	9	30%
6	<i>Mistybrow</i>	5	16,67%
7	<i>Shading</i> alis	1	3,33%
8	<i>Mix Shading</i>	4	13,33%
9	<i>Micro Shading</i>	-	0
jumlah		30	100%
Tanpa <i>retouch</i> : 5			
Dengan <i>Retouch</i> : 25			

Tabel hasil kuisioner jenis sulam alis

Jenis sulam alis yang diminati wanita berhijab di Ida Salon Malang adalah sulam alis 6 Dimensi (36,67%) dan sulam alis *microblading* (30%). Hasil tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan pemilik salon bahwa *trend* sulam alis saat ini adalah jenis sulam alis 6 Dimensi dan *Microblading*. Pemilik salon juga menyampaikan bahwa jenis sulam alis yang digemari oleh wanita muslim berhijab merujuk dari *trend* media seperti pada media sosial, majalah *fashion*, koran dan televisi. Akhir-akhir ini jenis

sulam alis yang sedang *trend* di kalangan artis melalui media sosial adalah jenis *microblading* dan 6 Dimensi karena hasilnya natural seperti rambut alis asli, tidak terlihat tebal atau alis palsu seperti *trend* sebelumnya. Bergesernya minat konsumen dari sulam alis 2,3, dan 4 dimensi ke sulam alis 6 dimensi dan *microblading* membawa dampak menurunnya minat konsumen sulam alis jenis tersebut. Perbedaan yang signifikan terlihat pada hasil arsirannya. Semakin banyak dimensi semakin banyak arsirannya yang dibuat dan garisnya semakin tipis, menyerupai rambut alis asli. Konsumen kurang menginginkan sulam alis jenis *mistybrow*, *shading* alis, *mixshading* karena hasilnya seperti memakai pensil alis biasa.

Hal penting setelah melakukan sulam alis adalah upaya perawatan agar tahan lama dan tidak luntur. Dalam sulam alis tindakan tersebut dikenal dengan istilah *retouch*. *Retouch* merupakan tindakan pembetulan agar hasilnya maksimal sehingga bisa bertahan selama ± 3 tahun. *Retouch* dilakukan minimal 1 bulan setelah pengerjaan sulam alis.

Bagi wanita muslimah berhijab *trend* melakukan sulam alis meningkat disaat akan menunaikan ibadah umroh atau haji. Hal tersebut dikarenakan efisiensi waktu untuk *makeup* ketika beribadah di tanah suci. Beberapa responden sebelum melakukan ibadah umroh atau haji melakukan sulam alis. Klien Ibu-ibu istri pejabat atau yang memiliki jabatan publik bahkan istri kyai atau kebanyakan wanita berhijab yang suka *bermakeup* melakukan sulam alis tanpa *retouch*, sehingga sulaman hanya bertahan sekitar 6 bulan. Hal tersebut diperkuat pengalaman kerja asisten *beautician* yang melakukan sulam alis bahwa ibu-ibu yang akan beribadah umroh dan haji sering melakukan sulam alis. Pertimbangan wanita karena kebutuhan *makeup* yang tahan terhadap air ketika beraktivitas mendukung untuk melakukan sulam alis. Seperti halnya aktivitas suka berolahraga, berwudhu dan berkeringat.

2. Proses Pengaplikasian Sulam Alis

Proses melakukan sulam alis di Ida Salon yang dihasilkan dari observasi dan wawancara terdiri dari tiga tahap yaitu; 1) persiapan, 2) proses sulam alis, dan 3) berkemas.

Tahap persiapan area kerja sebagai berikut: membersihkan tempat yang akan digunakan untuk melakukan sulam alis, meletakkan peralatan, kosmetik dan lenan yang akan digunakan dengan rapi, dan memeriksa apakah lampu penerangan sudah menyala dengan baik. Tahap persiapan pribadi sebagai berikut: memakai baju kerja, melepas perhiasan pada tangan, merapikan rambut agar tidak mengganggu saat proses pengerjaan, mencuci tangan

dan memotong kuku. Tahap persiapan klien sebagai berikut: klien diberikan informasi tentang tindakan yang akan dilakukan berkenaan dengan proses sulam alis, mempersilahkan klien untuk berbaring diatas bed, memakaikan *Headband*, dan melepaskan perhiasan yang dikenakan klien yang mengganggu proses kerja.



Proses pengerjaan sulam alis 6 Dimensi yang diaplikasikan menggunakan alat manual di Ida Salon Malang sebagai berikut: 1) alis dibersihkan menggunakan make up remover, 2) menggambar alis dengan pensil alis, 3) alis dirapihkan menggunakan cukur/gunting, 4) anestesi cream dan ditutup plastic wrap 30-40 menit, 5) menggoreskan tinta sulam tahap pertama 15-20 menit, 6) mengoleskan healing cream, 7) menggoreskan tinta sulam tahap kedua dengan menumpuk di garis yang sama dengan tekanan dikurangi 30% (15menit), 8) menggoreskan tinta sulam tahap ketiga menumpuk di garis yang sama dengan tekanan dikurangi 50% (10 menit), 9)mengoleskan tinta pada rambut alis dan didiamkan 5 menit, 10) alis dibersihkan menggunakan kapas.



Gambar proses sulam alis

Tahap berkemas sebagai berikut: melepas *headband* pada klien, membersihkan bahan dan kosmetik, mensterilkan alat, dan membersihkan area kerja.

3. Gaya Hidup Wanita Berhijab yang Melakukan Sulam Alis

Pembahasan gaya hidup wanita berhijab terhadap sulam alis akan dibagi menjadi dua bagian. Pertama, pembahasan statistik deskriptif untuk menjelaskan dan menggambarkan berbagai karakteristik responden secara keseluruhan berdasarkan usia, pendidikan, pekerjaan dan

penghasilan responden selama satu bulan. Kedua, pembahasan deskriptif dilakukan untuk mengetahui sebaran jawaban responden dan seberapa besar nilai rata-rata jawaban responden akan dilakukan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*), dan nilai yang sering muncul (*mode*).

Pengumpulan data dilakukan pada bulan April 2017 selama 30 hari dengan menyebarkan angket kepada 30 responden. Responden dalam penelitian ini adalah wanita berhijab yang melakukan sulam alis di Ida Salon Malang. Kategori yang dipilih dalam menentukan responden adalah wanita yang memakai penutup kepala atau menutup bagian rambutnya dengan kain. Tujuan sebenarnya dengan memakai hijab adalah menutup area rambut dan dada yang merupakan aurat wanita. Namun hijab yang ditemui pada konsumen sulam alis di Ida Salon Malang adalah suatu gaya *fashion* agar penampilan menarik dengan berbagai macam model hijab dan make up yang modern.

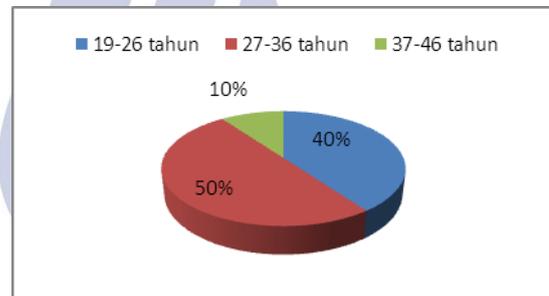


Diagram usia responden

Berdasarkan hasil perhitungan dari kuisioner penelitian yang telah disebar, pada gambar dapat diketahui bahwa dari total 30 responden dalam penelitian ini terdapat 12 responden (40% dari jumlah sampel) berusia 19-26 tahun, 15 responden (50% dari jumlah sampel) berusia 27-36 tahun, dan 3 responden (10% dari jumlah sampel) berusia 37-46 tahun. Hal ini membuktikan bahwa responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis didominasi wanita dengan usia baru menginjak dewasa, dimana pada usia ini wanita aktif bekerja atau berkarir sehingga penampilan yang menarik dapat menambah rasa percaya diri.

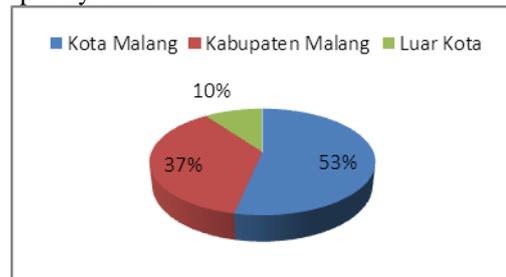


Diagram tempat tinggal responden

Berdasarkan tempat tinggal dari responden penelitian ini diketahui bahwa 16 responden (53% dari jumlah sampel) bertempat tinggal di wilayah

Kota Malang, 11 responden (37% dari jumlah sampel) bertempat tinggal di Kabupaten Malang, dan 3 responden (10% dari jumlah sampel) bertempat tinggal di luar Kota Malang. Dapat disimpulkan bahwa responden wanita berhijab yang melakukan sulam sebagian besar adalah warga yang tinggal di pusat kota Malang. Hal ini membuktikan bahwa konsumen yang tinggal di pusat kota lebih banyak yang memilih melakukan sulam alis karena dipengaruhi gaya hidup maupun lingkungan tempat tinggal yang lebih peduli tentang penampilan *bermakeup*. Beberapa responden yang tinggal di Kota Malang tergabung dalam komunitas tertentu antara lain arisan, agency model, PKK, dan komunitas hijabers. Lingkungan pada komunitas tersebut dapat mempengaruhi gaya hidup wanita berhijab yang menilai bahwa sulam alis adalah trend *makeup* yang harus dilakukan untuk mendapatkan penampilan yang maksimal.

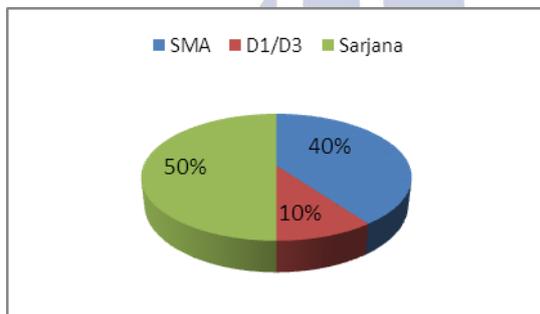


Diagram pendidikan terkahir

Berdasarkan tingkat pendidikan dari responden penelitian ini yaitu wanita berhijab yang melakukan sulam alis di Ida Salon Malang diketahui 12 responden (40% dari jumlah sampel) adalah lulusan SMA (Sekolah Menengah Atas), 3 responden (10% dari jumlah sampel) adalah lulusan D1 atau D3 (Diploma), dan 15 responden (50% dari jumlah sampel) adalah Sarjana. Dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis sebagian besar adalah sarjana. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang akan mempengaruhi penampilannya. Karena penampilan dapat mencerminkan derajat di masyarakat. Hal ini dapat disebabkan oleh lingkungan teman dari dan lingkungan bergaul wanita berhijab yang melakukan sulam alis berada pada tingkat pendidikan yang sama.

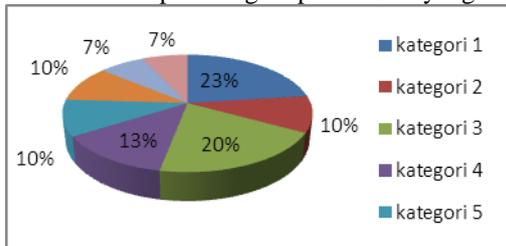


Diagram pekerjaan responden

Pekerjaan responden dikelompokkan menjadi beberapa kategori antara lain 1) *entertainment* : model, mc, *owner* model *agency* dan penyanyi, 2) pns dan pejabat public, 3) pegawai (bank, travel, dan *sales*), 4) dokter, bidan dan perawat, 5) notaris, dan pengacara, 6) ibu rumah tangga, 7) wiraswastra, 8) mahasiswa. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis bekerja di bidang *Entertainment* karena dalam bekerja mereka selalu menggunakan *makeup*. Pekerjaan yang dimiliki sebagian besar klien yang melakukan sulam alis adalah pekerjaan yang bertemu dengan banyak orang (publik) seperti klien, nasabah, dan pasien sehingga membutuhkan penampilan yang prima agar dapat membantu kelancaran profesi yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan responden wanita berhijab mempengaruhi dalam mengambil keputusan melakukan sulam alis dengan tujuan untuk efisiensi waktu *bermakeup* dan berpenampilan menarik (*update*).

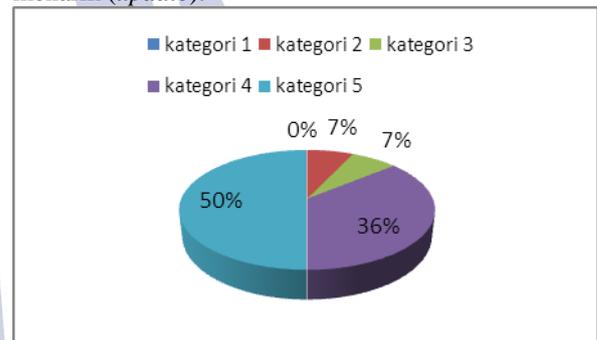


Diagram penghasilan tiap bulan

Penghasilan responden dikelompokkan menjadi 5 kategori sebagai berikut: 1) <Rp.500.000, 2) Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, 3) Rp. 1.100.000 – Rp. 3.000.000, 4) Rp. 3.100.000 – Rp. 5.000.000, 5) >Rp.5.100.000. Hal ini membuktikan bahwa sulam alis lebih sering dilakukan oleh wanita berhijab yang berada pada kelas ekonomi menengah atas yaitu responden dengan penghasilan tiap bulan diatas Rp. 5.100.000,00, karena harga dari sulam alis mahal sebesar 1 juta hingga 2 juta rupiah sehingga masyarakat dengan penghasilan rata-rata perbulan dibawah 5 juta rupiah jarang di temui melakukan sulam alis.

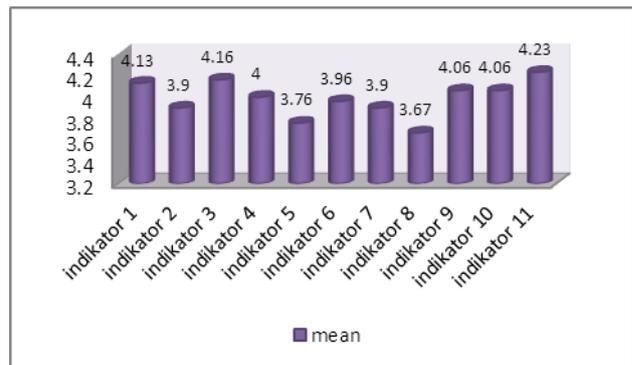


Diagram mean dimensi aktivitas

Gambaran dimensi aktivitas pada setiap indikator sebagai berikut: 1) indikator pertama berkaitan dengan pekerjaan menunjukkan kesetujuan yang tinggi disebabkan bahwa mayoritas responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis memiliki pekerjaan di bidang publik yaitu pekerjaan yang mengharuskan bertemu dengan banyak orang, 2) indikator kedua berkaitan dengan hobi menunjukkan kesetujuan yang tinggi disebabkan karena sudah menjadi kebiasaan seorang wanita yang selalu ingin tahu *trend*, ini dibuktikan dengan banyaknya peminat wanita berhijab yang melakukan sulam alis tidak hanya artis dan model saja, tetapi warga masyarakat secara luas sudah mengetahui dan melakukan sulam alis, 3) indikator ketiga berkaitan dengan sosial menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh dari orang terdekat dari wanita berhijab yang melakukan sulam alis membawa dampak pada gaya hidup seseorang yaitu keputusan untuk melakukan sulam alis, 4) indikator keempat berkaitan dengan liburan menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Hal ini membuktikan bahwa responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis adalah wanita yang memperhatikan penampilannya dengan perawatan rambut, wajah, tangan, kaki atau badan. Sehingga di sela-sela kesibukan mereka dalam bekerja, mereka memilih memanfaatkan waktu libur untuk melakukan perawatan dibandingkan dengan berlibur ke suatu tempat atau berkumpul bersama keluarga, 5) indikator kelima berkaitan dengan hiburan menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Seiring berkembangnya teknologi masyarakat banyak yang lebih memilih media elektronik sebagai sarana mencari informasi. Tidak hanya melalui televisi atau radio, perkembangan teknologi yang semakin maju turut memudahkan konsumen untuk mengetahui berbagai informasi melalui media internet. Kemudian akses informasi yang didapat melalui internet, semakin didukung dengan adanya *smartphone* yang menyediakan layanan *browsing* dan berbagai media sosial yang terhubung hingga seluruh dunia. Responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis tentu mendapatkan informasi dari salah satu media tersebut, 6) indikator keenam berkaitan dengan keanggotaan *club* menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Responden yang melakukan sulam alis sebagian besar adalah member dari sebuah salon, dapat disimpulkan bahwa sebagian responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis adalah wanita yang aktif melakukan perawatan di salon kecantikan, 7) indikator ketujuh berkaitan dengan komunitas menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Hal ini sesuai dengan apa yang diutarakan oleh Jauzi (2010) dalam Riset Pemasaran dan Konsumen, bahwa karakteristik konsumen yang hidupnya lebih berorientasi pada teman kelompok dan menganggap teman adalah segalanya, akan membuat mereka memilih untuk menghabiskan waktu untuk mencari kegiatan diluar rumah dengan temannya dibandingkan dengan berkumpul bersama keluarga. Sehingga lingkungan

teman dan komunitas mempengaruhi dalam mengambil keputusan hingga mempengaruhi sikap dan penampilan, 8) indikator kedelapan, kesembilan, dan kesepuluh saling berkaitan. Ketiga pernyataan tersebut berkaitan dengan berbelanja menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Seperti yang dikutip dari www.kompasiana.com, kesenangan dalam hal berbelanja tidak lepas dari sifat masyarakat Indonesia yang sangat konsumtif. Begitu juga dengan wanita, melalui hasil jawaban dari indikator ini dapat diperlihatkan sifat konsumtif mereka dengan berbelanja sesuatu yang dapat memunculkan perasaan senang. Dalam hal ini responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis tidak menghiraukan berapapun uang yang dikeluarkan asalkan penampilan menjadi cantik dan *up to date* dengan membelanjakan uang untuk membeli kosmetik dan melakukan jasa perawatan. Begitu juga dengan istilah '*Beauty is pain*', kebanyakan wanita masa kini rela bersakit-sakit dahulu untuk tampil cantik kemudian, 9) indikator kesebelas berkaitan dengan olahraga menunjukkan kesetujuan yang sangat tinggi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis membutuhkan *makeup* yang tahan terhadap air. Ketika beraktivitas sehari-hari tidak jarang bagian wajah terkena air sehingga *makeup* luntur terutama bagian alis, seperti ketika berwudhu, kehujanan, berkeringat atau ketika berolahraga.

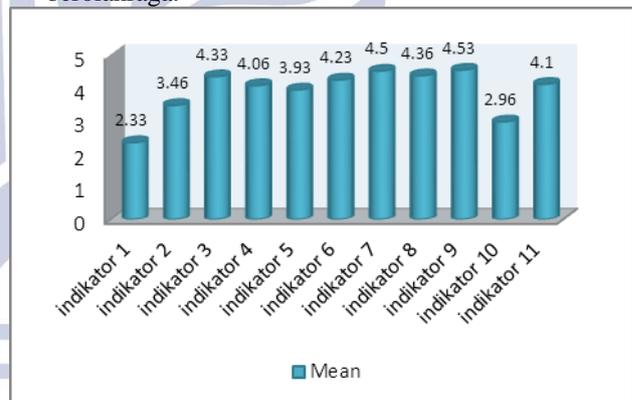


Diagram mean dimensi minat

Minat mengacu pada ketertarikan yang disertai dengan perhatian objek tertentu yang berada di lingkungan sekitarnya. Gambaran dimensi aktivitas pada setiap indikator sebagai berikut: 1) indikator pertama berkaitan dengan keluarga yang melakukan sulam alis menunjukkan kesetujuan rendah, karena hanya sebagian kecil keluarga responden yang melakukan sulam alis. Dapat disimpulkan bahwa keputusan responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis tidak dipengaruhi keluarga tetapi faktor lain seperti teman bekerja, komunitas atau teman bermain yang ada di sekitar responden, 2) indikator kedua berkaitan dengan tempat tinggal responden menunjukkan kesetujuan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang tinggal di kota lebih mengetahui tentang perkembangan *fashion makeup*

yaitu sulam alis. Sehingga peminat wanita berhijab melakukan sulam alis jauh lebih tinggi di pusat kota. Gaya hidup dikota yang dekat dengan pusat perbelanjaan dan terdapat banyak klinik kecantikan menunjang semakin berkembangnya *trend* sulam alis di pusat kota. 3) indikator ketiga berkaitan dengan pekerjaan menunjukkan kesetujuan tinggi. Rasa kepercayaan diri dengan penampilan yang menarik dapat menambah rasa optimis dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Dalam hal ini wanita berhijab yang bekerja merasa percaya diri ketika wajah mereka selalu cantik dengan bingkai alis yang rapi sehingga mereka percaya bahwa panampilnya menunjang kesuksesan pada pekerjaanya, 4) indikator keempat berkaitan dengan komunitas menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden melakukan sulam alis karena rekomendasi, ajakan atau pengaruh dari teman bukan dari keluarga.. Tingginya minat sulam alis karena rekomendasi atau ajakan teman tidak lepas dari kehidupan masyarakat itu sendiri, khususnya masyarakat kota besar seperti Malang yang banyak terdapat komunitas dengan *genre fashion* seperti komunitas Hijaber Malang atau Komunitas *Makeup Artist* Malang, 5) indikator kelima berkaitan dengan rekreasi menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Hal ini karena konsumen memiliki tingkat pendidikan dan pengetahuan dalam hal perbandingan kecakapan penanganan salon sulam alis sejenis. Dari indikator satu sampai empat menunjukkan adanya referensi teman atau rujukan teman yang telah puas melakukan sulam alis di Ida Salon. 6) indikator keenam berkaitan dengan *fashion* menunjukkan kesetujuan yang sangat tinggi. Tingginya minat *fashion* merupakan tanda perkembangan peradaban. Media organisasi perkumpulan, arisan dan kegiatan lain seperti senam dan pengajian juga menjadikan rujukan jika salah satu anggotanya tampil cantik dan menarik. Budaya persaingan dikalangan ibu-ibu pengajian dan ibu-ibu pejabat seolah menantang persaingan dalam tampilan menawan. 7) indikator ketujuh hingga kesepuluh berkaitan dengan media. Perkembangan teknologi yang semakin maju memudahkan konsumen untuk mengetahui berbagai informasi. Didukung dengan adanya *smartphone* yang menyediakan banyak aplikasi berupa media sosial (medsos) seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *snapgram* dan *path*. Penampilan yang cantik dan *up to date* dengan sulam alis diperlukan untuk menghasilkan foto *selfie* agar mendapatkan banyak *like* atau komentar. Begitu juga dengan informasi yang didapat dengan media sosial secara langsung bisa terhubung dengan artis yang diidolakan, sehingga perkembangan informasi *fashion* artis bisa sampai kepada masyarakat. Hal ini mendorong minat wanita berhijab melakukan sulam alis sama seperti yang dilakukan artis di media sosial. 8) indikator kesebelas berkaitan dengan prestasi menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Biaya sulam alis yang mahal dinilai masyarakat sekitar

sebagai suatu prestasi atau *point plus* dalam berpenampilan.

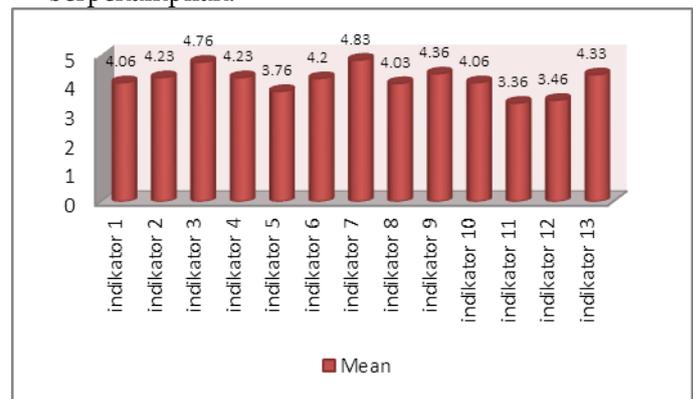


Diagram mean dimensi opini

Opini mengacu pendapat dari setiap individu yang berasal dari pandangan pribadi mereka. Gambaran dimensi opini sebagai berikut: 1) indikator pertama, kedua dan ketiga berkaitan dengan opini diri sendiri menunjukkan kesetujuan tinggi dan sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa meskipun banyak berbagai pengaruh dan masukan dari luar, pada akhirnya setiap keputusan yang diambil oleh responden ditentukan oleh pendapat pribadi mereka. 2) indikator keempat berkaitan dengan opini orang sekitar menunjukkan kesetujuan yang sangat tinggi. Dengan melakukan sulam alis akan meningkatkan rasa percaya diri karena memiliki penampilan yang menarik. Selain itu anggapan masyarakat di lingkungan sekitar bahwa sulam alis merupakan *trend* terbaru dalam *bermakeup*, maka wanita yang melakukan sulam alis akan dipandang memiliki nilai lebih sehingga dapat meningkatkan citra di lingkungan sekitar. 3) indikator kelima berkaitan dengan sosial dan politik menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Responden yang melakukan sulam alis sebagian besar adalah wanita yang bekerja atau berprofesi yang berhubungan dengan banyak orang. Peran sosial responden wanita berhijab mendorong untuk berpenampilan menarik agar mendapat citra baik oleh orang yang ditemui. 4) indikator keenam berkaitan dengan bisnis menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Seseorang *publik figure* tersebut melakukan fungsi bisnis minimal sebagai marketing, pelaku usaha, pelaku organisasi, ibu-ibu pengajian. Responden wanita berhijab tersebut adalah *public figure*, *public center* yang sebagai patokan penampilan wanita lainnya. 5) indikator ketujuh berkaitan dengan nilai ekonomis sulam alis menunjukkan kesetujuan yang sangat tinggi. Hal ini juga dapat berhubungan dengan profesi wanita dalam bekerja. Karena bekerja adalah rutinitas, maka penampilan yang menarik juga menjadi kebutuhan. Dengan melakukan sulam alis, mempermudah dan mengefisiensi waktu ketika *bermakeup*. 6) indikator kedelapan menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Acuan gaya dikatakan modern seringkali disebabkan adanya tayangan atau informasi yang didapat dari media baik cetak maupun

elektronik. *Public figure* panutan masyarakat banyak yang telah melakukan sulam alis, sehingga sulam alis menjadi suatu *trend* terbaru dalam *bermakeup*. Karena hal ini banyak masyarakat yang ingin mencoba melakukan sulam alis. 7) indikator kesembilan berkaitan dengan produk menunjukkan kesetujuan yang sangat tinggi. Sebagian besar responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis yakin akan keamanan kosmetik yang digunakan karena sebelum dilakukan proses sulam alis telah dilakukan konsultasi dengan beautician Ida Salon Malang. 8) indikator kesepuluh, kesebelas, dan keduabelas berkaitan dengan agama menunjukkan kesetujuan yang tinggi. Menurut responden wanita berhijab yang melakukan sulam alis menilai bahwa sulam alis ini diperbolehkan dalam islam karena sulam alis tidak mengubah ciptaan Allah, hanya memperindah dengan dirapikan dan diberikan garis-garis halus saja. Tidak mencukur habis alis seluruhnya. 9) indikator ketigabelas berkaitan dengan budaya menunjukkan kesetujuan yang sangat tinggi. *Trend* ada karena adanya peradaban yang modern yang diikuti dengan perkembangan teknologi. Sulam alis dilakukan menggunakan alat-alat yang canggih dan menghasilkan goresan rambut menyerupai rambut asli.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui bahwa gaya hidup wanita muslim berhijab yang melakukan sulam alis dari dimensi aktivitas, minat dan opini berpengaruh terhadap keputusan melakukan sulam alis. Gaya hidup wanita berhijab yang mempengaruhi dalam melakukan sulam alis dapat disimpulkan sebagai berikut; 1) wanita berhijab yang memiliki pandangan agama moderat yaitu menganggap bahwa melakukan perawatan sulam alis diperbolehkan dalam Islam dan meyakini bahwa kosmetika yang digunakan untuk melakukan sulam alis aman dan halal, 2) wanita berhijab dengan pekerjaan atau profesi yang membutuhkan penampilan prima dan merasa sulam alis dapat menunjang profesi mereka seperti: spg, pegawai bank, model, dan dokter, 3) wanita berhijab yang memiliki status sosial yang tinggi dan memiliki komunitas sosialita, antara lain: kelompok arisan, kelompok senam, komunitas makeup artist, model dan hijabers, 4) wanita berhijab yang mengalami peningkatan status ekonomi (orang kaya baru) yang memiliki finansial berlebih untuk melakukan sulam alis, 5) wanita berhijab yang memiliki *basic* merias wajah, 6) wanita berhijab yang secara alami alisnya tidak indah (asimetris, gundul, dll) sehingga perlu melakukan sulam alis, 7) wanita berhijab yang senang mencari informasi pada media cetak, elektronik, dan media sosial tentang gaya *makeup* yang *update* terutama gaya dari *public figure* dan artis, 8) wanita berhijab yang mengikuti perkembangan *fashion*, dari pakaian, makeup dan cara memakai hijab, 9) wanita berhijab yang aktif melakukan perawatan di salon atau klinik kecantikan ternama dan tergabung menjadi *member* di salon atau klinik kecantikan, 10) wanita berhijab yang bersedia menghabiskan banyak uang

untuk tampil cantik. Melakukan perawatan di salon dengan harga jutaan, seperti halnya melakukan sulam alis dengan kisaran harga 1 sampai 2 juta rupiah, 11) wanita berhijab yang senang berbelanja. Sesuai hasil wawancara bahwa beberapa responden memiliki hobi berbelanja, 12) wanita berhijab yang aktif dalam beraktivitas sehingga membutuhkan makeup yang tahan terhadap air. Seperti keringat, air wudhu, dan hujan, 13) wanita berhijab yang aktif di media sosial salah satunya dengan cara mengunggah foto diri sendiri (*selfie*) dan merasa senang apabila mendapat banyak follower dan like atau komentar positif.

PENUTUP

A. Simpulan

Hasil dan pembahasan tentang penelitian yang berjudul “Gaya Hidup Wanita Berhijab yang Melakukan Sulam Alis di Ida Salon Malang” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Jenis sulam alis yang diminati adalah sulam alis 6 Dimensi dan Microblading yang dilakukan dengan teknik manual. Karena hasil 2 jenis sulam alis tersebut natural dan terlihat seperti serat-serat rambut alis asli. Khusus konsumen yang melakukan sulam alis untuk kepentingan tertentu yaitu umroh dan haji, konsumen memilih sulam alis tanpa melakukan *retouch* sehingga sulam alis hanya bertahan beberapa bulan saja.
2. Proses pengaplikasian sulam alis adalah sebagai berikut; 1) alis dibersihkan, 2) menggambar alis dengan pensil alis, 3) merapikan alis, 4) mengaplikasikan anestesi, 5) mulai mengerjakan sulam alis tahap pertama, 6) mengaplikasikan *healing kit*, 7) mengerjakan sulam alis tahap kedua, 9) mengerjakan sulam alis tahap ketiga, 10) dan *finishing* diolesi *healing kit*.
3. Gaya hidup wanita muslim berhijab yang melakukan sulam alis dari dimensi aktivitas, minat dan opini berpengaruh terhadap keputusan melakukan sulam alis. Gaya hidup wanita berhijab yang melakukan sulam alis dapat disimpulkan sebagai berikut; 1) Wanita berhijab yang memiliki pandangan agama moderat, 2) pekerjaan atau profesi yang membutuhkan penampilan prima (*bermakeup*), 3) status sosial yang tinggi dan memiliki komunitas sosialita, 4) memiliki finansial berlebih untuk melakukan sulam alis, 5) memiliki *basic* merias wajah, 6) secara alami alisnya tidak indah, 7) senang mencari informasi pada media cetak, elektronik, dan media sosial tentang gaya *makeup* yang *update*, 8) selalu mengikuti perkembangan *fashion*, 9) aktif melakukan perawatan di salon atau klinik kecantikan, 10) senang menghabiskan

banyak uang untuk tampil cantik, 11)senang berbelanja, 12)aktif dalam beraktivitas sehingga membutuhkan makeup yang tahan air, dan 13)aktif di media sosial.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan hasil penelitian, disarankan beberapa hal yang dianggap penting dan perlu mendapatkan perhatian sebagai berikut:

1. Perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai latar belakang agama bagi pelaku sulam alis.
2. Perlu dilakukan penelitian dengan komparasi atau membandingkan dua salon atau lebih dalam pengambilan data
3. Perlu dilakukan penelitian tentang jenis sulam yang lain seperti sulam eyeliner, sulam bibir, sulam bedak dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Amili, A. A. 2002. *Nikmatnya Berhijab*. Jakarta: Pustaka Zahra
- Chan, Fanny. 2016. *Rahasia Sulam Alis untuk Pemula dan Professional*. Jakarta: PT Nusantara Lestari Ceriaprata.
- Koentjaraningrat, Swastha. 1990. *Metode - Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13*. Jakarta: Airlangga
- Kusumadewi. 2002. *Perawatan dan Tata Rias Wajah Wanita*. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Moh. Nazir 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta

www.sulamalis.com

www.alitatto.com

UNESA
Universitas Negeri Surabaya