

MOTIVASI PENGGUNAAN KOSMETIKA PERAWATAN (*SKINCARE*) DIKALANGAN MAHASISWA

Dea Septiawardani

Program Studi S-1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

[dea.19070@mhs.unesa.ac.id](mailto:dea.19070@mhs.unesa.ac.id)

Sri Usodoningtyas<sup>1</sup>, Mutimmatul Faidah<sup>2</sup>, Sri Dwiyanti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>)Program Studi S-1 Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

[sriusodoningtyas@unesa.ac.id](mailto:sriusodoningtyas@unesa.ac.id)

**Abstrak**

Kegiatan observasi dilingkup Universitas Negeri Surabaya, diketahui mahasiswa lebih banyak menggunakan kosmetika skincare untuk tiap masalah wajah yang dialami masing masing, hal tersebut berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan kosmetika skincare terhadap motivasi mahasiswa. Pendekatan yang digunakan yaitu deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa rumpuk PKK angkatan 2022 dengan sampel mahasiswa yang memiliki tampilan kulit wajah glowing atau bermasalah, sampel yang diambil 30% dari jumlah keseluruhan. Instrumen penelitian yaitu instrumen angket dengan analisis data menggunakan persentase dan uji one sample t-test. Hasil penelitian diperoleh motivasi mahasiswa terhadap penggunaan kosmetika skincare dengan menggunakan angket yang disebarakan melalui gform menunjukkan rata-rata 73,66% dengan kategori baik yang terdiri dari topik dorongn kebutuhan akan memiliki produk, dorongan kebutuhan akan menggunakan produk, dorongan untuk menunjang penampilan, dorongan akan trend dilingkungan sosial dan dorongan kegemaran akan produk.

**Kata Kunci:** Kosmetika skincare, motivasi, mahasiswa.

**Abstract**

*From observation activities at Surabaya State University, it was discovered that students used more skincare cosmetics for every facial problem they each experienced, this had an effect on student motivation. This research aims to examine the use of skincare cosmetics on student motivation. The approach used is descriptive with quantitative methods. The population in this study were students from the 2022 class of PKK class with a sample of students who had glowing or problematic facial skin, the sample taken was 30% of the total number. The research instrument is a questionnaire instrument with data analysis using percentages and one sample t-test. The research results showed that students' motivation towards using skincare cosmetics using a questionnaire distributed via gform showed an average of 73.66% with the good category consisting of topics: encouragement of the need to own the product, encouragement of the need to use the product, encouragement to support appearance, encouragement to trends in the social environment and encouragement of product craze.*

**Keywords:** Skincare cosmetics, motivation, students.

**PENDAHULUAN**

Individu dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung memiliki keyakinan pada kemampuan dirinya sendiri, tidak mudah merasa cemas, bebas bertindak sesuai tanggung jawab, sopan dalam berinteraksi, termotivasi untuk berprestasi, serta memahami kelebihan dan kekurangannya (Tanjung & Amelia, 2017). Sebaliknya, individu yang kurang percaya diri cenderung menutup diri, menghindari komunikasi dengan orang lain (Triningtyas, 2013), sering menyalahkan diri sendiri, merasa tidak aman, membatasi diri, kesulitan beradaptasi dengan lingkungan, bahkan berisiko mengalami depresi hingga tindakan bunuh diri (Tri & Ratri, 2019). Kurangnya rasa percaya diri merupakan masalah yang signifikan karena kepercayaan diri adalah salah satu aspek penting dalam

aktualisasi diri seseorang (Burn, 1993, dalam Kumalasari, 2019). Kepercayaan diri sangat diperlukan, tetapi jika berlebihan justru dapat memberikan dampak negatif. Rasa percaya diri yang sesuai dengan kemampuan diri akan menghasilkan pengaruh positif, sedangkan sikap yang melebih-lebihkan potensi diri dapat membawa masalah atau konsekuensi negatif bagi individu itu sendiri. Menurut Thursan Hakim (dalam Tanjung & Amelia, 2017), salah satu faktor yang memengaruhi kepercayaan diri seseorang adalah bentuk wajah. Pendapat lain dari Lee (2018) menyatakan bahwa merawat diri, khususnya wajah, dapat membantu seseorang membangun konsep diri yang lebih unggul dibandingkan orang lain. Penampilan fisik yang menarik dan terlihat baik (good-looking) sering kali menjadi alasan seseorang merasa lebih percaya diri (Thursan

Hakim, dalam Tanjung & Amelia, 2017). Salah satu cara meningkatkan penampilan wajah adalah dengan perawatan. Perawatan dasar bisa dimulai dengan penggunaan skincare yang sesuai kebutuhan kulit.

Saat ini, kebutuhan untuk merawat diri menjadi prioritas banyak orang, baik laki-laki maupun perempuan. Berbagai produk skincare tersedia dan penggunaannya harus disesuaikan dengan jenis kulit, warna kulit, iklim, cuaca, waktu pemakaian, usia, serta jumlah penggunaannya agar tidak menimbulkan efek samping. Sebelum menggunakan produk kosmetik, penting untuk memahami fungsi, manfaat, dan aturan pemakaian yang sesuai jenis kulit masing-masing.

Mahasiswa termasuk dalam kategori usia remaja, pada masa perkembangan fisiknya mahasiswa selalu ingin berpenampilan menarik, akan selalu berupaya menonjolkan diri diantara teman temannya dengan tujuan agar dapat menarik perhatian orang lain terutama lawan jenis salah satu caranya dengan menggunakan kosmetik. Upaya tersebut didukung dengan tampilan wajah yang saat ini glowing sebutannya dalam dunia kecantikan. Mahasiswa terkadang tergiur dengan skincare yang murah dan hasil yang instan tanpa berpikir tentang efek dikemudian hari. Mahasiswa yang ingin terlihat cantik mendorong mereka menggunakan cara-cara agar mereka mendapatkan kecantikan menurut versi masing-masing. Kosmetik merupakan salah satu cara mahasiswa untuk mendapatkan kecantikan versi apa yang mereka inginkan.

Perkuliahan secara offline menjadi salah satu ajang mahasiswa dalam berpenampilan. Penampilan wajah yang putih masih mendominasi arti standart kecantikan itu sendiri. Seseorang akan lebih mudah mengikuti penggunaan kosmetik skincare dalam memutihkan badan, sehingga akan lebih percaya diri jika memiliki kulit tubuh maupun wajah yang putih, akan tetapi tidak menyadari bahwa penggunaan kosmetik skincare yang selalu berubah-ubah jenis/merknya akan mengakibatkan kulit lebih sensitif dan kepercayaan diri tidak hanya ditunjang dari penampilan wajah atau tubuh yang putih dan penggunaan kosmetika skincare yang sering berubah-ubah akan menyebabkan kulit menjadi lebih sensitif, melainkan masih ada banyak faktor yang menunjang seseorang memiliki kepercayaan diri yang sesuai dan real dengan dirinya sendiri.

Menurut Khasanah (2021), hasil survei The Dove Global Beauty and Confidence Report pada tahun 2016 yang dilakukan terhadap 10.500 mahasiswa di Australia menunjukkan bahwa 89% mahasiswa di negara tersebut merasa tidak percaya diri dengan bentuk tubuh mereka. Penelitian ini mengungkap bahwa keterikatan terhadap citra tubuh berdampak signifikan pada kepercayaan diri dan penampilan para mahasiswa. Nancy Etcoff, seorang Asisten Profesor Klinis di Harvard Medical School,

melalui penelitiannya pada tahun 2018 di beberapa negara, memaparkan bahwa 98% mahasiswa di Jepang mengalami ketidakpercayaan diri karena penampilan mereka tidak sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku di wilayah tersebut. Sementara itu, di Inggris, sebanyak 80% mahasiswa menghadapi masalah kurangnya rasa percaya diri, sedangkan di Kanada, 78% mahasiswa merasa tidak puas dengan bentuk wajah mereka.

Di Indonesia, riset dalam Indonesia Beauty Confidence Report tahun 2017 melaporkan bahwa 62% individu merasa tidak puas dengan kekurangan pada bentuk tubuh mereka, yang akhirnya memicu perasaan insecure atau rendahnya kepercayaan diri. Berdasarkan uraian yang telah dibahas diatas, terlihat mahasiswa saat ini sudah banyak yang menggunakan kosmetika skincare dengan berbagai macam produk dan berbeda merknya. Banyaknya penggunaan hal tersebut menimbulkan adanya keterkaitan kosmetika skincare yang cukup berdampak pada kepercayaan diri mahasiswa, maka dari itu peneliti berinisiatif mengambil judul “ Motivasi Penggunaan Kosmetika Perawatan (Skincare) di Kalangan Mahasiswa” .

## **METODE**

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif yang bertujuan menyelidiki motivasi penggunaan kosmetika (skincare) di kalangan mahasiswa Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini dilakukan pada semester genap 2023/2024.

Populasi penelitian terdiri dari 401 mahasiswa angkatan 2022 di rumpun PKK, dan sampel diambil sebesar 30% dari populasi dengan kriteria memiliki penampilan kulit wajah glowing atau bermasalah. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih sampel berdasarkan tujuan tertentu, yaitu untuk mengetahui motivasi penggunaan skincare.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah motivasi penggunaan skincare, sedangkan variabel dependen adalah penggunaan kosmetika skincare. Penelitian dilakukan melalui beberapa tahap, dimulai dengan perencanaan yang meliputi studi kepustakaan, pembuatan proposal, penyusunan instrumen, dan seminar proposal. Selanjutnya, tahap pelaksanaan melibatkan pemberian angket kepada mahasiswa dan pengolahan data untuk mengukur motivasi dan pengetahuan mereka tentang skincare. Tahap akhir adalah pelaporan hasil dalam bentuk skripsi.

Instrumen penelitian berupa angket yang dinilai menggunakan skala Likert, dan data dianalisis dengan teknik uji normalitas, validitas, reliabilitas, dan uji t menggunakan SPSS Versi 26. Penelitian ini bertujuan untuk memahami motivasi mahasiswa dalam

penggunaan skincare serta seberapa jauh pengetahuan mereka mengenai produk tersebut.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data motivasi mahasiswa terhadap penggunaan kosmetika skincare diperoleh dari hasil pengisian angket yang telah diisi oleh 150 mahasiswa yang terdiri dari 55 mahasiswa S1 pendidikan tata rias, 48 mahasiswa S1 pendidikan tata boga dan 47 mahasiswa S1 pendidikan tata busana. Hasil data masing-masing program studi disajikan pada tabel berikut :

Tabel 1. Tabel Data Angket Mahasiswa

Pernyataan	Ketercapaian		Persentase	Kategori
	Ya	Tidak		
1	55	0	100%	Sangat Baik
2	54	1	98%	Sangat Baik
3	55	0	100%	Sangat Baik
4	54	1	98%	Sangat Baik
5	47	8	85%	Sangat Baik
6	53	2	96%	Sangat Baik
7	54	1	98%	Sangat Baik
8	54	1	98%	Sangat Baik
9	20	35	36%	Kurang Baik
10	39	16	71%	Baik
11	33	22	60%	Cukup
12	48	7	87%	Sangat Baik
13	30	25	55%	Cukup
14	54	1	98%	Sangat Baik
15	52	3	95%	Sangat Baik
16	50	5	91%	Sangat Baik
17	32	23	58%	Cukup
18	32	23	58%	Cukup
19	35	20	64%	Baik
20	26	29	47%	Cukup
21	34	21	62%	Baik
22	42	13	76%	Baik
23	52	3	95%	Sangat Baik
24	45	10	82%	Sangat Baik
25	55	0	100%	Sangat Baik
26	51	4	93%	Sangat Baik
27	51	4	93%	Sangat Baik
Rata-rata Persentase			81%	Sangat Baik

Sebanyak 100% dari mahasiswa yang disurvei (55 mahasiswa) menggunakan skincare, merasa perlu menjaga kesehatan kulit, dan membaca ulasan produk sebelum membeli. Sebanyak 98% (54 mahasiswa) menganggap skincare penting, mengetahui jenis kulit mereka, merasa nyaman dengan produk yang dipilih, dan menggunakan skincare untuk menjaga kesehatan kulit. 96% (53 mahasiswa) memiliki lebih dari tiga jenis produk skincare, sementara 95% (52 mahasiswa) menggunakan skincare atas saran dokter atau ahli kecantikan dan senang mencoba produk baru.

Sebanyak 93% (51 mahasiswa) membeli produk saat diskon dan senang merawat kulit, dan 91% (50 mahasiswa) menggunakan skincare untuk mendapatkan tampilan kulit yang glowing. Selain itu, 87% (48 mahasiswa) menggunakan skincare untuk mengatasi kulit kering atau berminyak, dan 85% (47 mahasiswa) memiliki lebih dari tiga merek skincare. Sebanyak 82% (45 mahasiswa) memiliki koleksi beragam produk skincare di rumah, dan 76% (42 mahasiswa) menghabiskan lebih dari Rp. 300.000 per bulan untuk produk skincare.

Sebanyak 71% (39 mahasiswa) menggunakan produk untuk masalah kulit seperti jerawat, dan 64% (35 mahasiswa) mengikuti tren perawatan kulit dari influencer. Sebanyak 62% (34 mahasiswa) mencoba produk yang viral di TikTok atau Instagram, dan 60% (33 mahasiswa) menggunakan skincare khusus untuk kulit sensitif. Sebanyak 58% (32 mahasiswa) mencoba produk baru karena tren di media sosial dan rekomendasi teman. Selain itu, 55% (30 mahasiswa) menggunakan skincare atas saran ahli kecantikan, dan 47% (26 mahasiswa) sering mengikuti tantangan skincare yang viral di media sosial. Hanya 36% (20 mahasiswa) yang lebih tertarik menggunakan produk yang memberikan hasil instan. Pengujian ini dilakukan tiga kali dengan 3 program studi berbeda. Yaitu Tata Rias, Tata Boga, Dan Tata Busana.

Tabel 2. Hasil Motivasi Mahasiswa Tata Busana

Pernyataan	Ketercapaian		Persentase	Kategori
	Ya	Tidak		
1	40	7	85%	Sangat Baik
2	41	6	87%	Sangat Baik
3	42	5	89%	Sangat Baik
4	38	9	81%	Sangat Baik
5	29	18	62%	Baik
6	35	12	74%	Baik
7	38	9	81%	Sangat Baik
8	40	7	85%	Sangat Baik
9	29	18	62%	Baik
10	31	16	66%	Baik
11	28	19	60%	Cukup
12	32	15	68%	Baik
13	22	25	47%	Cukup
14	38	9	81%	Sangat Baik
15	33	14	70%	Baik
16	41	6	87%	Sangat Baik
17	28	19	60%	Cukup
18	26	21	55%	Cukup
19	27	20	57%	Cukup
20	16	31	34%	Kurang Baik
21	25	22	53%	Cukup
22	30	17	64%	Baik
23	35	12	74%	Baik
24	33	14	70%	Baik

Pernyataan	Ketercapaian		Persentase	Kategori
	Ya	Tidak		
25	37	10	79%	Baik
26	35	12	74%	Baik
27	34	13	72%	Baik
Rata-rata Persentase			81%	Sangat Baik

Pernyataan dengan persentase 89% diperoleh pada pernyataan 3 yang artinya 42 dari 47 mahasiswa merasa perlu menggunakan produk skincare untuk menjaga kesehatan kulit. Pernyataan dengan persentase 87% diperoleh pada pernyataan 2 dan 16 yang artinya 41 dari 47 mahasiswa merasa kosmetika skincare penting untuk dirinya dan mahasiswa menggunakan skincare untuk membuat kulit tampak lebih glowing.

Pernyataan dengan persentase 85% diperoleh pada pernyataan 1 dan 8 yang artinya 40 dari 47 mahasiswa menggunakan skincare dan penggunaan kosmetika skincare yang dipilih sesuai dengan kebutuhan kulit. Pernyataan dengan persentase 81% diperoleh pada pernyataan 4, 7 dan 14 yang artinya 38 dari 47 mahasiswa mengetahui jenis kulitnya, penggunaan produk kosmetik skincare yang dipilih memberikan kenyamanan pada kulit dan menggunakan skincare untuk membuat kulit terlihat lebih sehat.

Pernyataan dengan persentase 79% diperoleh pada pernyataan 25 yang artinya 37 dari 47 mahasiswa suka membaca ulasan produk skincare sebelum membeli. Pernyataan dengan persentase 74% diperoleh pada pernyataan 6, 23 dan 26 yang artinya 35 dari 47 kosmetika skincare yang dimiliki lebih dari 3 jenis, sering merasa senang saat mencoba produk skincare baru dan sering membeli produk skincare saat sedang diskon atau promo.

Pernyataan dengan persentase 72% diperoleh pada pernyataan 27 yang artinya 34 dari 47 mahasiswa senang menghabiskan waktu untuk merawat kulit dengan berbagai produk skincare. Pernyataan dengan persentase 70% diperoleh pada pernyataan 15 dan 24 yang artinya 33 dari 47 mahasiswa merasa perlu menggunakan produk skincare sebelum memakai makeup dan memiliki koleksi berbagai macam produk skincare di rumah.

Pernyataan dengan persentase 68% diperoleh pada pernyataan 12 yang artinya 32 dari 47 mahasiswa merasa perlu menggunakan skincare untuk mengatasi kulit kering atau berminyak. Pernyataan dengan persentase 66% diperoleh pada pernyataan 10 yang artinya 31 dari 47 mahasiswa menggunakan produk skincare untuk mengatasi masalah kulit tertentu, seperti jerawat atau flek hitam.

Pernyataan dengan persentase 64% diperoleh pada pernyataan 22 yang artinya 30 dari 47 mahasiswa mengeluarkan lebih dari Rp. 300.000 untuk produk skincare per bulan. Pernyataan dengan persentase 62%

diperoleh pada pernyataan 5 dan 9 yang artinya 29 dari 47 mahasiswa kosmetika skincare yang dimiliki lebih dari 3 merk dan penggunaan kosmetika skincare yang hasilnya instan/cepat putih lebih menarik.

Pernyataan dengan persentase 60% diperoleh pada pernyataan 11 dan 17 yang artinya 28 dari 47 mahasiswa menggunakan skincare khusus wajah sensitif dan mencoba produk skincare baru karena tren di media sosial.

Pernyataan dengan persentase 57% diperoleh pada pernyataan 19 yang artinya 27 dari 47 mahasiswa mengikuti tren perawatan kulit yang direkomendasikan oleh influencer di media sosial. Pernyataan dengan persentase 55% diperoleh pada pernyataan 18 yang artinya 26 dari 47 mahasiswa membeli produk skincare yang sedang populer di kalangan teman-teman. Pernyataan dengan persentase 53% diperoleh pada pernyataan 21 yang artinya 25 dari 47 mahasiswa mencoba produk skincare yang viral di TikTok atau Instagram.

Pernyataan dengan persentase 47% diperoleh pada pernyataan 13 yang artinya 22 dari 47 mahasiswa merasa perlu menggunakan skincare karena saran dari dokter kulit atau ahli kecantikan skincare. Pernyataan dengan persentase 34% diperoleh pada pernyataan 20 yang artinya 16 dari 47 mahasiswa sering mengikuti tantangan skincare yang viral di media sosial.

Tabel 3. Hasil Motivasi Mahasiswa Tata Boga

Pernyataan	Ketercapaian		Persentase	Kategori
	Ya	Tidak		
1	42	6	88%	Sangat Baik
2	40	8	83%	Sangat Baik
3	38	10	79%	Baik
4	41	7	85%	Sangat Baik
5	34	14	71%	Baik
6	37	11	77%	Baik
7	40	8	83%	Sangat Baik
8	42	6	88%	Sangat Baik
9	29	19	60%	Cukup
10	35	13	73%	Baik
11	23	25	48%	Cukup
12	27	21	56%	Cukup
13	20	28	42%	Cukup
14	36	12	75%	Baik
15	35	13	73%	Baik
16	35	13	73%	Baik
17	34	14	71%	Baik
18	26	22	54%	Cukup
19	29	19	60%	Cukup
20	26	22	54%	Cukup
21	31	17	65%	Baik
22	29	19	60%	Cukup
23	36	12	75%	Baik
24	29	19	60%	Cukup
25	38	10	79%	Baik

Pernyataan	Ketercapaian		Persentase	Kategori
	Ya	Tidak		
26	36	12	75%	Baik
27	36	12	75%	Baik
Rata-rata Persentase			70%	Baik

Pernyataan dengan persentase 88% diperoleh pada pernyataan 1 dan 8 yang artinya 42 dari 48 mahasiswa menggunakan skincare dan penggunaan kosmetika skincare yang dipilih sesuai dengan kebutuhan kulit. Pernyataan dengan persentase 85% diperoleh pada pernyataan 4 yang artinya 41 dari 48 mahasiswa mengetahui jenis kulit masing-masing.

Pernyataan dengan persentase 83% diperoleh pada pernyataan 2 dan 7 yang artinya 40 dari 48 mahasiswa menganggap kosmetika skincare penting untuk dirinya dan penggunaan produk kosmetik skincare yang dipilih memberikan kenyamanan pada kulitnya. Pernyataan dengan persentase 79% diperoleh pada pernyataan 3 dan 25 yang artinya 38 dari 48 mahasiswa merasa perlu menggunakan produk skincare untuk menjaga kesehatan kulit dan suka membaca ulasan produk skincare sebelum membeli.

Pernyataan dengan persentase 77% diperoleh pada pernyataan 6 yang artinya 37 dari 48 mahasiswa memiliki kosmetika skincare lebih dari 3 jenis. Pernyataan dengan persentase 75% diperoleh pada pernyataan 14, 23, 26 dan 27 yang artinya 36 dari 48 mahasiswa menggunakan skincare untuk membuat kulit terlihat lebih sehat, sering merasa senang saat mencoba produk skincare baru, sering membeli produk skincare saat sedang diskon atau promo dan senang menghabiskan waktu untuk merawat kulit dengan berbagai produk skincare.

Pernyataan dengan persentase 73% diperoleh pada pernyataan 10, 15 dan 16 yang artinya 35 dari 48 mahasiswa menggunakan produk skincare untuk mengatasi masalah kulit tertentu, seperti jerawat atau flek hitam, merasa perlu menggunakan produk skincare sebelum memakai makeup dan menggunakan skincare untuk membuat kulit tampak lebih glowing.

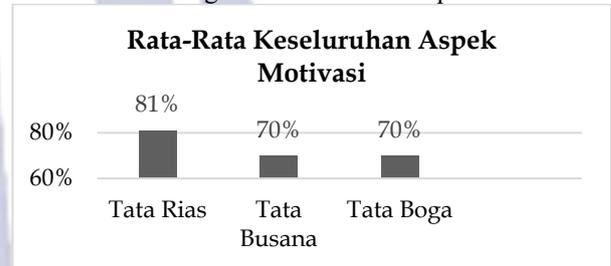
Pernyataan dengan persentase 71% diperoleh pada pernyataan 5 dan 17 yang artinya 34 dari 48 mahasiswa kosmetika skincare yang dimiliki lebih dari 3 merk dan mencoba produk skincare baru karena tren di media sosial. Pernyataan dengan persentase 65% diperoleh pada pernyataan 21 yang artinya 31 dari 48 mahasiswa mencoba produk skincare yang viral di TikTok atau Instagram.

Pernyataan dengan persentase 60% diperoleh pada pernyataan 9, 19, 22 dan 24 yang artinya 29 dari 48 mahasiswa lebih tertarik menggunakan kosmetika skincare yang hasilnya instan/cepat putih, mengikuti tren perawatan kulit yang direkomendasikan oleh influencer di media sosial, mengeluarkan lebih dari Rp.

300.000 untuk produk skincare per bulan dan memiliki koleksi berbagai macam produk skincare di rumah. Pernyataan dengan persentase 56% diperoleh pada pernyataan 12 yang artinya 27 dari 48 mahasiswa merasa perlu menggunakan skincare untuk mengatasi kulit kering atau berminyak.

Pernyataan dengan persentase 54% diperoleh pada pernyataan 18 dan 20 yang artinya 26 dari 48 mahasiswa membeli produk skincare yang sedang populer di kalangan teman-temannya dan sering mengikuti tantangan skincare yang viral di media sosial. Pernyataan dengan persentase 48% diperoleh pada pernyataan 11 yang artinya 23 dari 48 mahasiswa menggunakan skincare khusus wajah sensitif. Pernyataan dengan persentase 42% diperoleh pada pernyataan 13 yang artinya 20 dari 48 mahasiswa merasa perlu menggunakan skincare karena saran dari dokter kulit atau ahli kecantikan.

Gambar 1. Diagram Keseluruhan Aspek Motivasi



Berdasarkan gambar diatas, motivasi mahasiswa terhadap penggunaan kosmetika skincare dari tiga program studi yaitu S1 Pendidikan Tata Rias, S1 Pendidikan Tata Busana dan S1 Pendidikan Tata Boga dengan jumlah responden 150 mahasiswa didapatkan rata-rata keseluruhan sebesar 73,66% dengan kategori baik.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Motivasi Penggunaan Skincare

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Motivasi	.070	80	.200*	.976	80	.142

\*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Data dinyatakan berdistribusi normal apabila taraf signifikansi lebih dari nilai  $\alpha$  (0.05). berdasarkan uji normalitas pada tabel 4.9 kolom Kolmogorov-Smirnov diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$ ,

Tabel 5 Hasil One Simple T-Test Motivasi Penggunaan Skincare

One-Sample Test						
	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Motivasi	40.866	79	.000	.73188	.6962	.7675

sehingga dapat disimpulkan bahwa data diatas berdistribusi normal. Setelah data dinyatakan berdistribusi normal maka selanjutnya akan dilakukan uji one sample t-test.

Ho : Tidak terdapat pengaruh motivasi penggunaan kosmetika skincare terhadap penggunaan skincare di kalangan mahasiswa

Ha : Terdapat pengaruh motivasi penggunaan kosmetika skincare terhadap penggunaan skincare di kalangan mahasiswa

Ho ditolak jika Sig. (2-tailed) < 0.05 dan *thitung* > *ttabel*. Berdasarkan tabel 4.11 dan 4.12 didapat bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0.000 < 0.05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh penggunaan kosmetika skincare terhadap kepercayaan diri.

Penelitian ini mengeksplorasi motivasi mahasiswa dalam menggunakan kosmetika skincare, dengan hasil angket menunjukkan rata-rata motivasi sebesar 73,66%, yang termasuk dalam kategori baik. Motivasi mahasiswa untuk menggunakan skincare terutama didorong oleh keinginan untuk memperbaiki penampilan dan meningkatkan kepercayaan diri.

Dorongan pribadi untuk tampil lebih menarik dan merawat kulit berkaitan erat dengan peningkatan rasa percaya diri, sesuai dengan teori motivasi yang menyatakan bahwa motivasi adalah faktor internal yang mendorong individu untuk bertindak guna mencapai tujuan tertentu (Dharmesta dan Handoko, 2012; Santoso dan Purwanti, 2013 dalam Miauw, 2016).

Penggunaan skincare oleh mahasiswa tidak hanya didorong oleh kebutuhan estetika tetapi juga oleh faktor psikologis, seperti rasa nyaman dalam interaksi sosial. Influencer media sosial, tren populer, dan rekomendasi dari ahli kecantikan atau dokter kulit berperan penting dalam keputusan mereka. Pengeluaran yang signifikan untuk produk skincare mencerminkan investasi finansial yang tinggi untuk merawat kulit, terutama dalam mengatasi masalah kulit spesifik seperti kulit kering, berminyak, atau sensitif.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan data yang dikumpulkan dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26, motivasi mahasiswa dalam menggunakan kosmetika skincare menunjukkan hasil rata-rata 73,66%, yang termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa menganggap perawatan diri penting untuk penampilan mereka, dan percaya bahwa skincare dapat meningkatkan kepercayaan diri serta penampilan secara keseluruhan. Faktor-faktor seperti pengaruh media sosial, ulasan produk, dan rekomendasi dari influencer juga berperan penting dalam memotivasi mahasiswa untuk menggunakan produk skincare, menunjukkan

bahwa media sosial mempengaruhi persepsi dan keputusan mereka terkait perawatan kulit.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait. Pertama, penggunaan skincare di kalangan remaja sangat penting karena kebutuhan kulit berubah seiring pertambahan usia. Remaja disarankan untuk memilih produk skincare yang sesuai dengan kebutuhan kulit mereka dan tidak mudah terpengaruh oleh media untuk mencoba produk baru tanpa pertimbangan.

Kedua, kepercayaan diri adalah sesuatu yang dibangun dari dalam diri, dan dipengaruhi oleh motivasi dan pengetahuan. Sebelum membeli produk skincare baru, penting untuk mencari informasi yang tepat dan berkonsultasi dengan dokter untuk mendapatkan hasil yang maksimal, karena produk yang cocok untuk orang lain belum tentu cocok untuk semua orang.

Ketiga, pendidik diharapkan untuk terus berinovasi dalam mengelola kelas dengan mengembangkan dan mengkolaborasikan model pembelajaran dengan media lain agar pembelajaran menjadi lebih menyenangkan dan menarik perhatian peserta didik, sehingga mereka dapat menerima pengetahuan dengan lebih baik.

### Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat atau ikut serta mendukung penelitian ini. Secara khusus, kami ingin menyampaikan apresiasi kepada Universitas Negeri Surabaya, Fakultas Teknik, dan seluruh mahasiswa yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Dukungan dan partisipasi Anda sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Tidak lupa kami juga mengucapkan terima kasih kepada para pembimbing dan penguji atas bimbingan dan masukan yang berharga sepanjang proses penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Dayana, I., & Marbun, J. (2018). Motivasi kehidupan. Guepedia. Khasanah, D. P. (2021). Penggunaan Kosmetik Terhadap Meningkatnya Kepercayaan Diri Dan Konsep Diri Pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, STIKes Insan Cendekia Medika Jombang).
- Ghufon, N & Risnawati, R. 2011. Teori-teori Psikologi. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Lee, H., & Oh, H. (2018). The effects of self-esteem on makeup involvement and makeup satisfaction among elementary students. Archives of Design Research, 31(2), 87-95. <https://doi.org/10.15187/adr.2018.05.31.2.87>
- Tanjung, Z., & Amelia, S. (2017). Menumbuhkan Kepercayaan Diri Siswa. JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia), 2(2), 2-6. <https://doi.org/10.29210/3003205000>

- Triningtyas, D. A. (2013). Study Kasus Tentang Percaya Diri, Faktor Penyebabnya dan Upaya Memperbaiki dengan Menggunakan Konseling Individual. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3(1).
- Tri, F. F., & Ratri, R. L. (2019). Memahami Pengalaman Body Shaming pada Remaja Perempuan. *E-Journal UNDIP*, 7(3),4-5  
<https://www.semanticscholar.org/paper/memahami-pengalaman-body-shaming-pada-remaja-Fauzia-Rahmiaji/16038be19d4f29691d2b1711c441545987803c36>.
- Warsito, H. 2009. Pengantar Metodologi Penelitian. Jakarta Gramedia Pustaka
- Burn, R. B. (1993). *The Self-Concept: Theory, Measurement, Development, and Behaviour*. Longman.
- Kumalasari, D. (2019). Kepercayaan Diri dan Pengaruhnya terhadap Aktualisasi Diri. Jakarta: Pustaka Ilmu.
- Lee, J. (2018). Self-Perception and Beauty: The Role of Skincare in Confidence Building. *Journal of Consumer Studies*, 35(2), 101-117.
- The Dove Global Beauty and Confidence Report. (2016). *Understanding Beauty Perception in Young Adults*. Dove Research Institute.
- Putri, A. R. (2020). Dampak Skincare terhadap Kepercayaan Diri Mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, 5(1), 45-57.
- Santrock, J. W. (2018). *Adolescence*. New York: McGraw-Hill Education.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wijayanti, D. R. (2022). Hubungan Skincare dengan Self-Confidence pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 10(2), 88-95.

