GAYA HIDUP *SYAR'I*
(Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) dalam Bidang Sosiologi

Oleh:
ULFAH IRYANA
NIM. I73216084

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
SURABAYA 2019

PERNYATAAN

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Ulfah Iryana

NIM : I73216084

Program Studi : Sosiologi

Judul : GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2) Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
3) Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 18 Desember 2019

Yang menyatakan,

METERAI TEMPEL 7EB9FAEF063024955 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Ulfah Iryana

NIM.I73216084

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Ulfah Iryana

NIM : 173216084

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul : **GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial (S.Sos) dalam bidang Sosiologi.

Surabaya, 18 Desember 2019

Pembimbing,

Dr. Dwi Setianingsih, M.PdI
NIP.197212221999032004

PENGESAHAN

Skripsi oleh Ulfah Iryana dengan judul : **GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)**, telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 26 Desember 2019

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I

Dr. Dwi Setianingsih, M.PdI
NIP. 197212221999032004

Penguji II

Dr. Hj. Wiwik Setiani, M.Ag
NIP. 197112071997032003

Penguji III

Dr. Iva Yulianti U. Izzah, S.Sos,M.Si
NIP. 197607182008012022

Penguji IV

Abid Rahman, S.Ag, M.PdI
NIP. 197706232007101006

Surabaya, 26 Desember 2019

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan,

Prof. Dr. H. Muzakki, Grad, Dip, SEA, M.Ag, M.Phil, Ph.D
NIP.197402091998031002

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ULFAH IRYANA
NIM : I73216084
Fakultas/Jurusan : FISIP/Sosiologi
E-mail address : ulfahiryana2411@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2019
Penulis,

(Ulfah Iryana)

ABSTRAK

Ulfah Iryana, 2019, *Gaya Hidup Syar'i (Makna Penggunaan Makeup di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya),* Skripsi, Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: Gaya Hidup, *Syar'i*, Makna Penggunaan *Makeup*.

Makeup digunakan oleh wanita di berbagai kalangan, salah satunya adalah mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang menggunakan *makeup* sebagai bentuk dari gaya hidup mereka, namun sebagian besar dari mahasiwi UIN Sunan Ampel Surabaya belum tentu mengetahui motif mereka dalam menggunakan *makeup*. Penelitian ini berfokus pada pembahasan makna penggunaan *makeup* sesuai syariat islam. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan dua rumusan masalah yaitu; pertama, bagaimana pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai *makeup syar'i*, kedua, bagaimana makna penggunaan *makeup* bagi mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Untuk menjawab penelitian tersebut, digunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk memahami makna dibalik tindakan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam menggunakan *makeup*, selain itu juga untuk mencari pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai *makeup syar'i*. Dalam proses pengumpulan data digunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi (Jean Baudrillard) untuk menganalisis hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah: 1) Pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai *makeup syar'i* yaitu penggunaan *makeup* yang disunnahkan, *makeup* yang *flawless* (natural), *makeup* yang tidak berlebihan, kandungan bahan yang diperbolehkan oleh agama, terdapat label halal, bisa dipakai beribadah, penggunaan *makeup* untuk kebaikan, dan *makeup* yang tidak merusak. 2) Makna penggunaan *makeup* bagi mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu untuk untuk mempercantik diri, agar terlihat menarik, agar tampil lebih bersih dan fresh, untuk keperluan pekerjaan, mencari keberkahan hidup, identitas kelompok, tampil percaya diri, Sunnah Nabi, agar lebih terlihat dewasa, untuk menutupi kekurangan di area wajah, untuk kenyamanan diri dan untuk merawat kesehatan kulit. Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mayoritas sudah menerapkan *makeup syar'i*, hal tersebut dibuktikan dengan jenis *makeup* yang mereka gunakan adalah *makeup* natural, mereka menilai *makeup syar'i* adalah *makeup* yang digunakan secara tidak berlebihan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ii

LEMBAR PERSETUJUAN iii

LEMBAR PENGESAHAN iv

LEMBAR PUBLIKASI v

ABSTRAK vi

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan Penelitian 7

D. Manfaat Penelitian 7

E. Definisi Konseptual 8

F. Sistematika Pembahasan 9

BAB II MASYARAKAT KONSUMSI- JEAN BAUDRILLARD

A. Penelitian Terdahulu 11

B. Kajian Pustaka 14

C. Kerangka Teori 27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Lokasi dan Waktu Penelitian 35

C. Pemilihan Subjek Penelitian 37

D. Tahap-Tahap Penelitian 40

E. Teknik Pengumpulan Data..... 41

F. Teknik Analisis Data 43

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data..... 45

BAB IV GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)

A. Profil UIN Sunan Ampel Surabaya 47

B. Makna Penggunaan *Makeup* Sesuai Syariat Islam

1. Pendapat Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya Mengenai *Makeup Syar'i*..... 54

2. Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya..... 64

C. GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya) ditinjau dari teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard 80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 85

B. Saran 86

DAFTAR PUSTAKA 87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 36

Tabel 3.2 37

Tabel 3.3 39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 49

Gambar 4.2 61

Gambar 4.3 77

Gambar 4.4 78

Gambar 4.5 79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup menjadi sebuah tren bagi masyarakat Indonesia, khususnya kaum wanita. Gaya hidup menjadikan kaum wanita memperoleh pandangan yang cukup beragam di kalangan masyarakat. Gaya hidup berbeda dengan cara hidup, cara hidup termasuk pola dan tatanan dalam masyarakat untuk menciptakan sebuah kehidupan, sedangkan gaya hidup termasuk pada keinginan seseorang untuk mengkonsumsi sesuatu yang tidak didasarkan pada kebutuhan. Misal di Kota Surabaya, mahasiswi sangat mudah untuk tampil cantik dengan adanya klinik kecantikan yang menawarkan berbagai macam perawatan mulai dari perawatan wajah hingga tubuh, selain itu gambaran mengenai standar kecantikan ada karena pengaruh modernisasi yang ditampilkan melalui berbagai iklan.[1] Dari paparan tersebut maka muncul perspektif dalam masyarakat mengenai kecantikan, bahwa wanita cantik adalah wanita yang melakukan perawatan. Gaya hidup seperti ini seakan telah melekat pada sebagian besar wanita.

Chaney mengatakan bahwa "Kamu bergaya maka kamu ada". Hal tersebut diungkapkan pada seseorang yang suka berdandan, berdandan merupakan sebuah gaya hidup. Jika seseorang tidak bergaya maka dianggap tidak ada bahkan tidak lagi menjadi pusat perhatian orang lain. Oleh sebab

[1] Nurul Hidayah, dkk, *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Pengguna Perawatan Wajah di Klinik Kecantikan Kota Surabaya*, (Jurnal Paradigma 2, No. 3, 2014), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

itu, masyarakat modern menganggap bahwa bersolek itu penting. Tidak perlu susah menjelaskan bahwa mengapa wanita modern bisa tampil modis karena kini gaya hidup termasuk pada golongan masyarakat pesolek *(dandyism).*[2]

Gaya hidup merupakan bagian dari keinginan masyarakat yang selalu dapat berubah sesuai dengan zamannya. Saat ini gaya hidup mengalami perubahan ke arah yang lebih global, ditandai dengan adanya gaya hidup masyarakat yang serba modern. Gaya hidup modern dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang serta daya konsumsi yang tinggi pada masyarakat. Gaya hidup serba modern lebih bersifat praktis dan ekonomis. Contoh gaya hidup serba modern yakni penggunaan aplikasi *gadget* untuk anak, setiap kali orangtua disibukkan dengan pekerjaannya maka anak diberikan *gadget* sebagai mainannya sehari-hari, hal tersebut dirasa sangat praktis, namun tanpa disadari ketika hal tersebut sering dilakukan berulang-ulang maka akan berdampak pada kondisi psikis anak, misal anak tersebut akan menjadi pribadi yang apatis atau pribadi yang tertutup. Oleh karena itu gaya hidup modern memiliki dampak positif dan negatif berdasarkan cara penggunaanya.

Gaya hidup serba modern saat ini mulai dinikmati oleh kalangan muslim dengan sebutan gaya hidup *syar'i*. di Indonesia gaya hidup *syar'i* biasa disebut dengan istilah *halal lifestyle*. *Halal lifestyle* sangat penting bagi umat muslim di Dunia, hal tersebut mengarah pada cara hidup yang

[2] David Chaney, *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komperhensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 1996), 16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

benar. Kata halal mengacu pada tafsir Al-Qur'an yang berarti apapun yang diizinkan oleh syariah. Syariah menjelaskan dan mengatur tentang sikap manusia dalam kehidupan pribadi dan sosialnya.[3] Di Indonesia mayoritas dari masyarakatnya beragama islam, sehingga tidak heran jika *halal lifestyle* dengan cepat berkembang dan merambah di berbagai kalangan dalam masyarakat.

Fenomena gaya hidup *syar'i (halal lifestyle*) dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya adanya fenomena hijrah di kalangan para artis dan peran media sosial yang dengan cepat mempublikasikan segala informasi yang ada, sedangkan pada sektor industri dan perdagangan mulai muncul beberapa produk yang disertai dengan *brand-brand* muslim, sehingga berpengaruh pada kehidupan sosial, ekonomi serta budaya masyarakat muslim pada umumnya, khususnya wanita muslimah.

Gaya hidup *syar'i* muncul sebagai identitas muslim di Indonesia. Gaya hidup *syar'i* yang sedang tren di Indonesia saat ini ada pada sektor makanan, keuangan syariah, tour halal, media, obat-obat halal serta berbagai mode fashion muslimah mulai bermunculan diantaranya pakaian *syar'i*, hijab *syar'i* dan yang sangat tren di kalangan wanita muslimah saat ini adalah kosmetik dengan label halal. Istilah kosmetik sendiri sangat beragam, pengertian kosmetik menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 445/MenKes/Permenkes/1998 sebagai berikut:

---

[3] Anas Bin Mohd Yunus, dkk, *The Concept Of Halalan Thayyiba and Its Application in Products Marketing: A Case Study at Sabasun HyperRuncit Kuala Terengganu Malaysia*, (International Journal of Bussines and Social Science 1, No. 3, 2010), 239.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ kelamin bagian luar), gigi, dan rongga mulut untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampakan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit"[4]

Kosmetik di Indonesia sangat beragam, mulai dari kosmetik rias hingga kosmetik perawatan. Kosmetik rias merupakan istilah lain dari *makeup*. *Makeup* merupakan kosmetik rias yang diaplikasikan pada area wajah seorang wanita untuk menunjang penampilannya di depan umum. *Makeup* semakin hari semakin menjadi daya tarik tersendiri di kalangan wanita muslimah maupun non muslim di Indonesia bahkan di Dunia. Bagi wanita muslimah, penggunaan *makeup* yang sesuai dengan syari'at islam sangat di anjurkan karena sebagai identitas diri seorang muslim dalam menjalani kehidupan sehari-hari. *Makeup* halal contohnya, di Indonesia sudah banyak *brand makeup* yang telah memiliki sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia). *Makeup* halal saat ini sangat mudah ditemui di berbagai pusat perbelanjaan karena cukup menarik minat konsumen untuk membelinya, salah satunya wanita muslimah.

Berbicara mengenai pemakaian *makeup* pada wanita tidak terlepas dari konsep cantik dan menarik, sama halnya islam berbicara mengenai harta dan tahta. Kedudukan wanita dapat dikatakan sebagai "Ratu Dunia" dan "Racun Dunia". Sejatinya hal tersebut tergantung pada diri wanita itu

[4] Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sendiri.[5] Konsep cantik itu relatif, cantik bagi seseorang belum tentu cantik bagi orang lain. Maka bisa dikatakan bahwa cantik bukan merupakan makna secara universal. Bagi wanita kecantikan merupakan anugerah untuk dapat menambah keyakinan dan kepercayaan diri.[6] Salah satunya wanita muslimah, banyak wanita muslimah yang menganggap dirinya cantik dengan menggunakan *makeup* dan banyak pula wanita muslimah yang berpikiran bahwa cantik tidak perlu memakai *makeup*. Terdapat beberapa kriteria tertentu seorang wanita muslimah dalam menggunakan *makeup* sebagai gaya hidupnya sehari-hari diantaranya: dalam islam penggunaan *makeup* hanya boleh digunakan dengan niat semata-mata karena Allah SWT, *makeup* yang digunakan harus berasal dari bahan yang halal, tidak boleh memakai *makeup* yang berlebihan sehingga dapat menarik perhatian lawan jenis, dan penggunaan *makeup* tidak ditujukan untuk bermaksiat.

Makeup digunakan oleh wanita di berbagai kalangan, *makeup* digunakan sebagai penunjang penampilan setiap wanita, salah satunya adalah mahasiswi. Mahasiswi saat ini mengenal dengan berbagai jenis *makeup* dan menggunakan *makeup* sebagai identitas diri, mereka berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin, sehingga memunculkan berbagai penilaian dari orang lain terhadap dirinya.[7] Misal di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya, mayoritas dari mahasiswinya dapat dipastikan memakai

---

[5] Moh Baharuddin, *Kedudukan Perempuan Dalam Perspektif Hukum Islam,* (Jurnal Asas 4, No. 1, 2012), 1.

[6] Sarah Kartika Putri, *Pemaknaaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi*, Skripsi, (Bandung: UNIKOM, 2015), 1.

[7] Lita Donna Elianti, *Makna Penggunaan Makeup Sebagai Identitas Diri, (Studi Mahasiswi Universitas Islam Negeri Yogyakarta)*, (Jurnal Pendidikan Sosiologi 7, No.3, 2017), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

makeup. *Makeup* termasuk bagian dari gaya hidup mereka sebagai bagian dari sesuatu yang dianggap penting, namun sebagian besar mahasiwi UIN Sunan Ampel Surabaya belum tentu mengetahui motif mereka ketika menggunakan *makeup*, khususnya *makeup* yang sesuai dengan syariat islam. Bahkan sering pula ditemui mahasiswi yang memakai *makeup* dengan sangat tebal dan terlihat mencolok. Hal tersebut dipengaruhi oleh mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang heterogen. Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya berangkat dari background yang berbeda-beda, ada yang berangkat dari sekolah islam dan juga sekolah umum bahkan ada pula yang berangkat dari sekolah yang berbasis pondok pesantren. Dengan seperti itu, maka tingkat pemahaman dan kajian keilmuan tiap-tiap mahasiswi juga berbeda, terutama kajian mengenai makna penggunaan *makeup* sebagai bagian dari gaya hidup mereka sebagai seorang muslimah, maka dari itu pengetahuan mengenai *makeup* yang sesuai dengan syari'at islam sangatlah penting. Dari berbagai fenomena diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian "GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)"

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai *makeup syar'i*?
2. Bagaimana makna penggunaan *makeup* bagi mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai *makeup syar'i*
2. Ingin mengetahui makna penggunaan *makeup* bagi mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dan praktis, khususnya pada dunia ilmu pengetahuan sosial.

1. Manfaat Teoritis

   Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan kepada mahasiswi pada umumnya mengenai makna penggunaan *makeup* di kalangan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang sesuai dengan syari'at islam dan tentunya disertai dengan teori masyarakat konsumsi (Jean Baudrillard) yang relevan untuk menganalisis gaya hidup *(Life Style)* mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam penggunaan *makeup*, serta fenomenologi sebagai pendekatan untuk memahami sebuah makna dengan tujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan para akademisi serta dapat digunakan sebagai bahan untuk mengembangkan dan menyempurnakan penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan masyarakat paham akan makna dari penggunaan *makeup* yang mereka gunakan sehari-hari dan juga dapat digunakan sebagai bahan bacaan mengenai *makeup* yang sesuai dengan syari'at islam agar masyarakat lebih bisa membedakan antara *makeup* yang diperbolehkan oleh syari'at islam dan *makeup* yang tidak diperbolehkan oleh syari'at islam.

E. Definisi Konseptual

Definisi konseptual digunakan untuk memberikan batasan istilah atau definisi dalam penelitian ini. Penelitian ini berfokus pada pembahasan mengenai makna penggunaan *makeup* di kalangan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai wujud gaya hidup mereka sebagai wanita muslimah. Adapun batasan definisi dan konsep pada penelitian ini adalah:

1. Gaya Hidup

Dalam pengertian sosiologis, gaya hidup merupakan segala sesuatu yang dianggap sebagai ciri khas pada kelompok tertentu. Sedangkan gaya hidup pada masyarakat modern merupakan suatu definisi mengenai nilai, sikap serta posisi sosial kekayaan seseorang.[8]

2. *Syar'i*

Istilah *syar'i* merujuk pada istilah syari'at islam. Secara sosiologis, syari'at mengandung arti dimensi moral yakni kajian mengenai etika,

[8] Retno Hendariningrum dan Edy Susilo, *"Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi",* (Jurnal Ilmu Komunikasi 6, No. 2, 2008), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

budi pekerti dan perilaku masyarakat.[9] Syari'at islam berarti jalan menuju sumber pokok kehidupan yang menjanjikan sebuah kedamaian, keselamatan, serta kesejahteraan.[10] Syari'at islam adalah segala ketentuan yang terdapat dalam Nash Al-Quran dan As-Sunnah.[11]

3. *Makeup*

Istilah *makeup* merujuk pada istilah kosmetik rias. Kosmetik adalah suatu polesan dan percikan paada area wajah yang berasal dari racikan bahan tertentu yang ditambahkan sebagai sentuhan untuk mempermanis, menutup kekurangan dan sebagai elemen penegas. Dengan kosmetik seseorang akan tampil lebih percaya diri.[12]

F. Sistematika Pembahasan

Untuk membahas penelitian ini, penulis menyusun kerangka pembahasan secara sistematis agar lebih mudah untuk difahami sehingga dapat menjawab berbagai fenomena sosial yang ada. Penelitian ini akan dilaporkan dengan sistem pembahasan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan meliputi gambaran latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual dan sistematika pembahasan.

BAB II : MASYARAKAT KONSUMSI- JEAN BAUDRILLARD

---

[9] Abdul Manan, *Pembaruan Hukum Islam di Indonesia* (Depok:KENCANA, 2017), 29.

[10] Thohir Luth, *Syari'at Islam: Menjawab Persoalan Ummat (Sebuah Konfigurasi Tanya Jawab Seputar Fiqih Realitas di Indonesia* (Malang: UB Press, 2014), 15.

[11] Ibid, 17.

[12] Martha Tilaar, *Kecantikan Perempuan Timur* (Magelang: Indonesia Tera , 1999), 173.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kajian teori membahas tentang penelitian terdahulu yang relevan dengan judul GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya), membahas tentang kajian pustaka dengan mencari referensi di berbagai sumber (buku, jurnal, internet), serta membahas mengenai kerangka teori yakni teori yang relevan dengan pembahasan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, pemilihan subyek penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan teknik pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV : GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)

Pada bab ini peneliti menjelaskan tentang profil instansi yang terkait, dalam hal ini adalah profil UIN Sunan Ampel Surabaya, kemudian penulis memaparkan hasil wawancara dengan informan yakni mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Peneliti juga memberikan gambaran mengenai data-data yang diperoleh, dan laporan hasil pengamatan serta melakukan analisis data dengan menggunakan teori masyarakat konsumsi oleh Jean Baudrillard.

BAB V : PENUTUP

Peneliti menuliskan kesimpulan dari berbagai temuan di lapangan serta memberikan rekomendasi atau saran.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

MASYARAKAT KONSUMSI- JEAN BAUDRILLARD

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu disajikan untuk menghindari pengulangan dalam penelitian selanjutnya, yakni penelitian yang akan peneliti sajikan. Penguatnya yakni dengan sedikit menjelaskan penelitian sebelumnya yang masih ada keterkaitan dengan penelitian saat ini mengenai makna penggunaan *makeup*, penelitian tersebut bukan lagi merupakan penelitian terbaru. Oleh sebab itu peneliti memberikan gambaran penelitian terdahulu sebagai bahan rujukan peneliti yang akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Lita Donna Elianti dengan judul *"Makna Penggunaan Makeup Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta).* Skripsi ini membahas tentang mahasiswi yang ingin tampil cantik dalam segala hal, salah satu usaha yang dilakukan yaitu dengan menggunakan *makeup* sebagai identitas diri mereka. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan *makeup* sebagai identitas diri mahasiswa dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor internal yang berasal dari dalam dirinya dan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan sosialnya. Selain itu *makeup* yang digunakan oleh mahasiswa dapat memberikan dampak positif dan negatif. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dokumentasi dan studi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pustaka. Penelitian ini menggunakan teori Miles dan Huberman (analisis model interaktif).[13]

Persamaan: penelitian ini sama-sama membahas mengenai makna penggunaan *makeup* pada mahasiswi

Perbedaan: penelitian ini membahas makna *makeup* sebagai identitas diri, sedangkan penelitian saya lebih mengarah pada makna penggunaan *makeup* yang sesuai dengan syari'at islam.

2. Skripsi yang ditulis oleh Sarah Kartika Putri dengan judul *"Pemaknaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi (Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM)"*. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui Pemaknaan Penggunaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi. Penelitian ini menggunakan Metode Fenomenologi dengan pendekatan kualitatif, peneliti memperoleh 5 (lima) informan. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu Motif Internal adalah motif yang didasari keinginan untuk menutupi kekurangan yang mereka anggap ada di wajah mereka dan dapat diatasi dengan penggunaan kosmetik. Dan saran yang dapat peneliti berikan, Percaya diri itu sangat penting dan merupakan kebutuhan. Kita perlu memberikan penghargaan terhadap diri sendiri sebelum mendapat penghargaan dari orang lain.[14]

---

[13] Lita Donna Elianti, *"Makna Penggunaan Makeup Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)"*, Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017.

[14] Sarah Kartika Putri, *"Pemaknaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi (Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM)"*, Skripsi, Universitas Komputer Indonesia Bandung, 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Persamaan: sama-sama membahas mengenai pemaknaan kosmetik di kalangan mahasiswi

Perbedaan: penelitian ini membahas mengenai pemaknaan kosmetik berdasarkan motif, sedangkan saya makna penggunaan kosmetik berdasarkan syari'at islam.

3. Jurnal yang ditulis oleh Rina Darojatun dengan judul *"Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar'i dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas Menengah".* Jurnal ini membahas tentang nilai religius muslim kelas menengah di Indonesia yang muncul di berbagai bidang terutama konsumerisme pada bidang ekonomi. Gaya hidup *syar'i* saat ini mulai berkembang pada bidang kosmetik halal yang merupakan kebutuhan seorang muslim sebagai bentuk dari kesalehan hidup dalam menjalani kehidupan yang sesuai syariat islam. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Hasil dari penelitian ini yaitu seorang muslim dapat mengatur dan membentuk sebuah perilaku dengan simbol kesalehan sehingga memunculkan suatu pandangan dari orang lain mengenai diri kita meskipun belum sepenuhnya melaksanakan konsep syariat islam yang sesuai Al-Qur'an dan Hadits.[15]

   Persamaan : penelitian ini sama-sama membahas tentang gaya hidup *syar'i*

[15] Rina Darojatun, *"Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar'i dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas Menengah",* Jurnal Wardah 19, No. 2 (2018): 135.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Perbedaan : penelitian ini berfokus pada penelitian mengenai gaya hidup *syar'i* muslim kelas menengah pada bidang kesehatan, kecantkan, property dan lain-lain. Sedangkan penelitian saya membahas tentang gaya hidup *syar'i* yang berfokus pada makna penggunaan *makeup* di kalangan mahasiswi.

B. Kajian Pustaka

1. Gaya Hidup *Syar'i*

Gaya hidup merupakan cara seseorang dalam menjalani sebuah kehidupan berupa aktivitas maupun kegiatan yang dianggap penting dalam lingkungannya serta apa yang mereka pikirkan mengenai diri mereka dan dunia sekitar.[16]

Gaya hidup merupakan ekspresi dari sebuah tindakan yang membedakan antara orang satu dengan yang lain. Seseorang dapat menerapkan gagasan mengenai gaya hidup dalam melakukan interaksi sehari-harinya tanpa menjelaskan maksud dari interaksi tersebut. Gaya hidup dapat memahami tindakan dari setiap orang dan sebab-sebab mereka melakukan tindakan tersebut sehingga dapat memberikan makna bagi dirinya maupun orang di sekitarnya.[17]

Gaya hidup saat ini menjadi sebuah tren yang dipakai untuk mengukur tingkat kemapanan seseorang. Gaya hidup sudah ada sejak zaman barter atau sering dikenal sebagai pembayaran yang dilakukan dengan

---

[16] Nugroho Setiadi, *"Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Pemasaran)"* (Jakarta : Kencana, 2008), 148.

[17] David Chaney, *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komperhensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 1996), 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan barang yang dianggap sepadan. Gaya hidup menjadi suatu identitas bagi pelakunya. Gaya hidup adalah seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, opini dan minat yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya.[18]

Berikut ini adalah macam-macam bentuk dari gaya hidup:[19]

a) Gaya hidup mandiri

Mandiri adalah mampu dan tidak pernah bergantung kepada orang lain. Hidup mandiri memerlukan kemampuan untuk mengenali kelemahan dan kelebihan pada diri sendiri dan berusaha untuk mempertahankan kelebihan pada dirinya serta memperbaiki kelemahan pada diri. Budaya konsumerisme secara bebas ada pada diri seorang yang mandiri karena mereka mampu untuk bertanggungjawab terhadap dirinya serta bersikap kreatif dan inovatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

b) Gaya hidup modern

Zaman modern menuntut masyarakat agar tidak ketinggalan dengan kecanggihan teknologi. Masyarakat berlomba-lomba untuk mempelajari teknologi. Teknologi menjadi suatu hal yang penting untuk memperoleh segala informasi secara praktis. Gaya hidup

[18] Susanto, Metode Penelitian Sosial, (Surakarta: LPP UNS & UNS Press, 2006), 57.

[19] Ibrahim Idi Subandy, *Life Style Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, (Yogyakarta,2004)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serba digital adalah istilah untuk menggambarkan gaya hidup serba modern yang serat dengan teknologi informasi.[20]

c) Gaya hidup sehat

Sehat merupakan pilihan bagi setiap orang. Sehat juga diartikan sebagai segala sesuatu yang membawa dampak baik bagi yang melakukan. Hidup sehat dapat dilakukan dengan banyak cara, diantaranya: memperhatikan pola makan, selalu berfikir positif, dan melakukan kebiasaan yang menyangkut hidup sehat serta berada pada lingkungan yang sehat.

d) Gaya hidup hedonis

Hedonis merupakan bentuk pola hidup dengan mencari kesenangan. Gaya hidup hedonis biasa dilakukan dengan cara memperbanyak waktu diluar rumah, bermain dengan teman, membeli barang sesuai keinginan bukan kebutuhan serta ingin selalu menjadi pusat perhatian.

e) Gaya hidup hemat

"Hemat pangkal kaya", seperti itu pepatah mengatakan. Hidup hemat bukanlah proses mengurangi konsumsi, tapi lebih mengarah pada apa yang seharusnya dibutuhkan. Gaya hidup hemat lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan guna masa depan. Hemat merupakan cara hidup yang sesuai dengan kemampuan bukan karena paksaan.

[20] Dominic Strinati, *Popular Culture*. 30.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f) Gaya hidup bebas

Gaya hidup merupakan cerminan hidup bagi setiap orang di dalam masyarakat yang menyangkut nilai serta moral. Gaya hidup merupakan sebuah seni. Dalam arti lain gaya hidup memberikan arti positif dan negatif bagi orang yang menjalaninya.[21]

Ada tiga komponen yang membentuk gaya hidup seseorang yaitu *activities, interest, dan opinion.*[22] Secara umum aktivitas merupakan segala sesuatu yang dilakukan seseorang untuk mencapai tujuan, aktivitas juga disebut dengan kegiatan. Sedangkan interest atau minat adalah dorongan pada diri seseorang untuk melakukan sesuatu, minat cenderung mengarah pada sesuatu yang seseorang suka. Sedangkan opini adalah pendapat yang dikemukakan seseorang mengenai suatu hal. Ketiga komponen tersebut saling berhubungan untuk membentuk sebuah gaya hidup.

Menurut Amstrong, faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah sikap, kepribadian, pengalaman dan pengamatan, motif, konsep diri, persepsi, kelas sosial, keluarga, kelompok referensi, dan kebudayaan. Berikut adalah penjelasan dari berbagai faktor tersebut. [23]

Dari paparan diatas maka faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang dapat dibedakan menjadi 2 yaitu faktor internal dan eksternal yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

---

[21] Amalia Rizka, *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Remaja Terhadap Keputusan Pembelian Majalah Putri*, Skripsi, Depok: Fak Ilmu Sosial Pendidikan Sosiologi, 2014.

[22] Hermawan Kartajaya, *Marketing Klasik Indonesia* (Mizan dan MarkPlus&Co), 97.

[23] Nugraheni, *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*, Skripsi, (Surakarta: Fakultas Psikologi UMS, 2003), 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor internal (faktor yang berasal dari dalam)

a) Sikap

Sikap merupakan keadaan jiwa seseorang dalam memberikan sebuah tanggapan terhadap suatu objek yang didasarkan atas pengalaman sehingga dapat mempengaruhi perilakunya.

b) Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman diperoleh dari tindakan di masa lalu yang menjadi sebuah pembelajaran, melalui pengalaman seseorang dapat melakukan sebuah pengamatan sosial.

c) Kepribadian

Kepribadian merupakan karakteristik seseorang yang dapat dilihat dan dinilai berdasarkan perilakunya.

d) Konsep diri

Konsep diri dapat di artikan sebagai cara individu dalam memandang dirinya serta pola individu dalam menentukan jalan fikirannya untuk menghadapi berbagai permasalahan dalam hidupnya.

e) Motif

Motif merupakan sesuatu dibalik tindakan seseorang dalam melakukan sesuatu, motif menghasilkan perilaku individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f) Persepsi

Persepsi merupakan proses seseorang dalam memberikan pandangan terhadap sesuatu. Persepsi setiap orang berbeda-beda tergantung pemikirannya.

Faktor eksternal (faktor yang berasal dari luar)

a) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kumpulan orang yang memberikan pengaruh terhadap perilaku orang lain. Pengaruh tersebut akan membawa seseorang pada kesukaan yang sama.

b) Keluarga

Keluarga menjadi salah satu pengaruh utama seseorang dalam menentukan gaya hidupnya. Seorang anak secara tidak langsung akan mengamati pola hidup orang tuanya dan menirunya sampai ia dewasa.

c) Kelas sosial

Kelas sosial terbentuk karena adanya jenjang mengenai kedudukan (status) dan peran. Kedudukan seseorang biasanya dicapai karena usaha maupun keturunan, sedangkan peran merupakan kewajiban seseorang yang harus dilakukan sesuai dengan kedudukannya. Kemakmuran telah mengubah cara pandang orang dan melahirkan kebiasaan-kebiasaan baru.[24] Maksudnya adalah setiap orang yang makmur dalam kehidupan secara otomatis akan mengubah segala

[24] Suharjo B. Cahyono, *Gaya Hidup &Penyakit Modern* (Yogyakarta: Kanisius, 2008), 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hal yang menyangkut kebiasaan sehari-harinya termasuk dalam gaya hidup mereka yang lebih mengarah pada kehidupan modern. Kehidupan serba modern akan sangat mudah di dapatkan oleh orang yang memiliki segalanya.

d) Kebudayaan

Kebudayaan meliputi kepercayaan, pengetahuan, moral, kesenian, adat istiadat, hukum, dan kebiasaan individu sebagai anggota masyarakat.

Konsumen yang memiliki kesamaan minat dan kesukaan dalam perspektif pemasaran akan berkumpul membentuk sebuah kelompok gaya hidup dalam menggunakan waktu luang untuk membelanjakan sebagian uangnya. Tren gaya hidup *syar'i* saat ini sedang diminati sebagian besar masyarakat Indonesia yang biasa disebut *halal lifestyle*, setiap perubahan yang dialami seseorang merupakan bentuk dari kesadaran atas pribadi setiap individu.[25]

Gaya hidup *syar'i* saat ini mulai berkembang pada sektor industri di Indonesia, salah satunya pada sektor kecantikan. *Global Islamic Economy Indicator (GIEI)* menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu Negara dengan konsumen halal terbesar di Dunia, hal tersebut membuat perusahaan di Indonesia memiliki kesempatan besar dalam menciptakan produk-produk halal. Berbagai perusahaan mulai mengatur strategi pemasaran mengenai produk halal dengan menampilkan beberapa iklan di

[25] Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 59.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

televisi yang nyaris dari semua iklan menyampaikan pesan halal mengenai produknya, karena halal tidaknya produk saat ini hanya terbatas pada sektor makanan dan minuman saja.[26]

Gaya hidup *syar'i* merujuk pada istilah syari'at islam yang berarti jalan menuju sumber pokok kehidupan yang menjanjikan sebuah kedamaian, keselamatan, serta kesejahteraan.[27] Syari'at islam adalah segala ketentuan yang terdapat dalam Nash Al-Quran dan As-Sunnah.[28] Gaya hidup *syar'i* saat ini menjadi sebuah tren yang hadir dalam kehidupan masyarakat. Gaya hidup *syar'i* merupakan gaya hidup yang melekat pada diri seorang muslim. Gaya hidup *syar'i* termasuk gaya hidup yang sesuai dengan syari'at islam, dimana segala bentuk tindakan sesuai konsep keislaman.

Gaya hidup *syar'i* atau biasa disebut *halal lifestyle* dianggap dapat membawa sebuah kebahagiaan dan ketenangan hidup bagi muslimah, baik dari makanan, minuman bahkan tata rias. Perilaku masyarakat muslim di Indonesia semakin hari mengalami pergeseran kearah yang lebih baik, ditandai dengan perilaku masyarakat yang lebih religius.

2. Penggunaan *Makeup*

Dalam sejarah peradaban Dunia, konsep merias wajah sudah dikenal ribuan tahun yang lalu. Konsep merias wajah lebih modern telah ada sejak zaman Mesir kuno yang ditandai dengan adanya penggunaan *celak* atau *kohi*

---

[26] Yasinta Ismailia, *Pengaruh Gaya Hidup Syariah dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Aishaderm,* Skripsi (Surabaya: FEBI UINSA, 2018), 3.

[27] Thohir Luth, *Syari'at Islam: Menjawab Persoalan Ummat (Sebuah Konfigurasi Tanya Jawab Seputar Fiqih Realitas di Indonesia* (Malang: UB Press, 2014), 15.

[28] Ibid, 17.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk mempertegas mata wanita. Sedangkan di Cina, penggunaan kosmetik lebih terbilang sederhana. Kosmetik yang digunakan adalah sejenis bedak yang terbuat dari bahan alami untuk melembutkan dan memutihkan kulit.[29]

Kosmetik dan tata rias merupakan suatu hal yang tidak dapat di hilangkan pada diri seorang wanita. Keberadaan kosmetik rias sendiri diyakini telah menjadi sebuah kebutuhan utama bagi kaum wanita. Animo kaum wanita semakin besar akan perubahan bentuk kosmetik yang disertai dengan perubahan konsep cantik. Efeknya, setiap tahun muncul berbagai inovasi kosmetik baru sebagai daya tarik kaum wanita untuk dapat memilikinya.[30]

Di Jawa misalnya, jamu termasuk ramuan tradisional untuk kesehatan dan juga kecantikan wanita Jawa. Namun pada saat ini hal-hal tradisional dianggap kuno dan ketinggalan zaman, bahkan mereka enggan melakukan perawatan kecantikan dengan ramuan tradisional seperti jamu. Wanita Jawa saat ini lebih memilih perawatan dengan gaya khas Eropa, gaya perawatan khas wanita Eropa telah mempengaruhi gaya hidup wanita Indonesia. Eropa merupakan lambang kemajuan dan gaya hidup modern. Sehingga mempengaruhi pola pikir wanita Indonesia bahwa jika ingin cantik maka harus melakukan perawatan khas Eropa.[31]

Seiring berkembangnya zaman banyak orang membutuhkan perias yang dianggap handal dalam bidangnya. Merias wajah dirasa sangat perlu ketika

---

[29] Debbie S. Suryawan, *Beauty Expose By Andriyanto From Pinky Mirror's Lens* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 12.

[30] Ibid, 13.

[31] Martha Tilaar, *Kecantikan Perempuan Timur* (Magelang: Indonesia Tera , 1999), 19.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seseorang sedang mendatangi sebuah event baik formal maupun non formal. Saat ini orang yang pandai dalam hal *makeup* sering dikenal dengan istilah MUA (*Makeup Artist*). Definisi MUA dalam wikipedia merupakan seniman dengan medium seni tubuh manusia, mulai ujung rambut hingga ujung kaki. Profesi MUA sangat berkaitan dengan berbagai industri seperti film, fashion, televisi hingga dunia modelling. Di Negara Eropa dan Amerika profesi MUA termasuk pada profesi yang sangat bergengsi.[32]

Pada dasarnya semua wanita itu cantik dan kecantikan wanita itu terpancar dari dalam diri wanita *(inner beauty)* dan dari luar diri wanita *(outer beauty).* Kecantikan dari luar dapat ditunjang dengan menggunakan tata rias wajah. Tata rias wajah merupakan seni merias wajah dengan mengkombinasikan dua unsur yakni untuk mempercantik wajah dan menyamarkan kekurangan pada wajah. Contoh kekurangan pada wajah meliputi flek hitam, bekas luka, bekas jerawat dan lain-lain. Akibatnya banyak wanita yang tampil kurang percaya diri.[33]

Tampil cantik merupakan idaman setiap wanita. Salah satu cara untuk tampil cantik adalah dengan menggunakan *makeup*. *Makeup* merupakan bagian dari kosmetik rias. *Makeup* adalah sebuah seni dalam merias wajah dengan menggunakan alat dan kosmetik yang memiliki tujuan untuk memperindah dan menutupi kekurangan pada wajah sehingga wajah terlihat

[32] Gagas Ulung, *How To Be A Make Up Artist* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 10.

[33] Puspita Martha, *Basic Personal Makeup* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih sempurna.[34] Dalam KBBI istilah *makeup* hampir sama dengan istilah dandan yang artinya mengenakan pakaian dan hiasan serta alat-alat rias, memperbaiki, mejadikan baik (rapi).[35] Konsep kosmetik merupakan selling hope and dream, not the reality. Dengan *makeup*, orang akan tampil lebih percaya diri, karena cantik bukan hanya tampak dari luar melainkan juga dari dalam.[36]

Masyarakat modern dalam menggunakan kosmetik memiliki beberapa tujuan diantaranya untuk meningkatkan rasa percaya diri, sebagai alat untuk menjaga kebersihan diri, meningkatkan daya tarik melalui *makeup*, dan perasaan tenang, melindungi kulit dari paparan sinar UV, melindungi kulit dari polusi dan kerusakan, mencegah penuaan dini serta untuk membantu seseorang dalam menikmati kehidupannya.[37]

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI, berdasarkan sifatnya dan kegunaannya kosmetik digolongkan menjadi 2 yaitu kosmetik modern dan tradisional.[38]

a) Menurut sifat dan cara pembuatannya

1) Kosmetik modern.

Kosmetik modern diramu dari bahan-bahan kimia dan diolah dengan cara modern

---

[34] Lita Donna Elianti dan Indah Sri Pinasti, "*Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri",* Jurnal Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta: 4

[35] https://kbbi.web.id/dandan, diakses pada 2 Oktober 2019 pukul 14:20 wib.

[36] Martha Tilaar, *Kecantikan Perempuan Timur* (Magelang: Indonesia Tera , 1999), 173.

[37] Retno Iswari Tranggono dan Fatma Latifah, *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 7.

[38] Ibid, 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Kosmetik tradisional

Kosmetik tradisional terbuat dari bahan-bahan alami dan diolah secara turun-temurun, kosmetik semi tradisional terbuat dari bahan alami dan diolah secara modern agar tahan lama.

b) Menurut kegunaan bagi kulit

1) Kosmetik perawatan (*skincare*)

Kosmetik jenis ini berupa kosmetik pembersih dan pennyegar, kosmetik pelembab, kosmetik pelindung, dan kosmetik penghalus kulit wajah.

2) Kosmetik rias (*makeup*)

Kosmetik jenis ini sangat diperlukan untuk merias kulit wajah agar menghasilkan tampilan sempurna, sehingga dapat memberikan efek percaya diri bagi penggunanya. Ada berbagai macam kosmetik rias wajah diantaranya: eye *makeup* remover, milk cleanser, toner, moizturizer, foundation, concealer, shading, loose powder, compact powder, eyeshadow, eyeliner, eyebrow, mascara, blush on dan lipstik.[39]

Kosmetik rias juga diformulasikan untuk berbagai jenis kulit diantaranya: untuk kulit sensitif, untuk kulit berminyak, dan untuk kulit kering. Kosmetik rias tersebut digunakan seorang wanita untuk merias wajah mereka sebagai penunjang penampilannya sehari-hari.

[39] Puspita Martha, *Basic Personal Makeup* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut adalah fungsi masing-masing kosmetik rias:[40]

a) *Eye shadow* (perona mata)

Eye shadow digunakan sebagai pewarna mata. Bentuknya ada yang bubuk, padat dan *cream*y. Warnanya pun juga bervariasi, ada yang mengandung *shimmer*, ada juga yang *matte* (tidak mengandung kilau).

b) *Blush On* (perona pipi)

Blush on digunakan untuk memberikan efek pipi kemerahan sehingga akan tampak terlihat lebih segar.

c) *Lipstick/ Lip Glos*

Lipstick/ Lip Glos digunakan untuk mewarnai bibir. Ada beberapa bentuk lipstik diantaranya stik, cream dan pensil.

d) *Concealer*

Concealer berguna untuk menyamarkan noda pada lingkaran hitam di sekitar mata. Bentuknya ada yang stik, padat atau krim.

e) *Foundation* (alas bedak)

Foundation berguna untuk menutupi kekurangan kecil di wajah seperti bekas jerawat atau flek hitam. *Foundation* membuat warna kulit wajah lebih merata, selain itu digunakan sebagai dimensi wajah agar kelihatan lebih baik.

[40] Puspa Swara, *Instant Beauty: Panduan Makeup Sehari-hari*, (Jakarta: Puspa Populer, 2012), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

f) *HighLighter*

HighLighter digunakan untuk mempertegas area wajah serta dapat memberikan efek *glowing* (cerah) ketika terkena sinar matahari sehingga garis wajah tampak lebih nyata.

g) *Eye Liner*

Eye Liner digunakan untuk membingkai mata dan membuat bola mata tampak lebih besar. Ada beberapa bentuk macam *eye liner* diantaranya berbentuk cair, padat, gel dan pensil.

h) Bedak

Ada beberapa jenis bedak diantaranya bedak tabur dan bedak padat. Bedak tabur biasanya digunakan untuk kulit yang berminyak sedangkan bedak padat biasa diformulasikan agar bedak bertahan lebih lama.

Dengan menggunakan *makeup* maka akan memberi dampak positif bagi penggunanya khususnya wanita. Wanita yang menggunakan *makeup* akan terlihat lebih cantik dari sebelumya, dengan seperti itu maka akan menimbulkan perasaan lebih percaya diri. Rasa percaya diri akan memberikan dampak positif bagi suasana hati seseorang.[41]

C. Kerangka Teori

Penelitian ini menggunakan teori Postmodern "Masyarakat Konsumsi" oleh Jean Baudrillard. Jean Baudrillard lahir pada tanggal 5 Juli 1929 di kota Riems, Prancis Barat dan meninggal pada 6 Maret 2007 di usia

[41] Irawati Kartono, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Makeup Pada Perempuan Emerging Adulthood*, (Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa UNESA 3 No. 1, 2014), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

77 tahun di Paris. Orang tua Baudrillard berasal dari keluarga petani yang pindah ke Kota Paris untuk bekerja menjadi pegawai Dinas Pelayanan Masyarakat. Baudrillard merupakan anak pertama yang mengenyam pendidikan tinggi di Universitas Sorbonne, Paris. Selama masa kuliahnya, ia mempelajari sastra dan bahasa Jerman.[42]

Baudrillard memutuskan pindah pada bidang sosiologi dan menyelesaikan tesisnya pada tahun 1966 di Universitas Nanterre, Prancis. Tesisnya membahas tentang sistem objek di Ecole des Hautes Etudes, Paris. Dalam menyelesaikan tesisnya ia dibimbing oleh Henry Lefebvre yakni seorang anti-strukturalis Paris yang terkenal pada saat itu. Baudrillard dinyatakan lulus dan menjadi salah satu kebanggan di dalam keluarganya, ia menyatakan dirinya sebagai pengikut Marxisme. Selama kuliah ia sangat aktif mengikuti organisasi kemahasiswaan sosial.[43]

Tahun 1986, Baudrillard mengajukan tesis jabatan profesor pasca dektoral di Sarbone. Ia bekerja sebagai penerjemah dan juga editor jurnal. Pada tahun 1970-an Baudrillard mengunjungi profesor di Universitas California di Los Angeles. Baudrillard juga menjadi pengajar sosiologi di Universitas Naterre, setelah setahun mengajar, Baudrillard memutuskan bergabung dengan Roland Barthes salah seorang pengajar di Hautes Etudes, dia terpengaruh pemikiran Barthes dan juga pemikiran Karl Marx.

[42] George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 1972) , 35.

[43] Medhy Aginta Hidayat, *Menggugat Modernisme: Mengenali Rentang Pemikiran Postmodern Jean Baudrillard*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2017), 52.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semenjak itu Baudrillard mulai aktif kembali menulis dan berpartisipasi pada gerakan sosialisme.[44]

Menurut Ritzer, La Société de Consommation merupakan salah satu karya Baudrillard yang terkenal dan banyak memengaruhi teoretikus sosiologi postmodern lainnya. La Société de Consommation merupakan hasil pemikiran Baudrillard yang dikembangkan sebagai penunjang beberapa disiplin ilmu. Beberapa kritik dilontarkan oleh berbagai kritikus sosiologi atas kelemahan karya Baudrillard. Ia merupakan seorang modernis yang beralih menjadi postmodernis. Sebagai seorang postmodernis, Baudrillard masih terpengaruh karya besar mengenai paradigma mitologis masyarakat primitif yang menyatakan bahwa manusia hidup dikelilingi oleh berbagai macam kebutuhan yang mengarahkan dirinya menuju sebuah kepuasan.[45]

Karya awal Baudrillard dipengaruhi oleh perspektif Marxian yang menitikberatkan pada persoalan ekonomi. Namun, sebagian besar Marxis menfokuskan dirinya pada bidang produksi, sedangkan Baudrillard menfokuskan dirinya pada bidang konsumsi. Baudrillard memandang Amerika sebagai rumah masyarakat konsumen yang dipaparkan pada salah satu bukunya yang berjudul America.[46]

Baudrillard memalingkan perhatiannya untuk menganalisis masyarakat modern. Baudrillard berpendapat bahwa masyarakat modern

---

[44] Ibid, 52.

[45] Featherstone, M, *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005), 20.

[46] George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003) , 136.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tidak lagi di dominasi oleh tatanan produksi melainkan lebih didominasi oleh media, model sibernetika, dan sistem pengemudian, komputer, pemrosesan informasi, industri hiburan dan pengetahuan. Segala sesuatu yang keluar dari sistem tersebut merupakan sebuah tanda. Dapat dikatakan bahwa saat ini kita beralih dari masyarakat yang di dominasi oleh produksi menjadi masyarakat yang di dominasi oleh konsumsi. Tujuannya juga bergeser dari eksploitasi menuju tujuan yang ditentukan oleh tanda dan sistem yang menghasilkannya.[47]

Pada masyarakat konsumsi, Baudrillard melihat objek konsumsi didasarkan pada sesuatu yang diorganisir oleh tatanan produksi. Akibatnya dia memandang sistem objek konsumen dan sistem komunikasi pada dasar periklanan sebagai pembentukan sebuah kode signifikasi yang mengontrol objek dan individu ditengah masyarakat. Ketika kita mengkonsumsi sebuah objek maka kita mengkonsumsi sebuah tanda, sehingga kita dapat mendefinisikan diri kita.[48] Konsumsi dalam pengertian luas merupakan segala aktivitas sosial masyarakat yang diilakukan untuk mengenali mereka.[49]

Menurut Baudrillard, kebutuhan ditentukan oleh sebuah kode, yang artinya kita membeli sesuatu bukan atas dasar kebutuhan melainkan atas dasar kode yang telah disampaikan. Konsumsi juga bukan merupakan

---

[47] George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta:Prenada Media, 2005) 641.

[48] Ibid, 137.

[49] David Chaney, *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komperhensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 1996), 53.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebuah realitas melainkan tanda dari sebuah objek. Hubungan manusia dialihkan menjadi hubungan objek pada masyarakat konsumen yang dikendalikan oleh sebuah kode. Objek-objek tersebut tidak lagi memiliki makna "nilai guna" melainkan makna "nilai tanda" yang menandakan objek satu berbeda dengan objek lainnya.[50]

Ada saatnya sebuah tanda diartikan sebagai sesuatu yang nyata, namun saat ini tanda tidak lebih merujuk pada tanda itu sendiri maupun tanda lain, tetapi lebih menjadi penunjuk pada dirinya sendiri. Kini tidak lagi dapat berbicara mengenai apa yang nyata karena antara tanda dan realitas telah terdapat perbedaan yang terlihat kabur. Maka dari itu kehidupan postmodern mengalami proses dedeferensiasi.[51]

Seperti yang sering dicontohkan Baudrillard bahwa BMW lebih bak dari Hyundai bukan karena ia lebih berguna melainkan prestise pada mobil BMW lebih tinggi daripada Hyundai. Contoh lain yakni ketika sedang membeli Big Mac maka kita tidak hanya sedang membeli makanan melainkan kita memperoleh apa yang Big Mac tandakan mengenai kita bahwa kita termasuk pada bagian orang sibuk.[52]

Objek konsumsi menciptakan sebuah kebutuhan pada masyarakat konsumenn. Objek yang dimaksud adalah sistem objek atau klasifikasi objek, bukan merupakan objek itu sendiri sehingga konsumsi merupakan suatu tindakan dalam memanipulasi sebuah tanda-tanda, sehingga apa yang

---

[50] George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003) , 139.

[51] George Ritzer & Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, (Jakarta:Prenada Media, 2005) 641.

[52] Ibid, 139.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikonsumsi oleh masyarakat pada dasarnya bukan merupakan sebuah objek melainkan sistem objeknya.[53]

Konsumsi pada masyarakat modern bukan tentang mencari sebuah kenikmatan melainkan mencari sebuah perbedaan dan melalui perbedaan itu maka timbul yang namanya status sosial dan makna sosial. Dengan cara tersebut maka kebutuhan tidak lagi dapat dipuaskan melainkan dalam menikmati kehidupan butuh membedakan diri dengan masyarakat lain.[54]

Baudrillard menyimpulkan konsumsi merupakan sistem yang menjamin regulasi tanda dan integrasi kelompok, secara terus menerus ia merupakan sebuah moralitas dan sistem komunikasi yang melampaui batas individu. Sehingga muncul gagasan bahwa konsumsi merupakan sistem penekanan yang cukup baik. Artinya, ketika mengkonsumsi sesuatu maka kita mengkomunikasikan banyak hal kepada orang lain, sehingga mereka tau kita berasal dari kelompok mana yang membedakan diri kita dengan orang lain.[55]

Masyarakat konsumen adalah sebuah suasana dimana segala sesuatu dijual. Segala sesuatu merupakan komoditas tanda, bahkan semua komoditas adalah tanda. Menurut Baudrillard tanda, komoditas dan kultur saling berkaitan selamanya. Baudrillard mengkritisi masyarakat konsumen

---

[53] Argyo Demartoto, *"Membedah Gagasan Postmodernisme Baudrillard: Realitas Semu",* (Jurnal DILEMA 21, No. 2), 13.

[54] George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003) , 140.

[55] George Ritzer, Loc. cit.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan memahaminya sebagai sesuatu yang menciptakan segala rangkaian hasrat yang buruk dan diorganisir.[56]

Peneliti menggunakan teori masyarakat konsumsi untuk menganalisis penggunaan *makeup* pada mahasiswi UIN Sunan Ampel, penggunaan *makeup* disini dapat diartikan sebagai kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh sebagian besar mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai wujud dari gaya hidup mereka.

[56] George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003) , 144.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah ilmu pengetahuan yang memperlajari tentang proses dalam mencari suatu kebenaran melalui beberapa prosedur kerja yang dikenal sebagai filsafat epistimologi sehingga kebenaran yang diperoleh akan memiliki kualitas keilmuan yang cukup baik dan dapat dipertanggung jawabkan.[57]

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Peneliti dalam penelitian ini melakukan pendekatan secara langsung kepada subjek penelitian yang akan diteliti untuk menggali sebuah informasi dari sebuah makna diluar makna umum.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang telah dialami oleh subjek penelitian seperti persepsi, motivasi, perilaku, dan tindakan.[58]

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh makna dari berbagai persepsi mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai penggunaan *makeup*. Pendekatan kualitatif termasuk dalam jenis pendekatan yang data temuannya tidak diperoleh secara statistik. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengungkap suatu gejala secara holistic-kontekstual melalui

---

[57] Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta:Rake Sarasin, 2002), 5.

[58] Lexy Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berbagai data yang telah dikumpulkan secara asli dengan memanfaatkan peneliti itu sendiri sebagai instrumen kunci.[59]

Penelitian yang dipakai juga untuk mengulas informasi secara mendalam mengenai pendapat mahasiswi tentang *makeup* yang sesuai dengan syariat islam. Penelitian ini pun juga dipakai untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti.

Penelitian ini bertujuan untuk menyatukan hasil penelitian sehingga besarnya sampel bukan merupakan acuan utama, namun variasi dari sebuah data yang diperoleh dari berbagai informan dianggap sebagai suatu hal yang penting dan menjadi sasaran dalam penelitian ini.[60]

Penelitian kualitatif memiliki fungsi dalam melakukan pengumpulan data, memilih informan sebagai sumber data, menetapkan fokus penelitian, menilai kualitas data, menafsirkan data, analisis data, dan yang terakhir adalah membuat kesimpulan dari berbagai temuan di lapangan.[61]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dari penelitian ini bertempat di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang dimana tempat tersebut menjadi fokus penelitian mengenai makna penggunaan *makeup* di kalangan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Estimasi waktu penelitian yakni sekitar tiga bulan dimulai dari

[59] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2015) 3.

[60] Sutinah dan Emy Susanti, *Laporan Penelitian Dosen Muda* (Surabaya: Lembaga Penelitian Dosen Muda, 2001), 10.

[61] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), 222.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akhir September sampai awal Desember untuk menyusun data dan menggali beberapa informasi di lapangan dan tentunya disertai dengan observasi.

Alasan peneliti mengambil penelitian di kampus UIN Sunan Ampel Surabaya karena kampus tersebut adalah kampus yang berbasis nilai keislaman, dengan seperti itu sedikit banyak dari mahasiswinya pasti memiliki pengetahuan yang luas mengenai dunia keislaman, dengan begitu akan banyak informan yang dapat menafsirkan pendapatnya mengenai makna penggunaan *makeup* di kalangan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai wujud dari gaya hidup mereka sebagai wanita muslimah. Ketika peneliti mengambil penelitian disini kemungkinan besar akan mendapatkan informasi beragam yang diharapkan oleh peneliti sendiri sebagai alat untuk memperjelas hasil penelitian.

Tabel 3.1

Jadwal Wawancara dengan Informan Penunjang

No	Hari/ Tanggal	Tempat	Waktu	Nama Informan	Ket
1	Sabtu, 9 November 2019	Depan masjid UINSA	14:40-15:18	Nurul	Mahasiswi Ilmu PBA-FTK semester 5
2	Sabtu, 9 November 2019	Depan Laboratorium Integrasi UINSA	16:35-17:11	Afifah	Mahasiswi Psikologi-FPK semester 7
3	Kamis,14 November 2019	Depan masjid UINSA	10:00-11:10	Charir	Mahasiswi BKI- FDK semester 7
4	Kamis,14 November	Depan masjid UINSA	12:00-13:15	Caca	Mahasiswi Ilmu Tafsir-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	2019				FUF semester 5
5	Jum'at, 15 November 2019	Depan masjid UINSA	07:30-08:00	Fatimah (nama disamarkan)	Mahasiwi UINSA
6	Jum'at, 15 November 2019	Depan masjid UINSA	08:00-08:30	Khadijah (nama disamarkan)	Mahasiswi UINSA

Tabel 3.2

Jadwal Wawancara dengan Informan Kunci

No	Hari/ Tanggal	Tempat	Waktu	Nama Informan	Ket
1	Rabu, 13 November 2019	AULA FDK UINSA	10:00-12:00	Fadhya	Mahasiswi PMI- FDK semester 7
2	Sabtu, 16 November 2019	Depan laboratorium integrasi UINSA	10:00-11:00	Bella	Mahasiswi HI- FISIP semester 7
3	Sabtu, 16 November 2019	Depan laboratorium integrasi UINSA	11:00-12:00	Vira	Mahasiswi HI- FISIP semester 7

C. Pemilihan Subjek Penelitian

Subjek penelitian termasuk hal utama yang dibutuhkan untuk memperoleh sumber informasi terkait dengan permasalahan yang akan diteliti. Faktor terpenting dalam sebuah penelitian yakni pemilihan subjek penelitian agar seluruh informasi yang diperoleh dapat digali secara *indept* (mendalam). Peneliti memilih subjek pada penelitian ini ketika peneliti telah terjun ke lapangan untuk melakukan sebuah penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Subjek yang dipilih pada penelitian ini yakni:

1. Informan Kunci

   Informan kunci adalah orang yang paham mengenai objek kajian peneliti. Dalam hal ini peneliti memilih 3 informan kunci mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang bekerja sebagai Wardah Beauty Agent (agen kecantikan produk *makeup* halal brand wardah), bekerja sebagai model hijab *syar'i*, dan pemenang juara 1 *sunsilk hijab hunt* 2018.

2. Informan penunjang

   Informan penunjang adalah mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang menggunakan *makeup*.

Dalam hal ini peneliti dalam mengambil data menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu.[62] Pertimbangan-pertimbangan tersebut dapat berupa pencarian informan yang dianggap mengerti dan menguasai atas objek yang akan diteliti guna mencapai tujuan penelitian.

Dalam memilih informan, peneliti mempertimbangkan beberapa hal termasuk kriteria informan yang harus sesuai dengan fokus pembahasan peneliti. Berikut adalah daftar nama informan:

[62] Jonatahan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 206.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.3

Nama Informan

No	Nama	Jabatan	Asal	Usia	Ket
1	Nurul	Informan penunjang	Surabaya	20	Mahasiswi UINSA
2	Afifah	Informan penunjang	Sidoarjo	21	Mahasiswi UINSA
3	Charir	Informan penunjang	Pasuruan	21	Mahasiswi UINSA
4	Caca	Informan penunjang	Kediri	20	Mahasiswi UINSA
5	Fatimah (nama disamarkan)	Informan penunjang	(identitas disamarkan)	-	Mahasiswi UINSA
6	Khadijah (nama disamarkan)	Informan penunjang	(identitas disamarkan)	-	Mahasiswi UINSA
7	Fadhya	Informan Kunci	Kediri	21	- Mahasiswi UINSA - Pemenang Juara 1 Sunsilk Hijab Hunt 2018
8	Bella	Informan Kunci	Surabaya	21	- Mahasiswi UINSA - Wardah Beauty Agent
9	Aulia	Informan Kunci	Manado	21	- Mahasiswi UINSA - Model Hijab *Syar'i*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Tahap-Tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian berfungsi untuk memperjelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun tahap-tahap penelitian sebagai berikut:

1. Tahap pra lapangan

   a) Menyusun rancangan penelitian

   Penelitian ini dimulai dari sebuah fenomena mengenai penggunaan *makeup*, berbagai motif atau alasan seseorang dalam menggunakan *makeup*, ditambah lagi dengan adanya fenomena gaya hidup *syar'i* yang membuat tertarik peneliti meneliti makna penggunaan maakeup yang sesuai dengan syariat islam.

   b) Pemilihan lapangan

   Lapangan yang dipilih oleh peneliti yakni kampus UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai kampus yang terkenal dengan lambang paradigma Twin Towers yang memiliki makna integrasi keilmuan antara ilmu umum dengan ilmu agama.

   c) Menilai keadaan lapangan

   Sebelum terjun ke lapangan, peneliti menilai keadaan lapangan guna mengetahui kondisi di lapangan, dengan tujuan untuk mempermudah peneliti ketika terjun melakukan penelitian.

   d) Memilih informan

   Untuk menentukan informan yang sesuai dengan fokus pembahasan penelitian, maka peneliti memberi batasan informan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yakni mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang menggunakan *makeup* dan yang memahami konsep syariat islam sehingga informan akan dengan mudah memberikan pendapatnya mengenai *makeup* yang sesuai syariat islam.

e) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Perlengkapan yang harus peneliti siapkan dalam hal ini adalah pedoman wawancara, alat rekam, alat dokumentasi serta alat tulis menulis.

2. Tahap lapangan

a) Pengumpulan data

Peneliti mengumpulkan data dengan cara observasi lapangan, dokumentasi serta wawancara dengan informan. Peneliti berada di lapangan hingga mengalami titik kejenuhan data tercapai.

b) Analisis data

Pada tahap analisis data, peneliti menyatukan data yang telah dikumpulkan serta memilahnya, setelah itu menyusun data dan menarik kesimpulan.

c) Penulisan laporan

Setelah analisis data selesai maka peneliti mulai menyusun laporan penulisan skripsi dari awal hingga akhir.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yaitu wawancara dengan informan, observasi lapangan serta dokumentasi. Teknik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengumpulan data tersebut biasa digunakan pada penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara

   Peneliti menggunakan metode wawancara untuk memperoleh informasi secara langsung dari informan. Penelitian ini dilakukan bertemu secara langsung dengan informan, wawancara yang dilakukan berupa tanya jawab antara peneliti dengan informan, baik dengan menggunakan pedoman wawancara ataupun tidak, wawancara yang dilakukan juga menggunakan wawancara secara resmi dan juga semi resmi yang artinya peneliti dapat memposisikan dirinya sebagai peneliti yang tentunya dengan mengutamakan kenyamanan informan.

   Sistem wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara ini lebih biasa digunakan oleh kalangan peneliti yang menggunakan penelitian kualitatif. Karena peneliti akan secara langsung melakukan sebuah pendekatan kepada informan untuk mengetahui jawaban secara langsung, peneliti bertanya sambil disertai dengan cerita agar wawancara terkesan tidak monoton, serta wawancara seperti ini akan memberikan sebuah kenyamanan bagi informan dalam memberikan sebuah informasi.

2. Observasi

   Teknik ini biasa digunakan ketika peneliti sedang melakukan pengamatan di lapangan. Peneliti wajib terjun secara langung ke lapangan untuk mengetahui situasi dan kondisi objek yang sedang di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

teliti. Maksud dari penelitian menggunakan teknik observasi yakni untuk melihat secara detail kegiatan yang dilakukan oleh subjek penelitian. Disamping itu juga agar penelitian ini dapat dikatakan valid dengan melihat secara langsung kebiasaan yang terjadi di lapangan.

3. Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mengambil gambar yang ada di lapangan, gambar tersebut biasanya digunakan sebagai bukti penelitian. Bukti penelitian akan dicantumkan pada waktu menyusun laporan penelitian. Metode ini dapat dilakukan dengan menggunakan alat perantara seperti kamera, baik kamera digital maupun kamera handphone. Selain itu teknik pengumpulan data berupa dokumentasi juga dapat dilakukan dengan cara mengambil beberapa dokumen untuk dijadikan sebagai rujukan.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Adapun yang dimaksud dengan metode penelitian kualitatif adalah cara penelitian yang menghasilkan data analisis deskriptif , yaitu apa yang dinyatakan oleh responden baik secara tertulis maupun lisan serta perilakunya yang nyata diteliti dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Dari hasil tersebut kemudian ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.[63]

[63] Soerjono Soekanto, *Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: UI Press, 1986), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Data yang dikumpulkan harus berupa catatan dari hasil pengamatan di lapangan, dalam proses pengambilan data maka peneliti harus ikut terjun dan terlibat dalam masyarakat. Analisa terdiri dari 3 alur kegiatan secara bersamaan, yakni:

1. Reduksi data

   Reduksi data mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumuman data selengkap mungkin, dan memilahnya kedalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, atau tema tertentu.[64]

   Dalam pengumpulan data ini peneliti menfokuskan penelitiannya pada hal-hal yang bersifat penting saja, yang dimana hal tersebut akan membawa peneliti pada jawaban yang sesuai dengan judul penelitian.

2. Penyajian data

   Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.[65] Setelah peneliti mendapatkan data maka peneliti wajib menyusun data tersebut dalam bentuk kata-kata yang mudah di fahami.

3. Verifikasi data

   Dalam hal ini peneliti harus pandai dalam menyimpulkan hasil penelitian yang sesuai dengan rumusan masalah peneliti yang menyangkut judul Makna Penggunaan Make Up di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya.

---

[64] Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 70.

[65] Ariesto, *Terampil Mengolah Data Kualitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010) 12.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik pemeriksaan keabsahan data adalah memeriksa data yang sudah diperoleh oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh data yang valid dan menjadi akurat. Disini peneliti menggunakan teknik pemeriksaan keabsahan data sebagai berikut:

1. Perpanjangan keikutsertaan

   Dengan perpanjangan keikutsertaan peneliti berada di lapangan melakukan proses wawancara dan pengamatan sampai merasakan kejenuhan pengumpulan data tercapai.

2. Ketekunan pengamatan

   Ketekunan pengamatan digunakan untuk mencari dan menemukan unsur yang sangat relevan dengan persoalan penelitian, kemudian peneliti harus melakukan pengamatan ke lapangan terlebih dahulu untuk menggali informasi mengenai fenomena yang sedang diteliti.

3. Triangulasi

   Triangulasi adalah cara memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain serta memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai bagian dari pengecekan kebenaran data.[66]

   Triangulasi digunakan untuk membandingkan data satu dengan data yang lain dengan cara sebagai berikut:

[66] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi "Mixed Method",* (Bandung: Alfabeta, 2011), 330.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Membandingkan data hasil observasi (pengamatan) dengan data hasil wawancara

b) Membandingkan apa yang dikatakan oleh informan didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi (tindakan)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya)

A. Profil UIN Sunan Ampel Surabaya

Pada akhir dekade 1950, beberapa tokoh masyarakat Muslim Jawa Timur mengajukan gagasan untuk mendirikan perguruan tinggi agama Islam yang bernaung di bawah Departemen Agama. Untuk mewujudkan gagasan tersebut, mereka menyelenggarakan pertemuan di Jombang pada tahun 1961. Dalam pertemuan itu, Profesor Soenarjo, Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, hadir sebagai narasumber untuk menyampaikan pokok-pokok pikiran yang diperlukan sebagai landasan berdirinya Perguruan Tinggi Agama Islam dimaksud. Dalam sesi akhir pertemuan bersejarah tersebut, forum mengesahkan beberapa keputusan penting yaitu:

1. Membentuk Panitia Pendirian IAIN.
2. Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya.
3. Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang.[67]

Pada tanggal 9 Oktober 1961, dibentuk Yayasan Badan Wakaf Kesejahteraan Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah yang menyusun rencana kerja sebagai berikut :

1. Mengadakan persiapan pendirian IAIN Sunan Ampel yang terdiri dari Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang.

[67] www.uinsby.ac.id, diakses pada 29 November 2019 pukul 10:52 wib

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Menyediakan tanah untuk pembangunan Kampus IAIN seluas 8 (delapan) Hektar yang terletak di Jalan A. Yani No. 117 Surabaya.
3. Menyediakan rumah dinas bagi para Guru Besar.

Pada tanggal 28 Oktober 1961, Menteri Agama menerbitkan SK No. 17/1961, untuk mengesahkan pendirian Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang. Kemudian pada tanggal 01 Oktober 1964, Fakultas Ushuluddin di Kediri diresmikan berdasarkan SK Menteri Agama No. 66/1964.

Berawal dari 3 (tiga) fakultas tersebut, Menteri Agama memandang perlu untuk menerbitkan SK Nomor 20/1965 tentang Pendirian IAIN Sunan Ampel yang berkedudukan di Surabaya, seperti dijelaskan di atas. Sejarah mencatat bahwa tanpa membutuhkan waktu yang panjang, IAIN Sunan Ampel ternyata mampu berkembang dengan pesat. Dalam rentang waktu antara 1966-1970, IAIN Sunan Ampel telah memiliki 18 (delapan belas) fakultas yang tersebar di 3 (tiga) propinsi: Jawa Timur, Kalimantan Timur dan Nusa Tenggara Barat.[68]

Ketika akreditasi fakultas di lingkungan IAIN diterapkan, 5 (lima) dari 18 (delapan belas) fakultas tersebut ditutup untuk digabungkan ke fakultas lain yang terakreditasi dan berdekatan lokasinya. Selanjutnya dengan adanya peraturan pemerintah nomor 33 tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Samarinda dilepas dan diserahkan pengelolaannya ke IAIN Antasari Banjarmasin. Disamping itu, fakultas Tarbiyah Bojonegoro dipindahkan ke

[68] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya dan statusnya berubah menjadi fakultas Tarbiyah IAIN Surabaya. Dalam pertumbuhan selanjutnya, IAIN Sunan Ampel memiliki 12 (dua belas) fakultas yang tersebar di seluruh Jawa Timur dan 1 (satu) fakultas di Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Sejak pertengahan 1997, melalui Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997, seluruh fakultas yang berada di bawah naungan IAIN Sunan Ampel yang berada di luar Surabaya lepas dari IAIN Sunan Ampel menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) yang otonom. IAIN Sunan Ampel sejak saat itu pula terkonsentrasi hanya pada 5 (lima) fakultas yang semuanya berlokasi di kampus Jl. A. Yani 117 Surabaya.[69]

Pada 28 Desember 2009, IAIN Sunan Ampel Surabaya melalui Keputusan Menkeu No. 511/KMK.05/2009 resmi berstatus sebagai Badan Layanan Umum (BLU). Dalam dokumen yang ditandasahkan pada tanggal 28 Desember 2009 itu IAINSA Surabaya diberi kewenangan untuk menjalankan fleksibilitas pengelolaan keuangan sesuai dengan PP Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PK-BLU).

Gambar 4.1

UIN Sunan Ampel Surabaya

[69] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terhitung mulai tanggal 1 oktober 2013, IAIN Sunan Ampel berubah menjadi UIN Sunan Ampel (UINSA) Surabaya berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 65 Tahun 2013. Kampus UIN Sunan Ampel Surabaya terletaak di Jalan Ahmad Yani No. 117 Surabaya.[70] Letak kampus tersebut sangat strategis yakni berada tepat di depan Polda Jatim.

1. Motto:

   “Building Character Qualities: For the Smart, Pious, Honorable Nation"

2. Visi dan Misi

   Visi:

   "Menjadi Universitas Islam yang unggul dan kompetitif bertaraf internasional"

   Misi :

   a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang unggul dan berdaya saing.
   b) Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
   c) Mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat yang religius berbasis riset

3. Paradigma Keilmuan

   a) UIN Sunan Ampel mengembangkan paradigma keilmuan dengan model menara kembar tersambung (integrated twin-towers).

[70] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Model integrated twin-towers merupakan pandangan integrasi akademik bahwa ilmu-ilmu keislaman, sosial-humaniora, serta sains dan teknologi berkembang sesuai dengan karakter dan obyek spesifik yang dimiliki, tetapi dapat saling menyapa, bertemu dan mengaitkan diri satu sama lain dalam suatu pertumbuhan yang terkoneksi.

c) Model integrated twin-towers bergerak bukan dalam kerangka Islamisasi ilmu pengetahuan, melainkan Islamisasi nalar yang dibutuhkan untuk terciptanya tata keilmuan yang saling melengkapi antara ilmu-ilmu keislaman, sosial-humaniora, serta sains dan teknologi.[71]

Sejak berdiri hingga kini (1965- sekarang), UINSA Surabaya sudah dipimpin oleh 9 rektor, yakni:[72]

1. Prof H. Tengku Ismail Ya'qub, SH, MA (1965-1972)
2. Prof KH. Syafii A. Karim (1972-1974)
3. Drs. Marsekan Fatawi (1975-1987)
4. Prof Dr H. Bisri Affandi, MA (1987-1992)
5. Drs KH. Abd. Jabbar Adlan (1992-2000)
6. Prof Dr HM. Ridlwan Nasir, MA (2000-2008)
7. Prof Dr H. Nur Syam, M.Si (2009-2012)
8. Prof Dr H. Abd A'la, M.Ag (2012-2018)
9. Prof. Masdar Hilmy, S.Ag, M.A, Ph.D (2018- Sekarang)

[71] Ibid
[72] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Saat ini UINSA Surabaya mempunyai 9 fakultas sarjana dan pascasarjana, serta 44 program studi (33 program sarjana, 8 program magister, dan 3 doktor) sebagai berikut:[73]

Program Sarjana (S1)

1. Fakultas Adab dan Humaniora
   a) Prodi Bahasa dan Sastra Arab
   b) Prodi Sejarah dan Kebudayaan Islam
   c) Prodi Sastra Inggris
2. Fakultas Dakwah dan Komunikasi
   a) Prodi Ilmu Komunikasi
   b) Prodi Komunikasi Penyiaran Islam
   c) Prodi Pengembangan Masyarakat Islam
   d) Prodi Bimbingan Konseling Islam
   e) Prodi Manajemen Dakwah
3. Fakultas Syariah dan Hukum
   a) Prodi Ahwal al-Syahshiyah (Hukum Keluarga Islam)
   b) Prodi Siyasah Jinayah (Hukuk Tatanegara dan Hukum Pidana Islam)
   c) Prodi Muamalah (Hukum Bisnis Islam)
4. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
   a) Prodi Pendidikan Agama Islam
   b) Prodi Pendidikan Bahasa Arab

[73] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Prodi Manajemen Pendidikan Islam

d) Prodi Pendidikan Matematika

e) Prodi Pendidikan Bahasa Inggris

f) Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah

g) Prodi Pendidikan Raudhotul Athfal

5. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat

a) Prodi Aqidah Filsafat

b) Prodi Perbandingan Agama

c) Prodi Tafsir

d) Prodi Hadis

6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

a) Prodi Ilmu Politik

b) Prodi Hubungan Internasional

c) Prodi Sosiologi

7. Fakultas Sains dan Teknologi

a) Prodi Ilmu Kelautan

b) Prodi Matematika

c) Prodi Teknik Lingkungan

d) Prodi Biologi

e) Prodi Teknik Arsitektur

f) Prodi Sistem Informasi

8. Fakultas Psikologi dan Kesehatan

a) Prodi Psikologi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

9. Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam
   a) Prodi Ekonomi Syariah
   b) Prodi Ilmu Ekonomi
   c) Prodi Akutansi
   d) Prodi Manajemen

Program Magister (S2)

1. Prodi Pendidikan Agama Islam
2. Prodi Pendidikan Bahasa Arab
3. Prodi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
4. Prodi Studi Ilmu Hadis
5. Prodi Hukum Tatanegara (Siyasah)
6. Prodi Ekonomi Syari'ah
7. Prodi Filsafat Agama
8. Prodi Komunikasi Penyiaran Islam

Program Doktor (S3)

1. Prodi Pendidikan Agama Islam
2. Prodi Dirasah Islamiyah
3. Prodi Hukum Tatanegara (Siyasah)

B. Makna Penggunaan *Makeup* Sesuai Syari'at Islam

1. Pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai *makeup syar'i*

Syar'i merupakan istilah yang merujuk pada makna syariat islam yang berarti segala sesuatu baik yang dipakai atau yang dikonsumsi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuai dengan anjuran agama islam. *Syar'i* termasuk bagian dari gaya hidup, gaya hidup *syar'i* sering disebut sebagai *halal lifestyle*, *halal lifestyle* di Indonesia tidak hanya ada pada produk makanan dan minuman saja melainkan *makeup*. *Makeup* saat ini telah beredar di berbagai kalangan, bahkan pengguna *makeup* bisa dibilang beragam, mulai dari ibu rumah tangga, wanita karir serta mahasiswi. Mahasiswi termasuk dalam kategori pengguna *makeup* untuk memenuhi gaya hidupnya, seperti mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang sebagian besar dari mereka dapat dipastikan menggunakan *makeup* dengan jenis *makeup flawless* (natural). Berikut adalah data hasil wawancara mengenai pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel tentang *makeup syar'i*.

Seperti yang diungkapkan oleh Fadhya bahwa *makeup syar'i* merupakan bagian dari budaya, *syar'i* di Indonesia berbeda dengan *syar'i* pada budaya arab. *Makeup syar'i* di Indonesia merupakan cara penggunaan *makeup* yang natural sedangkan *syar'i* pada budaya arab yaitu dengan pemakaian celak atau kohi serta *eyeliner*.

> "kalo syariat setahuku gak ada *makeup*, kalo budaya arab kan cuma celak, eyeliner sama henna. Tapi kalo di Indonesia dengan budaya yang beda, akhirnya tidak boleh menambah dan mengurangi secara tidak alami. Makannya *makeup* yang bagus itu *makeup* yang flawless (natural) karena benar-benar tidak menambah dan mengurangi secara tidak alami, mereka tetap menggunakan *makeup* tapi tidak kelihatan ber*makeup*"[74]

[74] Wawancara dengan Fadhya pada 13 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Fadhya berpendapat bahwa *makeup* yang dipakai sudah termasuk *syar'i* karena tidak menonjolkan atau dengan kata lain *makeup* yang dipakai termasuk *makeup* natural.

> "kalau menurutku sudah *syar'i* sih karena disamping *makeup*ku yang natural juga aku lebih mengutamakan perawatan, bagaimana caranya agar wajahku tetap terlihat indah tanpa menggunakan *makeup* yang terlalu tebal"[75]

Khadijah (nama disamarkan) berpendapat bahwa *makeup syar'i* merupakan *makeup* yang disunnahkan pemakaiannya oleh Rasulullah SAW.

> "menurutku *makeup syar'i* itu ketika *makeup* yang digunakan termasuk sunnah, karena apa yang disunnahkan oleh Rasulullah merupakan suatu hal yang dianggap baik untuk digunakan oleh manusia"[76]

Khadijah (nama disamarkan) juga berpendapat bahwa *makeup* yang digunakan sudah termasuk *syar'i* dengan alasan bahwa *makeup* yang ia gunakan termasuk dalam kategori yang di sunnahkan oleh Rasulullah.

> "orang ber*makeup* itu bisa dikatakan *syar'i* kalau dibarengi dengan penggunaan celak atau kohi itu mbak, itu termasuk sunnah dan semua yang sunnah ketika dilakukan akan mendapatkan pahala dan kalo ditinggalkan ya ga dapet apa-apa, lagian wanita yang pake celak itu keliatan cantik menurutku, kan gunanya celak buat mempertegas mata, biar nggak keliatan loyo"[77]

Afifah memandang *makeup syar'i* berdasarkan cara penggunaanya bahwa seseorang menggunakan *makeup* itu tidak harus

[75] Ibid
[76] Wawancara dengan Khadijah (nama disamarkan) pada 15 November 2019
[77] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencolok, asalkan *makeup* yang digunakan sudah membuat wajah terlihat fresh.

> "*Makeup* yang sesuai syariat islam menurutku itu ya kalo pake bedak itu gak tebel-tebel banget, sekali touch up itu udah cukup, terus pake lipstik dengan warna yang nude, soalnya kalo lipstik ntar keliatan sexy kan bikin gimana gitu terhadap lawan jenis yang liat"[78]

Namun Afifah berpendapat bahwa dirinya belum bisa dikatakan menggunakan *makeup syar'i* dengan alasan lebih menyukasi lipstik dengan warna-warna cerah.

> "Menurutku *makeup* yang aku pakai sekarang belum *syar'i*, karena aku itu suka pakai lipstik dengan warna-warna cerah kayak warna orange, pink, merah. Pokoknya yang warna-warna mencolok deh"[79]

Bella berpendapat bahwa *makeup syar'i* merupakan *makeup* yang tidak memperlihatkan bahwa dirinya sedang menggunakan *makeup*.

> "menurutku *makeup syar'i* itu *makeup* yang tidak berlebihan, sehingga tidak terlihat bahwa orang tersebut sedang menggunakan *makeup*, agama juga mengajarkan bahwa sesuatu yang berlebihan itu tidak boleh yang disebut Tabarruj"[80]

Bella juga berpendapat bahwa *makeup syar'i* merupakan *makeup* yang tidak merusak.

> "selain itu *makeup syar'i* juga bisa dikatakan sebagai *makeup* yang tidak merusak, seperti ketika ber*makeup* tidak boleh mencukur rambut alis, terus rias pengantin jawa, pakai paes boleh tetapi rambut bagian depan juga tidak boleh dicukur melainkan hanya sekedar dirapikan saja"[81]

---

[78] Wawancara dengan Afifah pada 9 November 2019
[79] Ibid
[80] Wawancara dengan Bella pada 16 November 2019
[81] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bella juga berpendapat bahwa dirinya telah mengaplikasikan *makeup syar'i* dalam kesehariannya dengan alasan *makeup* yang dia pakai tidak berlebihan.

> "menurutku sudah *syar'i* sih karena tiap kali aku pakai *makeup* itu selalu pakai yang tipis-tipis aja dan tidak terlihat berlebihan, dan pada dasarnya aku juga tidak begitu suka pakai *makeup*, biasanya cuma pakai bedak bayi saja, pakai *makeup* karena disuruh ibukku"[82]

Sedangkan Nurul melihat *makeup syar'i* berdasarkan kandungan bahannya bahwa *makeup* yang sesuai dengan syariat islam adalah *makeup* yang kadungan bahannya diperbolehkan oleh islam.

> "*Makeup* yang sesuai syariat islam itu intinya tau batasan kadar alkohol, terus bahan yang digunakan, kayak lipstik itu kan ada kandungan minyaknya sebenernya, menurutku yang rawan juga di lipstik, kalau seperti bedak, foundation dan lain-lainnya hanya kandungan alkohol yang perlu diperhatikan, entah itu berapa persennya, makannya *makeup* yang aman itu *makeup* yang sudah ada izin BPOM nya karena dari situ sudah diuji dan boleh diperjual belikan secara luas"[83]

Menurut Nurul, dirinya sudah menggunakan *makeup* yang sesuai dengan syariat islam dengan alasan karena niat penggunaan *makeup* tersebut hanya ditujukan untuk dirinya sendiri bukan untuk orang lain.

> "Kalau aku insyaAllah sudah ya, karena niatnya hanya untuk diri sendiri bukan untuk orang lain, wanita berdandan juga kan tidak ada yang melarang tergantung bagaimana niatnya saja, kalau niatnya buat diperlihatkan ke orang lain itu baru belum *syar'i*, menurutku sih gitu"[84]

---

[82] Ibid
[83] Wawancara dengan Nurul pada 9 November 2019
[84] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Charir, *makeup syar'i* merupakan *makeup* yang memiliki label halal. Di indonesia *makeup* dengan label halal sudah mulai banyak yang beredar.

> "*syar'i* atau tidaknya *makeup* itu aku melihatnya dari label halal yang tertera pada produk *makeup* itu sendiri, kan ada yang dikasih label halal sama yang tidak, contohnya wardah, disetiap produknya pasti terdapat label halal"[85]

Charir berpendapat bahwa *makeup* yang digunakan sudah termasuk dalam kategori *syar'i* dengan alasan *makeup* yang dipakai sudah terdapat label halal pada produknya.

> "menurutku aku sudah pakai *makeup syar'i*, karena kebanyakan dari produk *makeup* yang aku pakai itu dari produk *makeup* halal kayak wardah itu, selain itu aku juga tidak nyaman kalo *makeup* yang aku pake gak ada label halalnya, dan alhamdulillah tiap aku beli *makeup* yang diberi label halal selalu cocok di wajahku"[86]

Berbeda dengan Caca bahwa ia menganggap semua *makeup* itu *syar'i* ketika tidak digunakan secara berlebihan dan mudah untuk dibersihkan sehingga bisa dipakai untuk beribadah.

> "menurutku semua *makeup* itu *syar'i* selama *makeup* itu mudah dibersihkan, karena ukuran *syar'i* menurutku ketika segala sesuatu itu bisa dipakai untuk beribadah, contohnya ketika mau sholat maka *makeup* harus dibersihkan, selain itu ketika pakai *makeup* itu tidak secara berlebihan, kan dalam islam juga sesuatu yang berlebihan tidak diperbolehkan, dan yang paling penting sih semua yang menutupi jalannya air wudhu harus dibersihkan, jadi pas mau sholat gitu harus dibersihkan dulu"[87]

---

[85] Wawancara dengan Charir pada 14 November 2019
[86] Ibid
[87] Wawancara dengan Caca pada 14 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Caca dia sudah menggunakan *makeup* secara *syar'i* dengan alasan niatnya dalam menggunakan *makeup* yakni hanya untuk suaminya.

> "menurutku sih sudah mbak ya kalau pakai *makeup* yang sesuai syariat islam karena aku pakai *makeup* ya pas sama suami, berhubung saya sudaah menikah ya niat saya berdandan tidak lain ya untuk menyenangkan suamiku"[88]

Fatimah (nama disamarkan) berpendapat bahwa *makeup syar'i* adalah *makeup* yang digunakan dengan niat untuk kebaikan.

> "orang pake *makeup* atau nggak itu kan hak mereka mbak, kalo menurutku semua tergantung niatnya, meskipun dia pake *makeup* tipis kalo niatnya buat maksiat kan sama aja, apa bedanya sama yang pake lipstik merah merona sehingga bibir keliatan sexy, itu semua kan mengundang syahwat lawan jenis" [89]

Menurut Fatimah dia sudah menggunakan *makeup syar'i* dengan alasan *makeup* yang digunakan tidak untuk bermaksiat.

> "Sudah, karena setiap kali aku pakai *makeup* itu tidak ada niat untuk bermaksiat, meskipun aku pakai *makeup* terus dilihat orang, itu masih termasuk *syar'i* asalkan tidak diniatkan untuk bermaksiat untuk menarik lawan jenis"[90]

Menurut Vira bahwa *makeup syar'i* itu *makeup* yang tidak merusak, hanya sekedar untuk menutupi kekurangan di wajah.

> "*Makeup syar'i* itu menurutku *makeup* yang hanya dipakai buat menutupi noda di wajah, selain untuk menutupi kekurangan diwajah *makeup syar'i* itu termasuk *makeup* yang digunakan dengan tujuan tidak merusak wajah, seperti dari segi bahannya mungkin, terus cara penggunaannya, dan kalau sampai merusak kulit wajah itu menurutku bukan *syar'i* karena sama saja seperti merusak diri sendiri,

[88] Ibid
[89] Wawancara dengan Fatimah (nama disamarkan) pada 15 November 2019
[90] Ibid

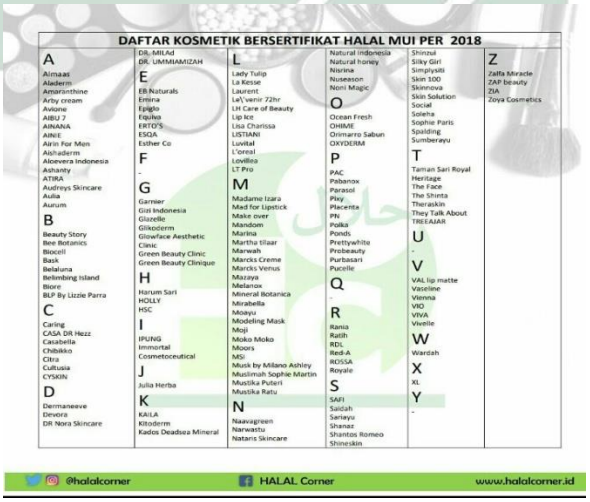
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sedangkan Allah tidak suka makhluk yang menyakiti dirinya sendiiri"[91]

Menurut Vira, dia sudah menggunakan *makeup syar'i* karena *makeup* yang dia gunakan tidak sampai merusak kulit wajahnya selain itu juga *makeup* yang digunakan tidak terlalu tebal.

> "Sudah sih, karena aku tiap pakai *makeup* itu tipis-tipis aja biar kelihatan tetap natural gitu, terus juga *makeup* yang aku pakai itu selalu aman dan tidak sampai merusak kulit wajah aku"[92]

Dari paparan hasil wawancara diatas, data yang diperoleh dari pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai *makeup syar'i* yakni penggunaan *makeup* yang disunnahkan, *makeup* yang *flawless* (natural), *makeup* yang tidak berlebihan, kandungan bahan yang diperbolehkan oleh agama, terdapat label halal, bisa dipakai beribadah, penggunaan *makeup* untuk kebaikan, dan *makeup* yang tidak merusak.



Gambar 4.2
Daftar Kosmetik Halal MUI 2018

[91] Wawancara dengan Vira pada 16 November 2019
[92] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syar'i merupakan istilah yang merujuk pada syariat islam yang berarti segala sesuatu yang dilakukan harus sesuai dengan ajaran islam. *Syar'i* menurut segi hukum dan pendapat memiliki banyak perbedaan. Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memahami istilah *syar'i* bermacam-macam. Ada yang berpendapat bahwa *syar'i* adalah paham akan batasan-batasan hukum islam, ada juga yang berpendapat bahwa *syar'i* merupakan bagian dari suatu hal yang diperbolehkan oleh agama islam. Selain itu ada pula yang memandang *syar'i* dari segi budaya.

Syar'i di Indonesia sering dikaitkan dengan cara berpakaian, cara bertindak serta cara mengkonsumsi sesuatu termasuk salah satunya adalah *makeup*. Sebagian besar wanita menganggap *makeup* merupakan sebuah keindahan yang tidak dapat dipisahkan dalam dirinya. Seperti halnya mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya, dalam memahami *makeup syar'i* dikemukakan melalui berbagai pendapat yang berbeda-beda, diantaranya:

Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam memandang *makeup syar'i* dari segi penggunaan *makeup* yang terlihat natural, mereka menganggap bahwa *makeup* natural termasuk *makeup* yang tidak menunjukkan bahwa dirinya menggunakan *makeup* atau dengan kata lain *makeup* yang tidak meencolok. Mereka berpendapat bahwa menggunakan *makeup* itu diperbolehkan bagi seorang wanita asalkan tidak secara berlebihan, karena segala sesuatu yang berlebihan dilarang oleh agama, hal tersebut dinamakan dengan istilah Tabarruj.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain itu ada yang memandang *makeup syar'i* termasuk *makeup* yang disunnahkan oleh Rasulullah, salah satu contoh *makeup* yang disunnahkan pemakaiannya oleh Rasulullah adalah pemakaian celak atau kohi. Hal tersebut juga termasuk bagian dari budaya wanita arab yang selalu memakai celak atau kohi ketika mereka sedang berdandan atau menggunakan *makeup*. Selain itu juga *makeup syar'i* merupakan penggunaan *makeup* yang digunakan dengan tujuan untuk kebaikan bukan untuk bermaksiat. Salah satu contoh *makeup* untuk kebaikan adalah *makeup* yang digunakan ketika hanya sedang bersama suaminya.

Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya juga berpendapat bahwa *makeup syar'i* merupakan *makeup* yang tidak merusak kulit wajah, karena segala sesuatu yang merusak diri sendiri sangat dilarang oleh agama. Selain tidak merusak, *makeup syar'i* merupakan *makeup* yang terdapat label halal pada produknya. Saat ini produsen *makeup* halal di Indonesia sangatlah banyak mengingat mayoritas masyarakat Indonesia beragama islam, selain memperhatikan label produk juga harus memperhatikan kandungan yang ada di dalam *makeup* tersebut, apakah ada bahan-bahan yang dilarang oleh agama islam atau tidak.

Sebagai umat muslim, sholat termasuk salah satu ibadah yang wajib dilakukan, sebelum melakukan ibadah maka harus membersihkan dirinya dari najis yang terbilang ringan dengan cara berwudhu, sebagai wanita harus bisa memperhatikan segala sesuatu yang menghalangi masuknya air wudhu salah satunya adalah *makeup*. Mahasiswi UIN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sunan Ampel Surabaya memahami *makeup syar'i* sebagai *makeup* yang mudah dibersihkan sehingga dapat digunakan untuk beribadah. Terdapat berbagai macam *makeup*, diaantaranya *makeup* yang sulit untuk dibersihkan dan *makeup* yang mudah ketika dibersihkan.

2. Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya

Wanita tidak luput dari proses memperindah diri, untuk mencapai sebuah keindahan dibutuhkan beberapa usaha yang membuat diri wanita agar tetap terlihat indah, salah satunya dengan menggunakan *makeup*. *Makeup* dapat membuat wajah seorang wanita lebih terlihat indah berseri. Begitu pula yang dilakukan oleh sebagian besar mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Terdapat berbagai makna yang mendasari mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dalam menggunakan *makeup* yang dikemukakan dengan berbagai macam alasan. Berikut adalah data dari hasil wawancara dengan berbagai informan di lapangan.

Setiap wanita pasti memiliki rasa ingin tampil cantik dan menarik, salah satu usaha yang dilakukan sebagian wanita untuk dapat tampil cantik dan menarik adalah dengan menggunakan *makeup*. Seperti yang diungkapkan oleh Afifah bahwa terdapat sesuatu dibalik tindakan dia menggunakan *makeup* yaitu agar dirinya terlihat cantik dan menarik.

> "*makeup* bagi aku itu sesuatu yang wajib ya kak, karena menurutku wanita mana yang berdandan kalau tujuannya tidak pengen cantik, contohnya aku, aku sendiri pun kalo tidak pakai *makeup* itu terlihat jelek, wajahku terlihat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> seperti *kumus-kumus* (berminyak), apalagi kalau aku tidak pake lipstik, malah terlihat tidak pakai *makeup* sama sekali, karena aku pribadi jika disuruh milih lebih milih beli lipstik daripada beli bedak"[93]

Dalam dunia kecantikan, *makeup* memegang peranan penting bagi pemakainya. Salah satunya adalah mempengaruhi kecantikan seseorang. Bukan hal baru lagi ketika seorang mahasiswi menggunakan *makeup*, *makeup* bagi mereka adalah hal yang wajar untuk dipakai di usianya yang menginjak dewasa. Seperti halnya Afifah, ia mengatakan bahwa dirinya suka memakai *makeup* sejak berada di bangku SMP.

> "aku itu suka *makeup* mulai SMP kak, awalnya hanya pakai yang murah-murah saja itupun karena disuruh mama, seperti *kelly*, tapi waktu itu belum begitu bisa mekup sih, disamping itu juga tidak cocok di wajahku sehingga muncul jerawat, sering ganti-ganti sih kak ketika *makeup* yang aku pakai tidak cocok di wajahku, terus waktu SMA kelas 2 aku nyoba pakai pelembab *citra* dan alhamdulillah cocok, semenjak itu aku suka pakai *makeup* sampai sekarang"[94]

Semakin menginjak dewasa seseorang maka semakin pula memiliki pemikiran yang berbeda. Seperti Afifah, yang dahulu memakai *makeup* hanya ditujukan untuk mempercantik diri maka seiring berjalannya waktu dia mulai mencoba membeli merk *makeup* yang orang lain belum tentu memilikinya.

> "pengen saja kak beli itu, soalnya temen-temen jarang ada yang punya, karena harganya mungkin ya yang bisa dibilang mahal dan tidak diperjual belikan di toko-toko offline secara bebas, kalau tidak salah itu product luar negeri. Selain Kiehl's juga aku punya product *makeup* seperti MS Glow, Pixy, wardah sama Makeover , saya pakai

[93] Wawancara dengan Afifah pada 9 November 2019
[94] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *makeup* itu tidak hanya satu jenis saja tergantung kesukaan dan tentunya budget.[95]

Ketika seseorang ingin memiliki sesuatu maka harus ada suatu pengorbanan, pengorbanan tersebut akan mempengaruhi sikap dan pemikiran seseorang untuk dapat lebih menghargai sesuatu, seperti halnya Afifah ketika ingin membeli *makeup* yang dia inginkan maka harus ada pengorbanan atau cara untuk membelinya.

> "Tidak menentu sih kak, tergantung *makeup* apa yang tak beli dan juga berapa produk yang aku beli. Seperti *makeup*ku yang merk Kiehl's tadi kalau tidak salah harganya sekitar 805 ribuan. Aku beli itu ya dari hasil aku nyisihkan uang saku ku buat aku tabung, namanya juga pengen, apapun pasti dilakukan kan ya, hehe.. makannya tiap kali aku pake *makeup* Kiehl's pas aku butuh saja baru tak pakai, soalnya mahal"[96]

Seorang wanita akan merassan suatu perubahan dalam dirinya ketika tidak menggunakan *makeup* dan ketika sedang menggunakan *makeup*, begitu pula yang dirasakan Afifah bahwa dia merasa percaya diri dengan menggunakan *makeup*.

> "Pastinya keluar kemanapun ketika aku pakai *makeup* itu lebih PD (percaya diri) sih kak. Wanita itu pertama kali yang disorot pasti penampilanannya, terutama pada wajahnya. Kalau wajah kita dirawat, bersih, apalagi di pakaiin *makeup* kan orang yang lihat juga merasa senang, seperti halnya ketika kita lagi kumpul nih sama temen-temen, kalau kita sendiri tidak bisa menjaga tubuh kita sehingga sampai muncul bau-bau tidak sedap kan orang lain merasa terganggu dengan adanya kita" [97]

Setiap orang pasti memiliki pandangan yang berbeda terhadap dirinya, seperti dalam hal penggunaan *makeup*, Vira berpendapat bahwa

---

[95] Ibid
[96] Ibid
[97] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ketertarikannya terhadap *makeup* karena efek dari penggunaan *makeup* itu sendiri yang membuat wajahnya menjadi lebih bersih dan segar.

> "Sebenarnya aku tidak pakai *makeup* secara full tapi hanya sebagian saja, paling pakai serum, pelembab sama lipstik, aku pakai *makeup* secara full itu pas lagi pengeen saja atau pas ada acara. Kalau ditanya alasan aku pakai *makeup* ya supaya wajah aku itu lebih terlihat segar, dan aku lebih suka sama perawatan wajah itu skincare biar wajah aku lebih terlihat bersih"[98]

Selain itu, Vira juga mengatakan bahwa dia menggunakan *makeup* untuk menutupi kekurangan di sekitar area wajah.

> "selain itu juga *makeup* digunakan untuk menutupi kekurangan di wajah kayak jerawat, noda hitam, terus juga untuk menutupi kantung mata. Tujuannya ya untuk tampil lebih percaya diri aja sih"[99]

Lingkungan akan mempengaruhi seseorang dalam bertindak. Bagaimanapun seseorang akan memilih sesuai dengan apa yang ia lihat dan ia pikirkan. Namun ada pula yang tidak mudah menerima sesuatu secara instan. Seperti halnya Vira, dia mengenal *makeup* sejak SMA karena melihat teman-temannya yang suka berdandan, tetapi dia tidak dengan mudah terpengaruh untuk memakai *makeup* yang dipakai oleh teman-temannya.

> "Aku tau *makeup* itu pas waktu SMA, apapun jenis *makeup* itu aku tau. Karena teman-temanku rata-rata memakai *makeup* bahkan ke sekolah juga membawa *makeup* dan ketika aku tau isi tasnya kebanyakan itu berisi *makeup*. Mereka lebih memilih buku pelajaran yang ketinggalan daripada *makeup* yang ketinggalan. Kan waktu itu aku gak pakai apapun kecuali bedak bayi, dari situ aku dikasih tau temanku bahwa di usia kulitku yang SMA itu butuh

[98] Wawancara dengan Vira pada 16 November 2019
[99] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> dirawat, seenggaknya pakai pelembab katanya. Dari situ aku berfikir dan browsing-browsing apa benar yang dikatakan temenku tadi, ternyata iya, yasuda deh dari situ aku mulai pake pelembab, tapi aku juga tidak terlalu seperti teman-teman yang full *makeup* karena aku mikirnya masih sekolah"[100]

Nurul juga berpendapat bahwa *makeup* itu penting bagi wanita, terutama dirinya, dengan menggunakan *makeup* maka dia merasakan kesenangan bahkan kepuasan tersendiri karena *makeup* yang ia pakai memberikan efek tampilan yang lebih fresh di wajahnya. Dengan seperti itu maka akan memberikan kenyamanan bagi dirinya.

> "*Makeup* menurutku itu penting ya buat cewek, karena saya sendiri seneng gitu kalo tampil fresh tampil bagus buat diri sendiri sih nggak buat orang lain. Apalagi kalau kita lagi keluar gitu lebih nyaman pakai *makeup* daripada enggak.Terus aku juga nyaman kalo wajahku itu keliatan fresh ndak pucet"[101]

Selain untuk kenyamanan diri, Nurul juga merasakan efek dari *makeup* untuk keperluan kesehatan bahwa kulit wajah perlu untuk dirawat, salah satunya dengan menjaganya dari paparan sinar matahari secara langsung.

> "Saya sendiri lebih memilih menggunakan sunblock atau sunscreen itu untuk melindungi kulit wajah kita dari paparan sinar matahari secara langsung, formula sunscreen sendiri kan merupakan perlindungan dari sinar UV, selain sunscreen saya memilih *makeup* yang ada kandungan vitamin E dan PA++ itu lebih bagus buat melindungi kulit, tentunya buat menjaga kesehatan kulit kita"[102]

Bagi wanita yang senang berdandan akan merasakan puas ketika segala sesuatu yang dibutuhkan untuk berdandan terpenuhi. Seperti

[100] Ibid
[101] Wawancara dengan Nurul pada 9 November 2019
[102] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nurul yang mengaku bahwa dia memiliki berbagai macam koleksi *makeup*.

> " Saya itu kalau *makeup* hampir punya semuanya sih, dari mulai pelembab, foundation, bb cream, bedak, lip cream, eye shadow, mascara, blush on, eye liner, celak, pensil alis, hampir semuanya aku punya dan aku pake sih, Cuma bedanya ketika pakai foundation hanya saya pakai ketika acara-acara tertentu saja, setiap harinya lebih pakai bb cream sih, ya seneng aja gitu kalau *makeup* yang aku punya full"[103]

Ketertarikannya terhadap *makeup* dimulai sejak Nurul masih sekolah. Disamping itu dia mendapatkan pengaruh dari teman-temannya agar menggunakan *makeup* dengan cara memberikan masukan-masukan terhadap *makeup* jenis apa saja yang cocok untuk dia pakai sehari-harinya.

> "Kenal *makeup* sih sejak sekolah tapi gak terlalu pakai setiap hari, semenjak kuliah ini lebih tau lagi tentang *makeup*. Bahkan yang buat aku lebih seneng koleksi *makeup* itu karena banyak masukan dari temen-temen yang bilang kamu itu pantes pakai lipstik warna ini, terus coba deh kamu pakai eyeshadow warna ini, kayak gitu sih"[104]

Nurul juga mengaku bahwa dia tertarik membeli *makeup* karena pengaruh diskon.

> "saya itu biasanya beli *makeup* ketika ada diskon, kan suka tu belanja-belanja online kayak di shopee, disitu kan semua kebutuhan wanita sudah disediakan jadi kita pengen apa gitu tinggal klik aja beli disitu, terus kan ketika nyari di toko offline gaada kan pasti larinya ke toko online. Apalagi promonya besar-besaran, terus ditambah lagi ada promo gratis ongkir itu yang paling aku suka, udah kita gak capek keluar, barang dianter dan dapat diskon pula. Tapi terkadang itu mbak gak enaknya kadang barang yang kita

[103] Ibid
[104] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> beli ga sesuai ekspetasi, digambar warnanya bagus tapi pas dateng kita coba eh warnanya kita gasuka. Makannya kalo saya mau beli-beli di online gitu aku mesti liat-liat review di youtube dulu sih mengenai warna"[105]

Makeup merupakan hal penting bagi seorang wanita. Selain untuk mempercantik wajah, *makeup* juga dapat merusak wajah seseorang ketika *makeup* yang digunakan tidak sesuai dengan kondisi kulit wajah, oleh sebab itu memilih *makeup* yang cocok dengan kondisi kulit wajah sangat disarankan. Seperti Nurul yang sering berganti-ganti produk *makeup* dikarenakan untuk mencari jenis *makeup* apa yang cocok dengan jenis kulit wajahnya.

> "Iya sering sih ganti-ganti *makeup* apalagi awal kenal *makeup*, sering banget ganti-ganti merk *makeup*, karena udah beli *makeup* ini eh ternyata tidak cocok, terus beli lagi yang lain, awalnya cocok akhirnya tidak, seperti itu. Sebenarnya ya sayang sama uangnya dibuat beli-beli gitu yang akhirnya tidak cocok terus gak kepakai. Tapi gimana lagi ya namanya wanita, dan alhamdulillah sekarang *makeup* yang tak pakai rata-rata cocok di wajah. Tapi terkadang ya masih sering pengen beli *makeup* merk lainnya apalagi produk-produk yang baru muncul gitu"[106]

Makeup digunakan seorang wanita dalam berbagai hal, seperti untuk keperluan pekerjaan. Menurut Charir, dia menggunakan *makeup* karena pekerjaanya menuntut dirinya agar terlihat menarik dan fresh ketika berhadapan dengan klient atau donatur.

> "Kalau suka banget ya nggak tapi hanya sekedar suka saja sama *makeup*. Aku pake *makeup* itu semenjak tinggal di panti, namanya panti pasti ada donatur kan yang ngasih uang untuk keperluan anak-anak panti, pas di panti ada salah satu mbak pengurus itu yang ngajari aku cara

[105] Ibid
[106] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> bermakeup, katanya kalo ketemu donatur harus terlihat cantik dan rapi, kalo dipandang nggak bersih dan nggak cantik itu orang yang mau dateng ke panti merasa enggan. Dari situ aku pakai *makeup* hanya sekedar untuk mukaku ini agar keliatan fresh, bukan *makeup* yang menor gitu enggak. Makannya dari situ aku belajar sedikit demi sedikit cara menggunakan *makeup* dan aku mulai beli satu per satu jenis-jenis *makeup* sama alat-alat *makeup*"[107]

Setiap orang mendefinisikan cantik dengan definisi yang bermacam-macam. Seperti Charir dalam mendefinisikan cantik bukan sekedar dari luar diri seorang wanita melainkan juga dari dalam diri seorang wanita.

> "Cantik kalau versi aku ya tidak harus yang pakai *makeup* gitu enggak. Tetapi cantik menurut aku adalah bagaimana seorang wanita itu dalam menggunakan akal pikirannya dan disertai dengan tindakan yang baik. Sebenarnya itu kecantikan wanita secara murni ya dari attitude nya, selain itu hati yang bersih juga menggambarkan bahwa wanita itu adalah wanita yang tulus"[108]

Charir juga mengaku bahwa *makeup* yang dia koleksi hampir semua jenis ada tetapi dengan satu produk yang sama.

> "Banyak, seperti pelembab, bb cream, lipstik, eyeshadow, bedak, mascara, eyeliner terus celak gitu dan masih banyak tapi jarang aku pakai, paling ya pakai bedak, bb cream, lipstik, mascara, itu-itu saja sih. Terus kebanyakan *makeup* yang aku punya dari produk Wardah"[109]

Terdapat beberapa alasan seseorang tertarik dengan *makeup* yang mereka beli, contohnya Charir ketika membeli produk Wardah karena dia tertarik dengan iklan serta brand halalnya.

> "Kenapa aku lebih suka sama *makeup* wardah, karena iklan wardah itu rata-rata perempuan berhijab, disamping itu juga

[107] Wawancara dengan Charir pada 14 November 2019
[108] Ibid
[109] ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> aku lebih tertarik sama produk halalnya, kan terkenal produk halal nomer satu di Indonesia wardah itu. Dengan seperti itu aku juga merasa nyaman gitu ketika aku mau sholat mau wudhu"[110]

Selain Charir, Fadhya juga mengaku bahwa dia memakai *makeup* hanya untuk keperluan pekerjaan saja. Karena menurutnya ketika seseorang memakai *makeup* maka ada sesuatu yang terlihat menonjol di wajahnya.

> "saya lebih mengutamakan perawatan sih daripada *makeup*, karena ketika ada orang pakai *makeup* berarti ada yang ia tonjolkan, tujuannya juga untuk dilihat orang. Maka dari itu saya jarang sekali pakai *makeup* ketika diluar pekerjaan saya"[111]

Pekerjaan modelling adalah pekerjaan yang dilakukan oleh Fadhya sejak berada di bangku SMP. Semenjak itu dia mengenal yang namanya *makeup*.

> "Iya aku tertarik pada dunia model sejak SMP dulu, waktu itu ada dorongan dari guru SMP aku kalau aku pantes buat jadi model. Awalnya sih enggak bisa sama sekali tetapi aku mulai berlatih dan terus berlatih mulai dari cara berjalan, berfoto. Dari situ aku mengenal *makeup* juga. Dan sampai saat ini Alhamdulillah aku masih menekuni pekerjaan sebagai modelling"[112]

Berbeda dengan Caca, dia mengaku bahwa dirinya menggunakan *makeup* untuk mencari suatu keberkahan hidup dengan alasan dia sudah menikah.

> "Berhubung aku sudah menikah aku pakai *makeup* sih iya mbak tapi dengan niatan buat suamiku, selain itu juga biar segala sesuatu yang tak lakukan dalam hidupku diberi keberkahan, paling yang tak pakai ya bedak, eyeliner, celak

[110] Ibid
[111] Wawancara dengan Fadhya pada 13 November 2019
[112] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sama lipstik. Tipis-tipis aja sih mbak aku pakainya, kalau tebel-tebel nantinya bakal hilang juga pas kita sholat. Kan wudhu lagi”[113]

Setiap kelompok pasti memiliki ciri khas dan kebiasaan yang berbeda antara satu sama lain, begitu pula dengan penggunaan *makeup* sebagai identitas suatu kelompok. Seperti yang dituturkan oleh Caca, dia merupakan anggota PSM (Paduan Suara Mahasiswa) UIN Sunan Ampel Surabaya, dia menuturkan bahwa bahwa *makeup* merupakan suatu hal yang wajib ada bagi anggota PSM UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai bagian dari dresscode atau identitas mereka.

> “Ya kalau lagi di PSM (Paduan Suara Mahasiswa) tetap aku pakai *makeup*, karena itu tuntutan yang merupakan bagian dari dresscode kita yang selain baju dan pantofel, kenapa kita diwajibkan waktu tampil harus pakai *makeup* karena disitu ibarat diri kita sebagai *public figure* jadi harus tampil sebaik mungkin dan semenarik mungkin. Awalnya tidak semua anggota PSM bisa menggunakan *makeup* mbak, tapi dengan adanya Beauty Class yang rutin dilaksanakan setiap tahunnya maka yang tidak bisa jadi bisa pakai *makeup*"[114]

Penampilan merupakan hal utama bagi seorang wanita. Untuk dapat tampil maksimal di depan umum maka diperlukan kepercayaan diri yang lebih. Seperti Fatimah (nama disamarkan) yang menggunakan *makeup* untuk meningkatkan rasa kepercayaan dalam dirinya terutama ketika dia sedang berhadapan dengan orang lain.

> “Meskipun saya memakai cadar, tetap *makeup* harus ada untuk saya pakai setiap harinya, tujuannya untuk apa ya untuk menambah kepercayaan diri saya apalagi ketika saya sedang berhadapan dengan orang lain atau bahkan mengobrol itu akan lebih percaya diri ketika saya

[113] Wawancara dengan Caca pada 14 November 2019
[114] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> ber*makeup*, karena yang mereka lihat apa kalau tidak melihat bagian mata saya, jadi seperti eyeliner terutama sama celak, pensil alis dan eyeshadow tetap saya pakai"[115]

Meskipun Fatimah (nama disamarkan) adalah seorang yang memakai cadar dalam kesehariannya. Dia tetap menggunakan *makeup* untuk meningkatkan rasa kepercayaan dalam dirinya. selain itu Fatimah (nama disamarkan) juga mengaku bahwa dia tertarik menggunakan *makeup* sejak awal kuliah.

> "saya tertarik sama yang namanya *makeup* itu sejak awal kuliah mbak, waktu itu teman sekamarku punya *makeup* bermacam-macam, dari situ aku mulai mencoba dengan minta ke anaknya. Terus dapat komen dari teman-teman kalau aku makin cantik waktu pakai *makeup*. Akhirnya aku mulai beli sendiri dan pakai *makeup* setiap kali saya berangkat kuliah. Waktu itu belum bercadar jadi masih kelihatan, saya sendiri mulai pakai cadar sejak semester 3 sepertinya, agak lupa mbak"[116]

Alasan Fatimah tertarik membeli berbagai macam produk *makeup* karena melihat cover (tampilan) dari wadah produk *makeup* itu sendiri.

> "saya itu paling gabisa liat *makeup* yang wadanya lucu gitu, pengen tak beli, pokok yang bungkusnya lucu-lucu kayak emina itu mbak, terus juga *makeup* yang ada pump nya yang sekiranya pumnya lucu ya tak beli, teruss juga dari warna bungkusnya yang cerah-cerah pink-pink gitu sama gambarnya, suka aku itu mbak, lagian aku orangnya kan bersihan banget, jadi sehabis beli gitu wadahnya box itu gak aku buang, ya tak pake wadah lagi, kadang sampek isinya habis gitu wadahnya masih kliatan bagus, karena menarik sih menurut aku bungkusnya itu"[117]

Berbeda dengan Khadijah (nama disamarkan) bahwa pada dasarnya dia tidak menyukai *makeup*, hanya saja *makeup* yang ia

[115] Wawancara dengan Fatimah (nama disamarkan) pada 15 November 2019
[116] Ibid
[117] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kenakan merupakan sebuah tuntutan dari keluarga terutama dari ibunya yang menuntut dia menggunakan *makeup* berupa celak karena celak dari pandangan keluarga celak merupakan sesuatu yang di sunnahkan untuk dipakai setiap wanita.

> "saya sendiri sebenernya nggak begitu suka sama yang namanya *makeup*, bahkan saya punya *makeup* itu hanya sebatas pelembab, bedak tabur, lipstik, celak sama eyeliner. Kalau seperti eyeshadow, blush on itu nggak punya karena nggak pernah pakai dan nggak suka pakai seperti itu. Keluarga saya mulai dari nenek sama ibu saya itu lebih menganjurkan saya untuk pakai celak hitam mbak karena itu sunnah, selain itu juga kan ketika kita bicara sama orang pasti yang mereka tatap dari kita ya sekitar area mata, maka dari itu selain sunnah juga celak berfungsi mempertegas mata"[118]

Seorang wanita pasti ingin terlihat lebih dewasa, kedewasaan seorang wanita tidak hanya dilihat dari segi perilaku maupun sifatnya saja melainkan dari penampilan. Seperti yang di paparkan oleh Bella bahwa dia memakai *makeup* agar terlihat lebih dewasa.

> "jujur sih aku kalau pakai *makeup* itu malah disuruh ibukku, soalnya kalo nggak pake katanya kayak anak SMA, tapi aku pakenya ya tipis-tipis aja, kata ibukku biar lebih keliatan dewasa padahal ya temen-temen sekelilingku jarang ada yang pakai *makeup*"[119]

Bella lebih suka menggunakan *makeup* yang natural, karena menurutnya *makeup* yang natural akan membawa dirinya dalam bentuk aslinya.

> "kenapa aku milih pakai *makeup* itu yang tipis-tipis aja ya biar keliatan natural, ketika aku menggunakan *makeup* secara natural maka aku akan tetap berada pada diriku yang sebenarnya, aku juga tidak merubah bentuk wajahku bahkan

[118] Wawancara dengan Khadijah (nama disamarkan) pada 15 November 2019
[119] Wawancara dengan Bella pada 16 November 2019

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> orang akan tetap mengenaliku sebagai Bella, jadi *makeup* hanya sebatas untuk pemoles aja sih"[120]

Dari paparan hasil wawancara diatas, data yang diperoleh dari penelitian tentang makna penggunaaan *makeup* di kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yakni untuk mempercantik diri, agar terlihat menarik, agar tampil lebih bersih dan fresh, untuk keperluan pekerjaan, mencari keberkahan hidup, identitas kelompok, tampil percaya diri, Sunnah Nabi, agar lebih terlihat dewasa, untuk menutupi kekurangan di area wajah, untuk kenyamanan diri dan untuk erawat kesehatan kulit.

Makeup merupakan sesuatu yang identik ada pada diri seorang wanita dan digunakan sebagai alat untuk mempercantik diri. Sebagaian besar wanita menganggap bahwa *makeup* merupakan bagian dari hidupnya. Pada dasarnya *makeup* telah ada sejak zaman nenek moyang hingga sekarang. Produsen *makeup* di Indonesia berlomba-lomba untuk memberikan produk terbaiknya kepada masyarakat mengingat konsumen *makeup* di Indonesia sangatlah banyak, mulai dari wanita karir sampai mahasiswi. Mahasiswi merupakan seseorang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Seperti mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya, berbagai macam karakter dari mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dapat dilihat dari keseharian mereka, ada mahasiswi yang senang memperhatikan penampilannya dan ada pula

[120] Ibid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang cuek terhadap penampilannya, terutama dalam hal penggunaan *makeup*.

Gambar 43
Antusiasme mahasiswi UINSA dalam mengikuti Talkshow Kecantikan

Mayoritas dari mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya dapat dipastikan menggunakan *makeup*, hal tersebut dapat dilihat dari keseharian mereka ketika berada di kampus, ada yang menggunakan *makeup* secara berlebihan ada pula yang menggunakan *makeup* yang natural. Namun tren *makeup* yang dipakai oleh maahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mayoritas adalah *makeup* natural. Terdapat berbagai alasan mengapa mereka menggunakan *makeup* diantaranya:

Tampil lebih dewasa merupakan idaman setiap wanita. Salah satu cara agar wanita tampil lebih dewasa yakni dengan mengubah pola pikir mereka serta menjaga attitude (perilaku) mereka di depan umum, selain itu tampil lebih dewasa juga ditunjang dengan penggunaan *makeup*, polesan *makeup* di wajah akan merubah bentuk wajah seorang wanita agar terlihat lebih dewasa. Selain itu, penggunaan *makeup*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diwajah juga untuk menutupi kekurangan pada wajah berupa noda hitam, bekas jerawat serta kantung mata.

Makeup memegang peranan penting dalam mempengaruhi kecantikan seorang wanita. Sebagai wanita, ingin tampil cantik dan menarik merupakan suatu hal yang wajar, untuk mencapai semua itu diperlukan berbagai usaha diantaranya dengan menggunakan *makeup*. Selain itu, penggunaan *makeup* untuk merawat kesehatan kulit wajah juga diperlukan agar wajah tetap terlihat lebih bersih dan segar, sehingga akan muncul kenyamanan pada diri sendiri ketika sedang menjalankan berbagai aktivitas baik diluar rumah maupun di dalam rumah.

Gambar 4.4
Salah satu contoh *makeup* mahasiswi UINSA

Sebagai wanita karir, *makeup* diperlukan untuk menunjang penampilannya ketika sedang bekerja, khusunya untuk tampil lebih percaya diri baik ketika sedang bertemu klien atau untuk keperluan pekerjaan yang menuntut dirinya ber*makeup*. Salah satu contoh mahasiswi UIN Sunan Ampel yang pekerjaannya dituntut menggunakan *makeup* yakni sebagai WBD (Wardah Beauty Agent),

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mereka bekerja sebagai agent kecantikan pada salah satu produk *makeup* wardah, selain itu pekerjaan sebagai model juga diperlukan untuk menggunakan *makeup*. *makeup* bagi wanita pekerja tidak lain untuk menjaga penampilannya di depan umum dan merupakan suatu tuntutan.

Makeup juga digunakan mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya sebagai identitas kelompok, seperti mahasiswi yang mengikuti berbagai macam UKM (Unit Kegiatan Mahasiswa). Terdapat beberapa UKM di UIN Sunan Ampel Surabaya yang menuntut anggotanya bisa menggunakan *makeup* diantaranya PSM (Paduan Suara Mahasiswa) UIN Sunan Ampel Surabaya, *makeup* merupakan bagian dari identitas mereka ketika tampil. Selain PSM juga Dakwah TV yang dimana anggota kelompoknya dituntut untuk berpenampilan rapi, khusus pada anggota perempuan dalam menggunakan *makeup* ditujukan untuk menunjang penampilan serta sebagai identitas kelompok bahwa mereka termasuk bagian dari anggota Dakwah TV.

Gambar 4.5
Anggota PSM UINSA setelah melaksanakan Beauty Class

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Selain untuk identitas kelompok, *makeup* juga digunakan sebagai cara untuk mencapai keberkahan hidup, hal tersebut dikemukakan oleh mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang sudah menikah, mereka berpendapat bahwa *makeup* yang digunakan hanya untuk suaminya saja tidak untuk orang lain. Selain itu penggunaan *makeup* berupa celak atau kohi juga merupakan bagian dari sesuatu yang sunnah.

C. GAYA HIDUP *SYAR'I* (Makna Penggunaan *Makeup* di Kalangan Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya) ditinjau dari teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard

Peneliti menggunakan teori masyarakat konsumsi oleh Jean Baudrillard untuk menganalisis data di lapangan. Baudrillard banyak terinspirasi oleh berbagai pemikiran dari beberapa disiplin ilmu. Baudrillard mentransformasikan dirinya dalam posisi antara seorang modernis dan postmodernis. Sebagai seorang postmodernis, Baudrillard ternyata masih terpengaruh narasi besar tentang paradigma mitologis masyarakat primitif, yakni bahwa keberadaan seorang manusia hidup diberkati dengan kebutuhan-kebutuhan yang mengarahkannya menuju objek-objek yang memberinya kepuasan.[121]

Baudrillard menitikberatkan pemikirannya pada konsumsi, berbeda dengan Marx yang menitikberatkan pemikirannya terhadap produksi. Menurut Baudrillard, dalam masyarakat berkembang, masyarakat mengkonsumsi suatu barang bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan

[121] Featherstone, M. *Posmodernisme Dan Budaya Konsumen*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005), 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai gaya hidup, sehingga mereka tidak pernah merasakan kepuasan. Akibatnya terjadi suatu pemborosan secara besar-besaran. Seperti yang dilakukan oleh Afifah bahwa dia membeli *makeup* dengan harga yang terbilang cukup mahal hanya untuk memenuhi keinginannya saja. Disamping itu, dia menganggap bahwa *makeup* yang dia beli termasuk *makeup* merk luar negeri yang dimana sebagian besar dari teman-temannya belum ada yang memilikinya. Selain membeli *makeup* dengan harga yang cukup mahal, Afifah juga melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan. Disadari atau tidak ketika seseorang sudah melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan maka sudah cukup baginya untuk memakai produk perawatan dari klinik tersebut untuk dipakai dalam kesehariannya. Hal tersebut merupakan bagian dari gaya hidupnya, yang dibuktikan dengan kesukaannya membeli berbagai macam *makeup*, disamping menggunakan *makeup* dia juga melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan. Tetapi buat Afifah, ketika dia tidak membeli apa yang dia inginkan dia merasa tidak bisa merasakan kepuasan karena belum memiliki dan mencobanya sendiri.

Baudrillard juga memaparkan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat bukan lagi merupakan nilai guna ataupun nilai tukar melainkan hanya sebatas nilai tanda. Nilai tanda muncul dalam diri seseorang. Seperti yang dilakukan sebagian besar mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yang memakai *makeup* secara natural, mereka memakai *makeup* secara natural dengan berbaagai alasan diantaranya untuk menjaga dirinya dari sebuah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kejahatan, untuk tidak tampil berlebihan ketika di depan umum dan untuk mengikuti anjuran agama islam bahwa segala sesuatu yang berlebihan tidak diperbolehkan. Dari situ mereka berpendapat bahwa *makeup* yang digunakan merupakan *makeup syar'i* atau *makeup* yang sesuai syariat islam. *Syar'i* merupakan bagian dari nilai tanda yang menandakan bahwa seseorang mengkonsumsi *makeup* secara natural untuk mengikuti anjuran agama islam.

Fadhya juga menjelaskan bahwa budaya *makeup* di Indonesia berbeda dengan budaya *makeup* di Arab, di Indonesia *makeup syar'i* merupakan cara penggunaan *makeup* yang natural atau tidak berlebihan, sedangkan *makeup syar'i* di Arab adalah *makeup* dengan penggunaan celak atau kohi. Dengan seperti itu maka budaya termasuk bagian dari nilai tanda yang menandakan bahwa *makeup syar'i* menurut budaya orang Indonesia berbeda dengan *makeup syar'i* menurut budaya arab.

Budrillard memandang kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat pada dasar periklanan sebagai pembentukan sebuah kode signifikasi yang mengontrol objek dan individu ditengah masyarakat. Objek palsu merupakan kita tidak membeli apa yang kita butuhkan melainkan apa yang kode sampaikan. Seperti halnya Fatimah (nama disamarkan), dia mengaku bahwa dia tertarik membeli sebuah *makeup* dengan alasan melihat cover (tampilan) dari suatu produk yang dianggapnya menarik dan lucu sehingga dia memiliki keinginan untuk membelinya. Kode menyampaikan kepada Fatimah (nama disamarkan) agar dia membeli produknya, kode

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyampaikan suatu kesukaan terhadap dirinya yakni suka dengan hal-hal yang dianggap lucu dan menarik.

Selain Fatimah (nama disamarkan), Charir juga mengaku bahwa dirinya tertarik membeli produk *makeup* karena terdapat brand halal pada produknya dan juga karena iklan pada produk tersebut kebanyakan wanita yang berhijab. Dari situ kode menyampaikan brand halal pada produk yang menandakan bahwa *makeup* tersebut diperuntukkan untuk wanita muslimah dan disertai dengan iklan di media informasi tertentu seperti televisi, youtube dan majalah dengan model-model yang menggunakan hijab.

Nurul juga berpendapat bahwa dirinya tertarik membeli *makeup* karena diskon, diskon memberikan harga yang menurut Nurul dia bisa untuk membelinya, diskon termasuk kode yang menjadikan sebagian besar orang ketika tidak ingin membeli sesuatu maka dia akan membelinya. Begitu pula dengan Nurul yang seharusnya dia membeli apa yang dia butuhkan saja namun ketika dia melihat diskon maka dia membeli yang dia inginkan.

Afifah juga mengaku bahwa ketertarikannya membeli *makeup* karena warnanya, seperti lipstik, blush on, dan eyeshadow. Selain itu dia tertarik terhadap iklan pada produk yang menjelaskan bahwa produk tersebut akan membuat wajah seseorang lebih terlihat lebih bercahaya. Dari situ dapat disimpulkan bahwa warna dan iklan termasuk bagian dari kode yang menarik seseorang untuk membeli bahkan memakai produk tertentu.

Ketika seseorang mengkonsumsi sesuatu, maka mereka mengkomunikasikan benyak hal kepada orang lain. Termasuk pada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kelompok mana diri kita dan apa yang berbeda dari diri kita dengan orang lain. Sehingga muncul yang namanya status sosial yang membedakan dirinya dengan oraang lain yang pada aslinya adalah sama. Seperti yang diungkapkan oleh Caca bahwa dirinya termasuk bagian dari anggota PSM (Paduan Suara Mahasiswa), maka wajar ketika dia menggunakan *makeup* yang menandakan bahwa dirinya berbeda dengan mahasiswi UIN Sunan Ampel pada umumnya dan memiliki status sosial tersendiri dikalangan teman-temannya. Padahal mahasiswi PSM UIN Sunan Ampel Surabaya yang lainnya juga melakukan hal yang sama. Untuk mencapai keinginan bahwa anggota PSM harus bisa menggunakan *makeup* secara mandiri, maka diadakan yang namanya sekolah *makeup* setiap tahunnya. Sekolah *makeup* bertujuan agar setiap anggota bisa mengaplikasikan *makeup* secara mandiri tanpa bantuan teman yang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari berbagai hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan:

1. Pendapat mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mengenai *makeup syar'i* yaitu penggunaan *makeup* yang disunnahkan, *makeup* yang *flawless* (natural), *makeup* yang tidak berlebihan, kandungan bahan yang diperbolehkan oleh agama, terdapat label halal, bisa dipakai beribadah, penggunaan *makeup* untuk kebaikan, dan *makeup* yang tidak merusak.
2. Makna penggunaan *makeup* bagi mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu untuk untuk mempercantik diri, agar terlihat menarik, agar tampil lebih bersih dan fresh, untuk keperluan pekerjaan, mencari keberkahan hidup, identitas kelompok, tampil percaya diri, Sunnah Nabi, agar lebih terlihat dewasa, untuk menutupi kekurangan di area wajah, untuk kenyamanan diri dan untuk merawat kesehatan kulit.Mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya mayoritas sudah menerapkan *makeup syar'i* dalam kehidupan sehari-harinya, hal tersebut dibuktikan dengan jenis *makeup* yang digunakan sebagian besar mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya adalah *makeup flawless* (natural), mereka menilai *makeup syar'i* adalah *makeup* yang digunakan secara tidak berlebihan, dengan kata lain mereka menggunakan *makeup* tetapi *makeup* yang mereka gunakan tidak mencolok.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

Seorang wanita diperbolehkan menggunakan *makeup*, asal *makeup* yang digunakan tidak berlebihan. Segala sesuatu yang berlebihan itu tidaklah baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Seperti contoh banyak kejahatan yang dilakukan oleh seorang pria terhadap wanita seperti pemerkosaan dan sebagainya karena melihat penampilan wanita tersebut yang dianggap menarik, sehingga memunculkan rasa ingin tau seorang pria terhadap wanita tersebut. Oleh sebab itu penggunaan sesuatu secara berlebihan sangat tidak dianjurkan oleh agama seperti halnya *makeup*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ariesto. 2010. *Terampil Mengolah Data Kualitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Cahyono, Suharjo B. 2008. *Gaya Hidup &Penyakit Modern*. Yogyakarta: Kanisius.

Chaney, David. 1996. *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komperhensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Featherstone, M. 2005. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Hidayat, Medhy Aginta. 2017. *Menggugat Modernisme: Mengenali Rentang Pemikiran Postmodern Jean Baudrillard*. Yogyakarta: Jalasutra.

Kartajaya, Hermawan. *Marketing Klasik Indonesia*. Mizan dan MarkPlus&Co.

Luth, Thohir. 2014. *Syari'at Islam: Menjawab Persoalan Ummat (Sebuah Konfigurasi Tanya Jawab Seputar Fiqih Realitas di Indonesia)*. Malang: UB Press.

Manan, Abdul. 2017. *Pembaruan Hukum Islam di Indonesia*. Depok: KENCANA.

Martha, Puspita. 2009. *Basic Personal Makeup*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Moeleong, Lexy. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muhadjir, Noeng . 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif* . Yogyakarta:Rake Sarasin.

Ritzer, George & Douglas J. Goodman. 2005. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prenada Media.

Ritzer, George. 1972. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Ritzer, George. 2003. *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.

Sarwono, Jonatahan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Pemasaran)*. Jakarta : Kencana.

Soekanto, Soerjono. 1986. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.

Strinati, Dominic. 2003. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Bentang Budaya: Yogyakarta.

Subandy, Ibrahim Idi. 2004. *Life Style Ecstasy: Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Yogyakarta.

Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi "Mixed Method"*. Bandung: Alfabeta.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Jogjakarta: Graha Ilmu.

Suryawan, Debbie S. 2006. *Beauty Expose By Andriyanto From Pinky Mirror's Lens*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Susanto. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: LPP UNS & UNS Press.

Sutinah dan Emy Susanti. 2001. *Laporan Penelitian Dosen Muda*. Surabaya: Lembaga Penelitian Dosen Muda.

Swara, Puspa. 2012. *Instant Beauty: Panduan Makeup Sehari-hari. Jakarta*: Puspa Populer.

Tilaar, Martha. 1999. *Kecantikan Perempuan Timur*. Magelang: Indonesia Tera.

Tranggono, Retno Iswari dan Fatma Latifah. 2013. *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Ulung, Gagas. 2010. *How To Be A Make Up Artist*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Skripsi

Elianti, Lita Donna. 2017. *Makna Penggunaan Makeup Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta).* Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Ismailia, Yasinta. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup Syariah dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Klinik Kecantikan Aishaderm.* Skripsi. Surabaya: FEBI UINSA.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Listianti, Sri Mulia. 2013. *Makna Berdandan Bagi Perempuan (Studi Kasus Tentang Penggunaan Makeup Pada SPG di Kota Surakarta*. Skripsi. Surakarta.

Nugraheni. 2003. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.

Putri, Sarah Kartika. 2015. *Pemaknaaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi (Studi Fenomenologi Mengenai Pemaknaan Kosmetik di Kalangan Mahasiswi FISIP UNIKOM)"*. Skripsi. Bandung: UNIKOM.

Rizka, Amalia. 2014. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Remaja Terhadap Keputusan Pembelian Majalah Putri (Studi pada Majalah Go Girl di Jakarta Selatan)*. Skripsi. Depok: Fak Ilmu Sosial Pendidikan Sosiologi.

Jurnal

Baharuddin, Moh. 2012. *Kedudukan Perempuan Dalam Perspektif Hukum Islam.* Jurnal Asas 4, No. 1.

Darojatun, Rina. 2018. *Tren Produk Halal, Gaya Hidup Syar'i dan Kesalehan Simbolik: Studi Tentang Muslim Kelas Menengah*. Jurnal Wardah 19, No. 2.

Demartoto, Argyo. *Membedah Gagasan Postmodernisme Baudrillard: Realitas Semu.* Jurnal DILEMA 21, No. 2.

Elianti, Lita Donna. 2017. *Makna Penggunaan Makeup Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Islam Negeri Yogyakarta)*. Jurnal Pendidikan Sosiologi 7, No.3.

Hendariningrum, Retno dan Edy Susilo. 2008. *Fashion dan Gaya Hidup: Identitas dan Komunikasi.* Jurnal Ilmu Komunikasi 6, No. 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hidayah, Nurul, dkk. 2014. *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswi Pengguna Perawatan Wajah di Klinik Kecantikan Kota Surabaya*. Jurnal Paradigma 2, No. 3.

Kartono, Irawati. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Makeup Pada Perempuan Emerging Adulthood*. Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa UNESA 3 No. 1.

Yunus, Anas Bin Mohd, dkk. 2010. *The Concept Of Halalan Thayyiba and Its Application in Products Marketing: A Case Study at Sabasun Hyper Runcit Kuala Terengganu Malaysia*. International Journal of Bussines and Social Science 1, No. 3.

Website

https://kbbi.web.id/dandan, diakses pada 2 Oktober 2019 pukul 14:20 wib

www.uinsby.ac.id, diakses pada 29 November 2019 pukul 10:52 wib

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id