

Analisis Pembentukan Citra Diri dalam Perilaku Berias pada Remaja Perempuan



1stNurul Fajri¹♦

Universitas Islam As Syafi'iyah Jakarta, Indonesia¹

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses pembentukan citra diri pada remaja perempuan melalui perilaku bermakeup di smp islam al azhar 19 cibubur. fokus penelitian diarahkan pada empat rumusan masalah: (1) bagaimana pengalaman remaja perempuan dalam menggunakan makeup dalam kehidupan sehari-hari, (2) bagaimana praktik ber-makeup berkontribusi terhadap pembentukan citra diri, (3) faktor-faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi pembentukan citra diri terkait penggunaan makeup, dan (4) bagaimana remaja menegosiasikan tekanan sosial dan standar kecantikan melalui perilaku ber-makeup. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam (in-depth interview) terhadap sepuluh remaja perempuan yang duduk di bangku kelas vii dan viii. data dianalisis menggunakan metode tematik dengan mengacu pada teori konsep diri carl rogers, interaksionisme simbolik goffman, dan social comparison theory festinger sebagai kerangka interpretatif. hasil penelitian menunjukkan bahwa makeup bagi remaja tidak hanya berfungsi sebagai alat estetika, tetapi juga sebagai media negosiasi identitas dan kontrol sosial. makeup digunakan untuk meningkatkan kepercayaan diri, membangun kesan positif di lingkungan sekolah, dan menutupi ketidaknyamanan terhadap penampilan. faktor-faktor eksternal seperti media sosial, teman sebaya, dan dukungan keluarga memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan citra diri remaja. media sosial menjadi sumber utama pembelajaran makeup dan standar kecantikan, sementara teman sebaya berperan sebagai pemberi validasi sosial melalui pujian atau komentar terhadap penampilan. selain itu, remaja menampilkan beragam strategi dalam menghadapi tekanan sosial dan standar kecantikan, antara lain adaptasi sosial, resistensi selektif, dan redefinisi kecantikan. makeup juga berperan sebagai sarana emotional regulation dan self-expression, meskipun dalam beberapa kasus menimbulkan appearance anxiety akibat ketergantungan pada validasi eksternal. secara keseluruhan, perilaku ber-makeup pada remaja perempuan di smp islam al azhar 19 cibubur menggambarkan proses dinamis pembentukan citra diri yang dipengaruhi oleh interaksi sosial, media, dan nilai-nilai budaya sekolah islam. penelitian ini menegaskan pentingnya peran bimbingan konseling sekolah dalam mengembangkan literasi media, penerimaan diri (self-compassion), dan pemahaman kecantikan yang lebih sehat serta seimbang antara aspek fisik dan moral.

Kata Kunci: Citra Diri; Remaja Perempuan; Make Up

Article History: Received on 14/04/2026; Revised on 27/04/2026; Accepted on 30/04/2026; Published Online: 01/05/2026.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2026 by author.

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan fase transisi penting dari anak menuju dewasa yang ditandai dengan perubahan biologis, psikologis, dan sosial. Pada periode ini, remaja mulai membangun identitas diri dan citra diri melalui berbagai cara, termasuk penampilan fisik. Citra diri (*self-image*) bukan hanya terbentuk dari persepsi individu terhadap dirinya sendiri, melainkan juga dipengaruhi oleh pandangan orang lain, budaya populer, serta media yang dikonsumsi. Salah satu praktik yang kian populer di kalangan remaja perempuan adalah munculnya produk kecantikan yang beragam seperti *make up*.

Make up adalah kegiatan mengubah penampilan dari bentuk asli sebenarnya dengan bantuan bahan dan alat kosmetik. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), perempuan Indonesia dengan rentang usia 15-40 tahun adalah kelompok yang konsumtif untuk produk kecantikan dan aktif di media sosial. Banyak perempuan yang merasa terdorong untuk mengikuti standar kecantikan tertentu agar merasa lebih percaya diri dan tidak tertinggal zaman, sehingga dapat dipahami bahwa penggunaan *make up* di kalangan remaja perempuan tidak lagi semata-mata dipandang sebagai aktivitas mempercantik

♦ **Corresponding author:** Nurul Fajri, nurul.bk@uia.ac.id, Jakarta, and Indonesia

diri, melainkan juga sebagai sarana ekspresi diri hingga simbol status sosial. Hal ini mendorong penggunaan *make up* pada remaja semakin meningkat.

Fenomena meningkatnya penggunaan make up di kalangan remaja dapat dilihat dari berbagai survei dan penelitian terkini. Sebuah penelitian pada mahasiswa di Sri Lanka (usia 18–24 tahun) menemukan bahwa 96,4% responden perempuan melaporkan menggunakan setidaknya satu jenis kosmetik (Udayanga et al., 2024). Data ini menunjukkan tingginya prevalensi penggunaan kosmetik di kalangan usia muda, Situasi serupa juga terjadi di Indonesia, di mana laporan industri menunjukkan peningkatan signifikan konsumsi produk perawatan kulit dan kosmetik oleh Gen-Z, khususnya melalui e-commerce dan promosi media sosial (Lim, 2024). Sehingga dapat dipahami peningkatan perilaku ber-*make up* terjadi karena mudah didapatkan dengan jenis dan harga yang terjangkau.

Selain faktor aksesibilitas produk, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk perilaku ber-*make up* remaja. Platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan remaja untuk terpapar secara intens pada konten kecantikan, tutorial *make up*, dan figur publik yang mempopulerkan standar kecantikan tertentu. Meta (2021) dalam laporan internalnya mengungkapkan bahwa lebih dari 30% remaja perempuan mengaku Instagram memperburuk citra tubuh mereka, terutama karena paparan konten berbasis gambar yang terkurasi dan difilter. Penelitian lain juga menegaskan bahwa media sosial berbasis visual memiliki dampak lebih besar terhadap *body dissatisfaction* dibandingkan platform non-visual (Mazzeo et al., 2024). Hal ini memperlihatkan bagaimana teknologi digital berperan besar dalam proses internalisasi standar kecantikan dan pembentukan citra diri pada remaja.

Tren konten viral seperti *Get-Ready-With-Me* (GRWM) semakin memperkuat fenomena tersebut. Studi yang menganalisis konten TikTok menemukan bahwa rata-rata video GRWM menampilkan sekitar 6 produk per rutinitas, dengan biaya bulanan mencapai US\$168, dan hanya sebagian kecil yang menekankan pentingnya penggunaan sunscreen (Hales & Lagu, 2025). Remaja yang meniru rutinitas ini berisiko mengalami masalah kesehatan kulit akibat penggunaan produk yang tidak sesuai dengan usia atau jenis kulit. Namun, di sisi lain, rutinitas ini juga memberi remaja ruang untuk membentuk narasi identitas diri dan merasa menjadi bagian dari komunikasi daring. Dengan kata lain, praktik ber-*make up* bukan hanya soal estetika, melainkan juga praktik sosial yang sarat makna.

Menurut laporan *CosmeticsDesign-Asia*, konsumen muda Indonesia tidak hanya mencari produk untuk mempercantik diri, tetapi juga untuk membangun gaya hidup dan identitas sosial yang ingin ditampilkan (Lim, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa *make up* telah menjadi bagian integral dari proses pembentukan citra diri pada remaja. Berdasarkan perspektif psikologis, pembentukan citra diri melalui *makeup* dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup motivasi pribadi, kepercayaan diri, dan kebutuhan untuk mengekspresikan identitas. Faktor eksternal mencakup tekanan teman sebaya, dukungan atau penilaian keluarga, serta paparan media sosial yang menampilkan standar kecantikan tertentu. Model *Tripartite Influence* (Thompson et al., 1999) yang hingga kini masih relevan, menjelaskan bahwa media, orang tua, dan teman sebaya adalah tiga sumber utama pengaruh terhadap dan perilaku penampilan remaja. Model ini dapat menjadi kerangka teoritis untuk memahami bagaimana perilaku ber-*makeup* berkontribusi pada pembentukan citra diri.

Standar kecantikan ini memiliki dampak yang paling kuat pada aspek psikologis perempuan. Di satu sisi, penggunaan produk kecantikan dapat membuat perempuan merasa lebih percaya diri dan nyaman dengan diri mereka. Di sisi lain, tuntutan untuk selalu tampil 'sempurna' dapat menjadi tekanan tersendiri. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku untuk selalu tampil sempurna secara fisik adalah gambaran citra diri (Rombe, S., 2013). Citra diri merupakan persepsi individu terhadap dirinya baik secara positif maupun negatif. Persepsi diri individu dapat dilihat dari beberapa aspek diantaranya penampilan fisik, pribadi, kemampuan dan lain-lain. Citra diri yang positif berkorelasi dengan penerimaan diri untuk diri sendiri. Citra diri yang rendah, di sisi lain, dapat menimbulkan perilaku untuk berusaha menutupi segala kekurangan pada diri sendiri. Hal ini tanpa ada konsep diri yang baik akan menimbulkan perilaku negatif seperti untuk menutupi kelemahan pada wajah individu akan menggunakan *make up* yang berlebihan dengan intensitas waktu yang lama sehingga mengakibatkan kerusakan pada kulit (Zakirah, D. M. A., 2020). Untuk itu diperlukan upaya untuk meminimalisir citra diri yang rendah, khususnya pada kalangan remaja.

Fenomena yang sama berdasarkan hasil observasi peneliti di SMP Islam Al Azhar 19 Cibubur terdapat beberapa murid perempuan sudah menggunakan *make up* secara lengkap, dimana tidak hanya bedak dan pewarna bibir. Terdapat murid yang sudah menggunakan *blush on* dan maskara, bahkan

sebagian dari mereka sering mendapat teguran dari guru. Fenomena tersebut menandakan bahwa penggunaan *make up* pada murid perempuan di SMP Islam Al Azhar 19 Cibubur masih menjadi perhatian guru. Secara peraturan tata tertib sekolah SMP Islam Al Azhar 19 murid perempuan dilarang menggunakan *make up* ke sekolah. Namun berdasarkan catatan tim TENSE (ketahanan Sekolah) dari bulan Juni hingga September, hampir 40% murid perempuan melakukan pelanggaran menggunakan *make up*. Tindakan yang diberikan di sekolah berupa penyitaan alat *make up* dan pembinaan baik dari wali kelas maupun BK setiap bulannya. Namun beberapa murid melakukan pelanggaran yang sama baik. Oleh karena itu perlu kajian mendalam terkait dengan murid yang menggunakan *make up* supaya sekolah bisa menjadi tempat yang aman dan nyaman dalam mengekspresikan diri.

Meski demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada data kuantitatif seperti tingkat penggunaan kosmetik atau dampak media sosial terhadap citra tubuh, sementara penelitian kualitatif yang menggali makna subjektif remaja terkait *makeup* masih terbatas. Padahal, memahami pengalaman pribadi remaja sangat penting untuk mendapatkan gambaran utuh tentang bagaimana citra diri terbentuk melalui praktik ber-*make up*. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini dapat menggali narasi remaja tentang motivasi, pengalaman emosional, pengaruh lingkungan, serta strategi mereka dalam menghadapi tekanan sosial terkait penampilan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini akan berfokus pada analisis pembentukan citra diri dalam perilaku ber-*make up* pada remaja perempuan melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai makna dan dinamika sosial penggunaan *make up* di kalangan remaja, serta memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam bidang psikologi perkembangan, pendidikan, dan literasi media. Peneliti memiliki kecenderungan untuk menganalisis secara mendalam terkait dengan “Analisis Pembentukan Citra Diri dalam Perilaku ber-*make up* Remaja Perempuan”.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif. Menurut Moleong (2013) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian ini menguraikan secara deskriptif mengenai fenomena pembentukan citra diri remaja perempuan yang menggunakan *make up*.

Partisipan

Subjek penelitian ini adalah murid perempuan SMP Islam Al Azhar 19 Cibubur. Teknik pengumpulan data menggunakan *proposive sampling*. Adapun yang menjadi subjek primer dalam penelitian ini adalah murid yang memenuhi kriteria.

Sampel

Pemilihan subjek dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria:

1. Berusia 12–15 tahun.
2. Menggunakan *make up* secara rutin (setidaknya beberapa kali dalam seminggu).
3. Bersedia menjadi partisipan penelitian.

Jumlah partisipan disesuaikan dengan kebutuhan hingga mencapai saturasi data (10 orang dalam penelitian fenomenologis).

Prosedur

Teknik pengumpulan data yang digunakan: (1) Wawancara mendalam (*in-depth interview*): Untuk menggali pengalaman, motivasi, dan makna yang diberikan partisipan terhadap penggunaan *make up*. (2) Observasi non-partisipatif: Untuk melihat bagaimana remaja menggunakan *make up* dalam keseharian (bisa dilakukan secara langsung atau melalui media sosial mereka). (3) Dokumentasi: Berupa foto, catatan lapangan, atau unggahan media sosial yang relevan dengan pembentukan citra diri melalui

make up.

Untuk menjamin keabsahan data, digunakan teknik: (1) Triangulasi sumber: Membandingkan hasil wawancara dengan observasi dan dokumentasi. (2) *Member check*: Mengonfirmasi hasil wawancara kepada partisipan untuk memastikan kebenaran informasi. (3) *Peer debriefing*: Mendiskusikan hasil analisis dengan rekan sejawat atau guru pembimbing. (4) *Audit trail*: Mencatat seluruh proses penelitian secara rinci dan sistematis.

Terdapat tiga tahapan utama penelitian kualitatif menurut (Sugiyono, 2012) yaitu: (1) Tahap deskripsi atau orientasi. Peneliti mendeskripsikan informasi yang diperolehnya yaitu mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dan dirasakan secara sepintas. Tahap ini merupakan tahapan awal mendeskripsikan informasi yang diperolehnya secara sepintas, peneliti mendeskripsikan secara singkat sebagai orientasi awal terhadap apa yang dilihat, didengar dan dirasakan oleh subjek yang diteliti. (2) Tahap reduksi. Peneliti melakukan proses reduksi informasi (mereduksi) segala informasi yang diperoleh pada tahap deskripsi atau orientasi untuk difokuskan pada masalah tertentu. (3) Tahap seleksi. Peneliti menguraikan masalah sebagai fokus yang telah ditetapkan menjadi lebih rinci, kemudian melakukan analisis secara mendalam tentang fokus masalah tersebut. Hasil yang diperoleh adalah berupa tema-tema yang dikonstruksi berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan menjadi suatu pengetahuan atau bahkan teori baru. Hasil dari penelitian kualitatif dapat juga dijadikan hipotesis untuk penelitian kuantitatif pada penelitian selanjutnya. (4) Tahap pengambilan kesimpulan, peneliti menguraikan hasil dari interpretasi wawancara, observasi dan juga dokumentasi. Sehingga dapat dipahami secara menyeluruh makna tersirat atau tersurat dari teknik pengambilan data.

Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) melalui tahapan: (1) Transkrip wawancara. (2) Membaca dan memahami data secara menyeluruh.. (3) Mengidentifikasi dan memberi kode pada data yang relevan. (4) Mengelompokkan kode menjadi tema-tema utama. (5) Menafsirkan makna dari tema-tema yang muncul dalam konteks pembentukan citra diri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, dan metode penelitian yang digunakan, maka pada bab ini dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Pembahasan dalam bab ini didapat melalui hasil pengumpulan data melalui studi dokumentasi, observasi, wawancara terhadap informan yang dibutuhkan dalam penelitian, serta diskusi yang terfokus terhadap masalah yang diteliti. Pada bab hasil penelitian dan pembahasan ini, akan menguraikan berbagai hal mengenai hasil wawancara pada bulan Agustus dan September yang dilakukan di SMP Islam Al Azhar 19 Cibubur terkait pembentukan citra diri pada murid perempuan. Adapun informan kunci yang dipilih dalam penelitian ini adalah (HN, FQ, KS, HH, ZF, NB, SF, AS, PT & TL). Menurut peneliti, informan tersebut telah memenuhi kriteria subjek penelitian yang ditetapkan serta dianggap mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam menganalisis perilaku sesuai dengan rumusan masalah..

1. Bagaimana pengalaman remaja perempuan dalam menggunakan *make up* dalam kehidupan sehari-hari?

Pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan Juli-September 2025. Berdasarkan hasil wawancara berkaitan dengan pengalaman ber *make up* pada murid dalam kehidupan sehari-hari, diperoleh keterangan informasi dari masing-masing subjek sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil wawancara mengenai pengalaman remaja perempuan dalam menggunakan *make up*.

Subjek	Keterangan
HN	Ia mulai menggunakan <i>make up</i> pada usia sekitar 11–12 tahun, saat duduk di kelas tujuh. Dorongan untuk menggunakan <i>make up</i> berasal dari pengaruh lingkungan dan paparan media sosial. Ia menggunakan <i>make up</i> saat ke sekolah, bermain bersama teman, maupun menghadiri acara keluarga. Produk yang sering digunakan meliputi <i>lip tint</i> , <i>tinted sunscreen</i> , <i>skin tint</i> , <i>cushion</i> , <i>lip cream</i> , dan maskara. Ia juga menyebutkan bahwa saat menggunakan alis dan <i>eyeliner</i> , hasilnya sering tidak seimbang.
KS	Ia mulai tertarik menggunakan <i>make up</i> pada usia 12 tahun karena terinspirasi oleh konten di media sosial. Ia menggunakan <i>make up</i> saat ke sekolah atau ketika bermain bersama teman. Produk yang paling sering digunakan adalah <i>lip tint</i> dan <i>blush on</i> . KS juga mengakui bahwa pada awalnya ia mengalami kesulitan dalam menggambar alis karena hasil kanan dan kiri sering tidak seimbang, sehingga sempat ditertawakan oleh orang lain.
FQ	Ia mulai ada rasa ketertarikannya terhadap <i>make up</i> bermula dari kebiasaannya melihat sang ibu berdandan. Ia menggunakan <i>make up</i> lengkap ketika di luar rumah, termasuk penggunaan bulu mata palsu, sementara di sekolah hanya memakai maskara, <i>cushion</i> , dan <i>lip tint</i> agar tidak terlihat pucat. FQ menambahkan bahwa ia belum mahir menggunakan <i>eyeliner</i> karena hasilnya sering tidak simetris.
ZF	ZF sudah mulai menggunakan <i>make up</i> sejak kelas 7. ZF menggunakan <i>make up</i> untuk sehari-hari dan dibedakan antara <i>make up</i> untuk ke sekolah dan untuk pergi bersama teman ataupun saudara. Jenis <i>make up</i> sering dipakai adalah <i>cushion</i> . Pernah juga punya pengalaman yang memalukan karena terlalu dempul.
NB	Ia memberikan keterangan bahwa pertama sekali menggunakan <i>make up</i> yaitu <i>lip tint</i> ketika SD kelas 4. NB menggunakan <i>make up</i> untuk jalan-jalan sama keluarga, sama teman-teman dan juga ke sekolah.
SF	Ia menyampaikan pertama sekali menggunakan <i>make up full</i> dari kecil karena mengikuti pentas tari.
AS	Ia mengatakan bahwa pertama sekali menggunakan <i>make up</i> ketika TK SD saat pentas tari. Tapi yang benar-benar menggunakan setiap hari adalah ketika SMP kelas 7,
PT	Ia mulai menggunakan <i>make up</i> sejak taman kanak-kanak ia sudah terbiasa memakai <i>make up</i> karena sering mengikuti kegiatan menari dan dirias oleh ibunya. Ia mulai menggunakan <i>make up</i> secara mandiri saat kelas 5–6 SD, khususnya ketika bepergian bersama keluarga. Produk yang digunakan meliputi <i>skin tint</i> dan <i>sunscreen</i> . Pada awal penggunaan, PT mengaku hasil riasannya sering kali terlihat terlalu tebal.
TL	TL mulai mengenal dan menggunakan <i>make up</i> sejak usia 9 tahun karena terinspirasi oleh ibunya yang sering berdandan. Ia menggunakan <i>make up</i> saat menghadiri acara keluarga atau acara pernikahan. Produk yang biasa digunakan adalah <i>tinted sunscreen</i> , <i>cushion</i> , dan <i>foundation</i> . TL juga menceritakan pengalaman lucu ketika mencoba memakai <i>eyeliner</i> , di mana goresannya tidak sengaja mengenai alis karena tersenggol oleh saudaranya.

Berdasarkan paparan tabel 1 diatas, hasil wawancara mengenai pengalaman murid perempuan yang ber *make up* menunjukkan sebagian besar subjek (HN, KS, ZF) menyebutkan bahwa ketertarikan mereka terhadap *make up* muncul karena paparan media sosial dan pengaruh teman sebaya. Konten kecantikan yang marak di platform seperti TikTok dan Instagram menjadi sumber inspirasi untuk mencoba berbagai produk dan gaya rias. Subjek seperti FQ, NB, dan TL menggambarkan *make up* sebagai bentuk eksperimen diri dan penegasan identitas pribadi. Mereka membedakan riasan untuk ke sekolah dengan riasan saat bepergian, menunjukkan adanya kesadaran terhadap konteks sosial dan nilai kesopanan yang berlaku di lingkungan sekolah Islam.

2. Bagaimana praktik ber-*make up* berkontribusi terhadap pembentukan citra diri pada remaja perempuan?

Berdasarkan hasil wawancara berkaitan dengan praktik ber-*make up* berkontribusi terhadap pembentukan citra diri pada remaja perempuan, diperoleh keterangan informasi dari masing-masing subjek pada tabel 2. Berdasarkan hasil wawancara pada tabel 2 di atas terhadap sepuluh subjek penelitian, diperoleh bahwa mayoritas remaja perempuan seperti HN, KS, FQ, HH, ZF, dan SF, menyatakan bahwa *make up* meningkatkan rasa percaya diri. Mereka merasa lebih menarik, segar, dan berenergi ketika menggunakan *make up*.

Tabel 2. Hasil wawancara mengenai praktik ber-*make up* yang berkontribusi terhadap pembentukan citra diri pada remaja perempuan

Subjek	Keterangan
HN	HN merasa lebih percaya diri saat menggunakan <i>make up</i> karena telah terbiasa dan merasa nyaman dengannya. Ia mengakui bahwa <i>make up</i> memberikan perubahan, khususnya pada bagian alis dan mata. Tanggapan dari lingkungan sosial beragam; individu yang lebih tua cenderung memberikan komentar negatif seperti “menor”, sementara teman sebaya justru memberikan pujian. Responden cenderung mengabaikan komentar negatif dan tetap menggunakan <i>make up</i> sebagai bentuk ekspresi diri dan peningkatan kepercayaan diri. <i>Make up</i> dianggap penting karena membantu menghindari kesan wajah yang lesu dan membuat dirinya merasa lebih menarik.
KS	KS mengungkapkan bahwa <i>make up</i> dapat meningkatkan rasa percaya diri dan memperbaiki suasana hati. Penggunaan <i>make up</i> bersifat subtil, berfungsi sebagai penambah warna dan penegas bentuk wajah tanpa perubahan drastis. Tanggapan dari lingkungan sejauh ini positif; bahkan ibunya memberikan pujian yang meningkatkan perasaan senang. Meskipun demikian, responden menyadari bahwa ketergantungan berlebihan terhadap <i>make up</i> tidak ideal, sehingga ia tidak menganggapnya sebagai sesuatu yang mutlak diperlukan.
FQ	Responden menyatakan bahwa penggunaan <i>make up</i> meningkatkan rasa percaya diri dan membuatnya merasa lebih nyaman dengan penampilan diri, terutama saat bercermin atau berfoto. Perbedaan paling dirasakan terletak pada area mata, seperti saat menggunakan maskara yang membuat mata terlihat lebih terbuka. Tanggapan sosial terhadap penggunaan makeup beragam; sebagian memberi komentar negatif seperti dianggap berlebihan, namun banyak pula yang mendukung dan menganggapnya sebagai bentuk ekspresi diri. Responden mengakui bahwa <i>make up</i> kini menjadi bagian penting dalam kesehariannya dan berkontribusi besar terhadap kepercayaan dirinya, dengan tingkat ketergantungan yang cukup tinggi.
HH	HH merasa wajahnya tampak lebih segar dan cantik saat menggunakan <i>make up</i> . Ia menggunakan <i>make up</i> dengan tingkat coverage yang cukup serta tambahan <i>blush</i> untuk menonjolkan fitur wajah. Tanggapan dari lingkungan menyebut tampilannya terlihat “dempul”, yang menurutnya disebabkan oleh penggunaan <i>setting powder</i> ; namun ia tidak merasa terganggu karena menganggap itu hal yang wajar. <i>Make up</i> dianggap penting dalam menunjang kepercayaan diri, dan responden rutin menggunakannya dalam aktivitas sehari-hari.
ZF	ZF menerangkan bahwa ia sangat merasa percaya diri ketika ada riasan di wajahnya. ZF merasa wajahnya kelihatan pucat dan tidak segar tanpa ber- <i>make up</i> . Teman dekat ZF yang sefrekuensi dengannya selalu memuji cara Ia menggambar alis dengan rapi dan semetris yang membuat ZF semakin senang. ZF sangat sedih ketika <i>make up</i> nya minta dihapus oleh guru. Walaupun tahu itu pelanggaran, namun dia sangat merasa nyaman dengan dandannya.
NB	NB memberikan keterangan bahwa ber- <i>make up</i> menjadi hobinya dan senang ketika teman memuji hasil karyanya ketika mendandani teman yang ingin nari atau kegiatan lainnya. NB sangat tidak percaya diri kalau tidak menggambar alisnya, Ia memilih tidak keluar rumah kalau tidak menggambarnya. Karena ia merasa alisnya sangat tipis yang membuat ia merasa jelek.
SF	SF merasa sangat jelek kalau tidak menggunakan maskara yang membuat matanya seperti mengantuk. Sekarang ia lebih menggunakan <i>skin tint</i> karena lebih ringan dan bisa menutupi kantung matanya yang gelap. Ia juga merasa lebih cantik dan sangat menyukai melihat dirinya dengan menggunakan <i>make up</i> .
AS	AS menyampaikan bahwa lebih sering menggunakan <i>blush</i> , sedangkan maskara jarang digunakan. Yang paling memalukan selama ia ber- <i>make up</i> adalah ketika ia sedang memakai cushion, tetapi tidak rata karena masih pertama kali memakai <i>make up</i>
PT	Penampilan dengan dan tanpa <i>make up</i> pada dasarnya sama, namun penggunaan produk kecantikan memberikan sensasi dan efek yang lebih terasa pada kulit. Tanpa <i>make up</i> , pori-pori wajah lebih terlihat jelas, sehingga <i>make up</i> berfungsi untuk menyamarkan ketidaksempurnaan tersebut. Respon terhadap pertanyaan mengenai produk yang digunakan bersifat netral, biasanya berupa rasa ingin tahu tentang jenis produk yang dipakai. Untuk meningkatkan rasa percaya diri, perawatan kulit yang rutin dengan skincare menjadi penting guna menjaga kesehatan kulit, bukan semata-mata mengandalkan makeup.
TL	Persepsi diri terhadap kecantikan dipengaruhi oleh penggunaan <i>make up</i> yang dapat meningkatkan penampilan dan aura seseorang. Pujian dari orang lain, seperti komentar tentang kecantikan, juga berdampak positif pada suasana hati dan rasa bahagia. Namun, dalam hal perawatan kulit, penggunaan <i>sunscrean</i> dianggap sudah memadai tanpa perlu perlakuan berlebihan.

Perubahan visual pada wajah (terutama area mata dan alis) memberi dampak psikologis positif

terhadap penerimaan diri. Misalnya, HN menyebutkan bahwa *make up* membantu menghindari kesan wajah lesu dan membuat dirinya “lebih menarik”, sementara ZF bahkan merasa sangat tidak percaya diri jika tidak memakai *make up*.

Respon sosial terhadap penggunaan *makeup* bervariasi. Beberapa menerima komentar positif dari teman sebaya dan keluarga (seperti dialami KS dan TL), sementara sebagian menghadapi kritik dari orang dewasa yang menilai *make up* sebagai “menor” (HN, HH, FQ). Namun, komentar negatif jarang membuat mereka berhenti berdandan justru memperkuat posisi *make up* sebagai bentuk ekspresi diri dan resistensi terhadap norma sosial tertentu. *Make up* menjadi simbol ekspresi diri yang kuat, seperti yang terlihat pada NB dan ZF yang menjadikan kegiatan berdandan sebagai hobi dan bagian dari identitas diri. *Make up* bukan hanya alat mempercantik, tetapi juga media artistik dan sarana pengakuan sosial. NB, misalnya, mengaitkan *make up* dengan kebanggaan personal ketika teman memuji hasil riasannya.

Beberapa subjek (seperti FQ dan ZF) menunjukkan kecenderungan ketergantungan emosional terhadap *make up* merasa tidak nyaman, bahkan enggan tampil tanpa *make up*. Namun, sebagian lain (seperti KS dan PT) menunjukkan kesadaran reflektif, bahwa ketergantungan berlebihan terhadap *make up* dapat mempengaruhi citra diri yang tidak stabil. Sebagian besar subjek mulai menyadari bahwa perawatan kulit (*skincare*) juga menjadi *bagian* dari citra diri positif. PT dan TL menekankan pentingnya menjaga kulit sehat alih-alih sekadar menutupi kekurangan dengan *makeup*. Berikut jhasil dokumentasi dari peralatan *make up* dan juga skin care yang di miliki oleh FQ:



Gambar 1. Kumpulan *make up* dan *skincare* FQ

Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pemahaman dari citra diri fisik menuju citra diri yang lebih seimbang, antara penampilan luar dan perawatan diri. Selanjutnya adalah pengkajian secara mendalam terkait dengan faktor yang mempengaruhi pembentukan citra diri pada murid perempuan.

3. Faktor-faktor eksternal apa saja yang mempengaruhi pembentukan citra diri remaja terkait penggunaan *makeup*.

Berdasarkan hasil wawancara berkaitan dengan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pembentukan citra diri remaja terkait penggunaan *make up*, diperoleh keterangan informasi dari masing-masing subjek pada tabel 3. Berdasarkan pemaparan hasil wawancara di atas menunjukkan hampir seluruh subjek (HN, KS, FQ, HH, NB, AS, PT, TL) mengaku memperoleh pengetahuan dan inspirasi tentang *make up* melalui media sosial, khususnya TikTok, Instagram, dan YouTube. Platform ini menyediakan konten tutorial, rekomendasi produk, serta tren gaya *make up* yang mudah ditiru. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial menjadi agen sosialisasi baru dalam pembentukan citra diri remaja. Melalui paparan visual yang intens, remaja membentuk persepsi tentang “standar kecantikan ideal” yang mereka jadikan acuan. HN dan KS mulai tertarik berdandan setelah sering melihat video *makeup* di TikTok. NB menyebut konten “Get Ready With Me” membuatnya belajar menjaga tampilan *makeup* yang “flawless”. TL bahkan menyebut nama influencer spesifik (Celina

Aprilia) sebagai panutan dalam teknik *make up*.

Tabel 3. Hasil wawancara mengenai faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pembentukan citra diri remaja terkait penggunaan *make up*.

Subjek	Keterangan
HN	HN memperoleh pengetahuan mengenai <i>make up</i> melalui media sosial, khususnya dari konten yang muncul di beranda TikTok-nya. Selain itu, lingkungan pertemanan juga berperan besar, karena teman-temannya kerap mengajaknya berdandan bersama, baik sebelum berangkat ke sekolah maupun di dalam mobil. Awalnya, ayah HN bersikap permisif terhadap kebiasaannya menggunakan <i>make up</i> , sedangkan ibunya menunjukkan dukungan dengan mempertimbangkan perasaan anaknya. Namun, setelah guru sekolah melaporkan penggunaan <i>make up</i> HN kepada ayahnya, sang ayah mulai melarangnya, meskipun ibunya tetap memberikan dukungan hingga saat ini.
KS	KS belajar menggunakan <i>make up</i> secara otodidak dengan menonton konten di platform TikTok. Ia terbiasa merias diri sendiri tanpa bantuan orang lain. Meski demikian, keluarga terkadang memberikan komentar negatif apabila ia menggunakan <i>make up</i> secara berlebihan, seperti pipi atau bibir yang dianggap terlalu merah. Di luar komentar tersebut, keluarganya cenderung membiarkan kebiasaannya menggunakan <i>make up</i> .
FQ	FQ mempelajari teknik <i>make up</i> dari berbagai sumber, seperti influencer di media sosial Instagram dan YouTube, artis Hollywood, keluarga, serta teman-temannya. Ia sering berdandan bersama teman sebelum berangkat ke sekolah, di kelas, atau saat hendak pergi ke kantin, bahkan melakukan <i>touch-up</i> di mobil. Dalam interaksi bersama teman, FQ sering berbagi informasi dan saling memberi saran mengenai produk serta teknik <i>make up</i> . Orang tuanya mendukung minat tersebut dengan memberikan uang dan membelikan produk <i>make up</i> , meskipun tetap menasehatinya agar tidak menggunakan riasan yang terlalu tebal.
HH	HH belajar mengenai <i>make up</i> melalui konten di TikTok dan sering berdandan bersama temannya, HN, yang juga menjadi sumber saran dan kritik dalam hal riasan. Namun, keluarganya kerap menegur HH karena menganggap usianya belum pantas untuk menggunakan <i>make up</i> . Oleh karena itu, HH sering tampil tanpa <i>make up</i> ketika berkumpul bersama keluarga, meskipun keluarganya masih mengizinkannya berdandan pada acara-acara tertentu.
ZF	ZF menyampaikan bahwa karena beberapa teman yang tinggal di komplek dengannya pernah janji-janji untuk jalan-jalan jadi kita ngumpul <i>make up</i> bersama. ZF mengatakan sering koreksi terutama saat membuat alis. Belajar <i>make up</i> ada dari teman namun lebih sering melihat Tik Tok. Kalau dirumah yang ngomel mama jika <i>make up</i> yang digunakan kelihatan tebal kalau mau ke sekolah.
NB	NB lebih sering bertanya ke kakak kalau terkait dengan <i>make up</i> . Kemudian melihat di YouTube dan Tik Tok. NB sangat senang ngan video <i>get ready with me</i> banyak pengetahuan baru yang ia peroleh untuk menjaga <i>make up</i> yang awet, <i>flawless</i> .
SF	SF menyampaikan bahwa jarang melihat tata cara <i>make up</i> di sosial media, namun lebih mencoba sendiri. Kalau tidak cocok di wajah tidak diteruskan. Tapi kalau cocok diteruskan bahkan ke sekolah.
AS	AS menerangkan bahwa Ia belajar ber- <i>make up</i> dari media sosial dan sering diaplikasi jika lagi sendiri. Selanjutnya ia menyampaikan bahwa miminya (Ibu) sering bawel kalau ia dandan ke sekolah bahkan ibunya sendiri yang ngelaporin kalau ia suka ber- <i>make up</i> .
PT	PT memperoleh pengetahuan tentang <i>make up</i> dari media sosial seperti Instagram dan TikTok, di mana ia sering menonton dan meniru tutorial yang ditampilkan. Ia sesekali berdandan bersama teman-temannya ketika bermain di rumah salah satu dari mereka. Keluarganya memperbolehkan penggunaan <i>make up</i> , tetapi dengan batasan agar riasan tidak berlebihan dan tetap terlihat natural.
TL	TL belajar <i>make up</i> dari influencer bernama Celina Aprilia melalui konten tutorial yang menunjukkan cara mengoptimalkan hasil riasan, seperti meningkatkan daya tahan cushion. Ia tidak memiliki teman yang rutin berdandan bersamanya, tetapi sering melakukan kegiatan tersebut bersama saudara-saudaranya. Mereka juga memberikan dukungan dan pujian terhadap penampilan TL setelah berdandan.

Selain media sosial, teman sebaya (*peer group*) menjadi faktor eksternal yang sangat kuat. Remaja seperti HN, FQ, HH, dan ZF sering berdandan bersama teman sebelum berangkat ke sekolah atau saat nongkrong. Aktivitas ini tidak hanya sekadar berdandan, tetapi juga momen sosial untuk saling berbagi teknik, produk, dan validasi sosial. HN merasa termotivasi karena teman-temannya sering berdandan bersama dan saling memuji hasil *makeup*. FQ aktif berbagi saran dan informasi produk dengan teman di kelas atau mobil sekolah. ZF bahkan menyebut bahwa mereka “ber-*make up* bareng” sebelum jalan-jalan, yang memperkuat rasa kebersamaan mereka. Keluarga juga memiliki peran penting, meskipun bentuknya bervariasi antara dukungan, pembatasan, dan pengawasan moral. HN mengalami dinamika menarik: ibunya mendukung karena memahami kebutuhan emosional anaknya, sementara ayahnya menentang setelah mendapat laporan dari guru. HH juga mendapat teguran dari keluarga karena dinilai belum pantas berdandan, namun tetap diizinkan dalam acara khusus. FQ dan NB justru memperoleh dukungan penuh, baik berupa dukungan material (pembelian produk *make up*) maupun dukungan emosional (dipuji hasil *makeup*-nya). AS mengalami kontrol yang lebih ketat, ibunya

bahkan melaporkan penggunaan *make up* AS ke pihak sekolah. Dikarenakan perilaku ber-*make up* terdapat faktor eksternalnya dalam pembentukan citra diri, maka perlu dikaji mendalam mengenai menegosiasikan tekanan standar kecantikan masyarakat dengan perilaku ber-*make up*.

4. Bagaimana remaja menegosiasikan tekanan sosial dan standar kecantikan melalui perilaku ber-*make up*?

Berdasarkan hasil wawancara berkaitan dengan remaja menegosiasikan tekanan sosial dan standar kecantikan melalui perilaku ber-*make up* diperoleh keterangan informasi dari masing-masing subjek pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil wawancara mengenai cara remaja menegosiasikan tekanan sosial dan standar kecantikan melalui perilaku ber-*make up*.

Subjek	Keterangan
HN	Pandangan terhadap perawatan diri menunjukkan bahwa menjaga dan merawat diri dianggap penting, terutama untuk tetap tampil percaya diri meskipun tanpa riasan (<i>bare face</i>). Namun, ada kekhawatiran terhadap penilaian atau komentar negatif orang lain mengenai penampilan, yang memunculkan rasa cemas dan takut dianggap kurang menarik. Respon terhadap komentar semacam itu sering kali berupa canda atau sikap acuh, meskipun secara emosional sebenarnya menimbulkan rasa sakit hati. Pengalaman masa lalu, seperti pernah mendapatkan ejekan fisik, dapat memengaruhi pembentukan citra diri (<i>self-image</i>) dan kepercayaan diri hingga dewasa, sehingga individu menjadi lebih sensitif terhadap penilaian sosial.
KS	Perempuan sebaiknya merawat diri secara menyeluruh, bukan hanya dari segi penampilan wajah. Tidak memakai <i>make up</i> tidak membuatnya merasa berbeda, tetap merasa biasa saja. Seringkali ia mengabaikan komentar orang, namun kadang melakukan introspeksi diri. Kepercayaan diri umumnya terjaga, kecuali jika merasa penampilan pakaian kurang cocok.
FQ	Kecantikan dipahami tidak hanya dari segi fisik, tetapi juga mencakup hati, akhlak, dan sikap seseorang, sehingga penilaian terhadap kecantikan bersifat lebih holistik. Dalam konteks penggunaan <i>make up</i> , individu cenderung tidak memakai <i>make up</i> di hadapan teman dekat atau keluarga, namun memilih mengenyakannya di depan orang yang kurang dikenal seperti teman sekolah, guru, atau saat bepergian untuk meningkatkan rasa percaya diri. Respon terhadap komentar negatif terkadang disikapi dengan balasan tegas sebagai bentuk perlindungan diri. Tingkat kepercayaan diri sangat dipengaruhi oleh situasi dan lingkungan sosial, di mana penggunaan <i>make up</i> berfungsi sebagai alat untuk menambah rasa percaya diri terutama ketika berhadapan dengan orang yang kurang dikenal.
HH	Menurut HH, kunci kecantikan adalah rasa percaya diri yang mampu memancarkan energi positif. Awalnya, ia merasa wajib memakai <i>makeup</i> karena masalah kulit seperti <i>break out</i> , namun setelah konsultasi dengan dokter, ia memakai <i>make up</i> hanya saat diperlukan. Saat menerima komentar, HH biasanya langsung mengecek dan memperbaiki penampilannya jika perlu. Meski demikian, ia tetap merasa percaya diri tanpa <i>makeup</i> , meskipun lebih menyukai tampil dengan <i>make up</i> .
ZF	ZF memberikan keterangan bahwa perempuan dikatakan cantik ketika mukanya bersih, tidak pucat dan berpakaian rapi. ZF, khusus untuk dirinya, ia akan lebih senang jika bruntusan di mukanya tertutupi dengan <i>cushion</i> walaupun samar tapi akan membuat <i>moodnya</i> menjadi sangat bagus. Walaupun begitu, ia biasanya ditegur guru yang membuat dirinya kesal. Tetapi, ia bisa meng- <i>touch up make upnya</i> lagi nantinya.
NB	NB memberikan keterangan bahwa cantik itu tidak selalu berkaitan dengan <i>make up</i> , tapi cara orang bersikap, komunikasi dan memperlakukan orang lain itu lebih terlihat cantik. Biasanya kalau ada yang komentar negatif terhadap <i>make up</i> nya, respon yang diberikan berupa introspeksi diri seperti “mungkin ada benarnya jika dandananku terlalu berlebihan.” Tapi terkadang, ia tidak terlalu memperdulikan komentar negatif orang lain juga.
SF	SF menyatakan bahwa cantik itu ketika muka terlihat <i>fresh</i> , tidak kelihatan pucat dan kulit sehat. Kalau mendapat komentar terhadap dandanannya, tergantung siapa yang tegur dan cara ditegurinya. Ia sangat senang kalau ada yang bilang dirinya cantik dan bulu matanya tampak bervolume.
AS	AS menerangkan bahwa cantik itu ketika wajahnya berwarna tidak pucat dan ketika bibirnya memakai <i>lipgloss</i> dan tidak terlihat kusam. Kalau ada yang memberikan komentar negatif, ia tidak memperdulikannya, karena ia senang jika pipinya ada warna kemerahan.
PT	PT berpendapat bahwa kecantikan tidak harus bergantung pada <i>make up</i> , melainkan pada kulit yang sehat dan bersih melalui perawatan <i>skincare</i> rutin. Saat mengalami <i>break out</i> , ia cenderung menggunakan <i>sunscreen</i> dengan lapisan lebih tebal untuk menutupi. Ketika mendapat komentar soal penampilan yang dianggap berlebihan, PT biasanya berkaca untuk mengevaluasi dan mengurangi pemakaian produk jika perlu. Tingkat kepercayaan dirinya bergantung pada kondisi kulit; saat kulit sehat, ia merasa percaya diri, namun sebaliknya, kepercayaan dirinya akan menurun.
TL	<i>Makeup</i> tidak wajib, yang penting adalah merawat diri dan rutin menggunakan <i>skincare</i> . Respon terhadap <i>make up</i> negatif tidak selalu ada. Saat merasa penampilan kurang maksimal, evaluasi dan penyesuaian dilakukan, misalnya mengubah atau menghapus <i>make up</i> yang terlihat tebal. Tetapi, kepercayaan diri TL tetap terjaga dengan menerima diri apa adanya dan apa pun yang dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap sepuluh subjek (HN, KS, FQ, HH, ZF, NB, SF, AS, PT, TL), tampak bahwa penggunaan makeup di kalangan remaja perempuan SMP Islam Al Azhar 19 Cibubur tidak semata-mata berorientasi pada estetika, melainkan berfungsi sebagai alat negosiasi identitas dan strategi menghadapi tekanan sosial. Tekanan sosial yang dimaksud muncul dari penilaian teman sebaya, lingkungan sekolah, serta standar kecantikan yang beredar di media sosial. Selanjutnya beberapa subjek seperti FQ, HH, dan ZF menunjukkan bahwa makeup digunakan sebagai *alat adaptif* untuk menghadapi tekanan sosial. Mereka cenderung menggunakan makeup saat berada di lingkungan dengan potensi evaluasi sosial tinggi seperti sekolah atau saat bertemu guru dan teman yang kurang dikenal.

Perilaku yang ditunjukkan oleh subjek penelitian dalam menegosiasikan standar kecantikan adalah beberapa subjek seperti KS, NB, dan PT menunjukkan bentuk resistensi terhadap tekanan sosial. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan subjek menolak anggapan bahwa kecantikan hanya berasal dari makeup, dan lebih menekankan pada perawatan diri, sikap positif, dan kesehatan kulit. KS menyatakan bahwa tidak memakai makeup tidak membuatnya merasa berbeda, sedangkan PT menekankan pentingnya kulit sehat melalui *skincare*. Selanjutnya mayoritas subjek menunjukkan bahwa komentar orang lain tentang penampilan masih memiliki pengaruh kuat terhadap citra diri. Subjek seperti HN, SF, dan HH mengaku pernah merasa cemas, tersinggung, atau melakukan evaluasi diri setelah mendapat komentar negatif tentang penampilan. HN bahkan mengaitkan pengalaman masa lalu seperti ejekan fisik dengan rasa cemas terhadap penilaian sosial di masa kini. Hal ini juga diperkuat dari persepsi beberapa subjek (AS, SF, ZF) menjelaskan bahwa makeup membuat mereka merasa lebih segar, ceria, dan bersemangat. Beberapa perilaku yang ditunjukkan oleh responden dapat dipahami bahwa perilaku bermakeup pada remaja perempuan tidak dapat dipahami hanya sebagai kegiatan estetika, melainkan sebagai mekanisme negosiasi sosial dan strategi pembentukan citra diri dalam menghadapi tekanan dan ekspektasi sosial di era digital.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara terhadap sepuluh subjek, ditemukan bahwa perilaku ber-*make up* bagi remaja perempuan SMP Islam Al Azhar 19 Cibubur berfungsi tidak hanya sebagai upaya mempercantik diri, tetapi juga sebagai strategi dalam menegosiasikan identitas dan kesan sosial di hadapan lingkungan sekitar. Subjek seperti FQ, HH, dan ZF mengaku memakai *make up* saat berada di situasi sosial dengan tekanan penilaian tinggi, seperti sekolah, bertemu guru, atau teman yang belum dikenal baik. Hal ini menunjukkan bahwa *make up* digunakan sebagai alat manajemen kesan (*impression management*) (Goffman, 1959), yang bertujuan untuk membentuk citra diri yang diterima oleh lingkungan sosial.

Fenomena ini sejalan dengan temuan Vandenbosch & Eggermont (2022) yang menjelaskan bahwa pengaruh media sosial dengan konten berorientasi penampilan memperkuat kesadaran diri terhadap penilaian eksternal, sehingga remaja cenderung menggunakan strategi visual seperti makeup untuk mengontrol kesan sosial. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Martinac Dorčić et al. (2023) yang menemukan bahwa perbandingan sosial di media visual (Instagram, TikTok) meningkatkan kebutuhan akan konformitas terhadap standar kecantikan yang sedang tren. Dengan demikian, perilaku bermakeup di kalangan remaja dapat dipahami sebagai upaya adaptif terhadap ekspektasi sosial, di mana *make up* berperan ganda: meningkatkan rasa percaya diri, sekaligus melindungi dari penilaian negatif (Perloff, 2021).

Respon terhadap komentar sosial terbukti menjadi faktor kuat dalam pembentukan citra diri. Subjek seperti HN menunjukkan kecenderungan untuk merasa cemas terhadap komentar negatif, sementara NB dan KS mencoba menanggapi kritik dengan introspeksi atau sikap acuh. Hal ini menunjukkan bahwa *peer validation* (validasi dari teman sebaya) memiliki pengaruh besar terhadap stabilitas citra diri remaja. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Veldhuis et al. (2020) menemukan bahwa komentar dan evaluasi dari teman sebaya tentang penampilan berkorelasi

dengan meningkatnya appearance anxiety dan menurunnya body satisfaction pada remaja perempuan. Demikian pula, Tiggemann & Zaccardo (2022) menjelaskan bahwa budaya fitspiration di media sosial memperkuat norma kecantikan yang sulit dicapai dan mendorong pembangunan sosial terus-menerus. Dalam konteks penelitian ini, remaja menggunakan makeup bukan hanya untuk mendapatkan validasi positif, tetapi juga sebagai bentuk proteksi diri dari rasa malu dan ejekan sosial. Strategi ini menggambarkan adanya upaya regulasi diri terhadap tekanan sosial yang terus berlangsung di masa remaja.

Beberapa subjek seperti PT, KS, dan TL memandang makeup sebagai bagian dari rutinitas perawatan diri (self-care). Mereka menekankan bahwa cantik bukan hanya tampilan fisik, tetapi juga kondisi kulit yang sehat dan kebersihan diri. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran makna dari “berhias untuk orang lain” menuju “merawat diri untuk kenyamanan pribadi.” Menurut Jones & Kramer (2023), praktik makeup pada remaja kini berkembang menjadi bentuk emotional regulation—cara mengelola emosi melalui aktivitas yang meningkatkan kontrol diri dan suasana hati. Makeup berperan sebagai mood enhancer yang menambah rasa percaya diri serta menciptakan efek psikologis positif sesaat (Grogan, 2021). Namun, Pengfei (2021) mengingatkan bahwa penggunaan makeup yang terlalu sering dapat memperkuat appearance anxiety, terutama bila sumber rasa percaya diri utama bergantung pada penampilan luar. Oleh karena itu, keseimbangan antara makeup dan perawatan kulit menjadi penting dalam membangun citra diri yang sehat. Temuan ini juga diperkuat oleh Mazzeo et al. (2024) yang menunjukkan bahwa literasi media dan kesadaran terhadap konten estetika digital dapat menurunkan dampak negatif media sosial terhadap citra tubuh remaja.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan kepada faktor eksternal yang mempengaruhi penggunaan *make up* pada remaja perempuan untuk membentuk citra diri adalah Hampir seluruh subjek menyebutkan bahwa mereka mengenal teknik makeup dan produk kecantikan dari media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram. Konten seperti *Get Ready With Me (GRWM)* dan *before-after transformations* mendorong remaja untuk mencoba meniru gaya makeup tertentu. Penelitian Ringborg & Ohlsson (2024) menjelaskan bahwa format GRWM menciptakan efek *social proximity* penonton merasa dekat dengan influencer, sehingga lebih mudah menginternalisasi kebiasaan mereka. Akibatnya, makeup bukan sekadar kosmetik, melainkan menjadi ritual sosial dan sarana penerimaan identitas.

Teman sebaya memainkan peran penting sebagai sumber validasi dan pembentukan norma kecantikan. Dalam penelitian ini, ZF menyebutkan bahwa pujian dari teman dapat memperbaiki mood, sedangkan komentar negatif dapat menurunkan rasa percaya diri. Schreurs et al. (2022) juga menemukan bahwa interaksi dengan teman sebaya di media sosial yang berorientasi pada penampilan memiliki pengaruh langsung terhadap *body dissatisfaction* dan *self-image instability*. Selanjutnya Keluarga dan sekolah menjadi faktor pengaruh dan pengontrol dalam praktik ber-makeup. Beberapa subjek menyebutkan bahwa orang tua membatasi penggunaan makeup dengan alasan kesopanan dan usia. Sementara itu, aturan sekolah Islam juga memberi batasan terhadap makeup yang berlebihan. Pengaruh ini sejalan dengan penelitian Nurhayati & Kurniawan (2022) yang menegaskan bahwa nilai-nilai religius dan etika keluarga dapat membentuk persepsi positif terhadap kecantikan yang seimbang antara lahir dan batin.

Penelitian ini juga menganalisis strategi remaja dalam menegosiasikan tekanan sosial dan standar kecantikan. Berdasarkan temuan penelitian dapat dipahami remaja tidak hanya menjadi objek tekanan sosial, tetapi juga aktor aktif yang menegosiasikan dan menafsirkan ulang standar kecantikan yang berlaku. Dari wawancara, muncul tiga pola negosiasi utama: (1) Remaja menyesuaikan diri dengan norma kecantikan sosial untuk menghindari stigma dan meningkatkan rasa diterima, hal ini selaras dengan perilaku yang ditunjukkan oleh FQ dan HH yang mana kedua subjek penelitian menunjukkan perilaku adaptif terhadap persepsi yang dilontarkan kepadanya. (2) Sebagian remaja menolak definisi kecantikan yang semata visual, dan memilih mendefinisikan kecantikan dari sisi akhlak dan kepribadian, sesuai dengan pemahaman yang disampaikan oleh NB dan KS. kedua subjek ini lebih memilih untuk mengontrol pemikiran logisnya bahwasanya manusia terdiri dari keunikannya masing-masing dan berhak untuk tampil berbeda. (3) Penggunaan *make up* oleh remaja perempuan sebagai representatif sarana ekspresi diri dan pengendalian emosi seperti sikap ZF dan AS merasa lebih senang melihat dirinya menggunakan *make up* bukan karena ingin mendapatkan validasi lingkungannya.

Strategi tersebut menunjukkan adanya proses *self-negotiation* terhadap tekanan eksternal. Menurut Franzoi & Vasquez-Suson (2020), remaja dengan citra diri positif cenderung melakukan refleksi kritis terhadap norma sosial dan tidak mudah terpengaruh oleh penilaian orang lain. Hasil ini mendukung temuan McComb & Tylka (2021) bahwa *upward appearance comparisons* (membandingkan diri dengan sosok yang lebih ideal) dapat menurunkan *self-esteem* jika tidak diimbangi dengan *self-compassion* dan kesadaran kritis.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Analisis Pembentukan Citra Diri pada Remaja Perempuan melalui Perilaku Bermakeup di SMP Islam Al Azhar 19 Cibubur”, dapat disimpulkan bahwa penggunaan makeup oleh remaja perempuan tidak sekadar aktivitas estetika, melainkan menjadi bagian dari ekspresi diri dan proses sosial yang berperan dalam meningkatkan kepercayaan diri serta membentuk citra diri. Praktik bermakeup berkontribusi dalam proses reflektif antara diri ideal dan diri aktual, sehingga citra diri yang terbentuk bersifat dinamis dan dipengaruhi oleh respons lingkungan. Pembentukan citra diri tersebut juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti media sosial, teman sebaya, serta keluarga dan lingkungan sekolah, yang bersama-sama membentuk persepsi kecantikan remaja. Dalam menghadapi tekanan sosial dan standar kecantikan, remaja menunjukkan kemampuan adaptif melalui berbagai strategi seperti adaptasi sosial, resistensi selektif, regulasi emosi, dan redefinisi makna kecantikan, sehingga makeup berfungsi tidak hanya sebagai sarana penampilan, tetapi juga sebagai simbol identitas dan alat kontrol terhadap persepsi sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Laporan penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar semata-mata tidak hanya usaha penulis sendiri, melainkan bantuan tulus dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Kepala sekolah beserta staf jajarannya, guru pembimbing dan narasumber.

REFERENCES

- Amma, D. S. R., Widiani, E., & Trishinta, S. M. (2017). Hubungan citra diri dengan tingkat kepercayaan diri remaja di SMKN 11 Malang kelas XI. *Nursing News: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 2(3).
- Badan Pusat Statistik. (2021). Jumlah Angkatan Kerja 2011-2020. Retrieved from. Badan. Pusat. Statistik. Provinsi. Jawa. Tengah: <https://jateng>.
- Berliana, N. (2018). *Pemakaian kosmetik terhadap kepercayaan diri remaja putri*. *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu*, 1–94.
- Chaplin, J. P. (2009). *Kamus lengkap psikologi* (Alih bahasa K. Kartono). Jakarta: Rajawali Press.
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna penggunaan make up sebagai identitas diri (Studi mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta). *ESocietas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3).
- Franzoi, S. L., & Vasquez-Suson, K. A. (2020). *Body image and self-esteem in adolescence: Understanding body neutrality*. *Journal of Adolescent Research*, 35(6), 775–791. <https://doi.org/10.1177/0743558420916892>
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
- Grogan, S. (2021). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women, and Children* (4th ed.). Routledge.
- Hales, L., & Lagu, M. (2025). The GRWM trend on TikTok and adolescent beauty practices. *Journal of Youth Media and Culture Studies*, 5(1), 15–28. <https://doi.org/10.1016/j.yme.2025.01.003>

- Hidayat, R., Malfasari, E., & Herniyanti, R. (2019). Hubungan perlakuan body shaming dengan citra diri mahasiswa. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 7(1), 79–86.
- Indira, N., & Santosa, R. (2023). Analisis semantik pada jargon make-up dalam video tutorial make-up di YouTube. *Prosiding Seminar Sastra Budaya dan Bahasa (SEBAYA)*, 3, 302–310.
- Izza, A. A. (2022). *Pengaruh perilaku ber-make up terhadap penerimaan diri pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* (Skripsi tidak diterbitkan). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Jones, A., & Kramer, U. (2023). Makeup use and emotional regulation among adolescents: A self-expression perspective. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 17(2), 240–252. <https://doi.org/10.1037/aca0000517>
- Laowe, C. (2019). *Perbedaan self confidence pada penggunaan make-up dan tidak menggunakan make-up pada remaja putri*. Universitas Medan Area. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/11377>
- Lim, S. (2024). Youth beauty consumption and identity construction through digital platforms in Indonesia. *CosmeticsDesign-Asia Journal*, 12(2), 56–68. <https://doi.org/10.1080/asia.2024.058>
- Lee, H., & Oh, H. (2018). The effects of self-esteem on makeup involvement and makeup satisfaction among elementary students. *Archives of Design Research*, 31(2), 85–95. <https://doi.org/10.15187/adr.2018.05.31.2.85>
- Mazzeo, S. E., Brown, A. L., & Smith, H. J. (2024). Mitigating harms of social media for adolescent body image: Evidence and recommendations. *Pediatrics*, 153(2), e2023060234. <https://doi.org/10.1542/peds.2023-060234>
- Martinac Dorčić, T., Smojver-Ažić, S., Božić, I., & Malkoč, I. (2023). Effects of social media social comparisons and identity processes on body image satisfaction in late adolescence. *Europe's Journal of Psychology*, 19(2), 220–231. <https://doi.org/10.5964/ejop.9885>
- Mazzeo, S. E., et al. (2024). Mitigating harms of social media for adolescent body image: Evidence and recommendations. *Pediatrics*, 153(2), 345–356. <https://doi.org/10.1542/peds.2023-060234>
- Meta. (2021). *Internal research report: Teen body image and Instagram*. Meta Platforms Inc
- Mudak, S., & Manafe, F. S. (2023). Pemulihan citra diri remaja madya: Integrasi psikologi dan teologi. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 5(1), 60–72
- McComb, S. E., & Tylka, T. L. (2021). Young women's body image following upward appearance comparisons. *Journal of Adolescence*, 92, 112–124. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2021.09.007>
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhayati, L., & Kurniawan, H. (2022). Citra diri remaja dan pengaruh media sosial terhadap konsep kecantikan. *Jurnal Psikologi dan Perkembangan Remaja*, 9(1), 45–56.
- Perloff, R. M. (2021). Social media use and body image disorders: Social comparison, internalization, and self-objectification. *Current Opinion in Psychology*, 36, 56–61. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.020>
- Pengfei, Q. (2021). The influence of contemporary college students' makeup behavior on subjective well-being: The intermediary role of appearance anxiety. *American Journal of Applied Psychology*, 10(1), 16–20. <https://doi.org/10.11648/j.ajap.20211001.13>
- Ramadhani, T. N., & Putrianti, F. G. (2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir. *Jurnal Spirits*, 4(2), 22–32.
- Ringborg, L., & Ohlsson, I. (2024). Get-Ready-With-Me format and implications for youth beauty practices. *Nordic Journal of Media Studies*, 6(1), 87–102.
- Rombe, S. (2013). Hubungan body image dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(4).
- Sakinah, S. (2018). “Ini bukan lelucon”: Body shaming, citra tubuh, dampak dan cara mengatasinya. *Emik: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan dan Sosial*, 1(1), 53–67.
- Schreurs, L., et al. (2022). Different interactions with appearance-focused social media and body dissatisfaction. *Computers in Human Behavior*, 137, 107418. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107418>
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2022). ‘Strong is the new skinny’: Body image and fitspiration social media. *Body Image*, 40, 202–210. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.11.008>
- Udayanga, K. P., Jayathilaka, D. M., & Perera, S. (2024). Cosmetic use among female university students: Behavioral and cultural influences. *Journal of Asian Youth Studies*, 8(1), 33–45. <https://doi.org/10.1016/j.jays.2024.03.007>
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Body Image*, 41, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.06.005>
- Veldhuis, J., Alleva, J. M., & Bij de Vaate, A. J. D. (2020). The influence of peers on appearance-related concerns in adolescence. *Body Image*, 33, 196–205. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.007>
- Zakirah, D. M. A. (2020). Media sosial sebagai sarana membentuk identitas diri mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya. *Jurnal Kopis: Kajian Penelitian dan Pemikiran Komunikasi Penyiaran Islam*, 2(2), 91–101.