

ABSTRAK

Nama : Mutiara Chalisha Rosyadi
NIM : 44220010128
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : MOTIF, MAKNA, DAN PERILAKU KOMUNIKASI MAHASISWI PENGGUNA KOSMETIK DI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
Pembimbing : Dr. Farid Hamid Umarella M.Si

Terdapat perbedaan dalam cara bersosialisasi dan berkomunikasi pada setiap individu. Ada yang merasa komunikasi akan lebih mudah jika kepercayaan diri tinggi dengan tampilan fisik yang rapi. Sehingga pada hal ini wanita khususnya mahasiswi memiliki dorongan dalam diri untuk meningkatkan penampilan lebih menarik dengan menggunakan kosmetik sebagai suatu motif untuk meningkatkan kepercayaan diri. Maka perlu diketahui motif beberapa mahasiswi pengguna kosmetik, di mana penelitian ini dilakukan di lingkungan Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi yang bertujuan untuk memberikan gambaran suatu gejala sosial tertentu. Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *phainomenon* (menampakkan diri) dan *logos* (akal budi). Fenomenologi merupakan pendekatan yang berfungsi untuk memahami suatu realitas yang berbicara tentang kesadaran manusia terkait fenomena yang terjadi pada lingkungan disekitarnya. Subjek penelitian adalah mahasiswi berusia 19-22 tahun yang menggunakan kosmetik di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan memiliki pengalaman yang menarik tentang kosmetik dibalik penggunaannya. Kosmetik diartikan sebagai bentuk komunikasi interpersonal untuk menambah citra diri dan memiliki pesan artifaktual dalam ranah komunikasi non verbal. Hasil yang didapatkan adalah penggunaan kosmetik pada mahasiswi telah dilakukan sejak duduk di bangku sekolah dan memiliki motif dorongan internal dan eksternal. Motif internal yaitu untuk membangun citra diri, mendapat perhatian dari lawan bicara, dan menutupi kekurangan diri. Sedangkan motif eksternal didasari oleh faktor dorongan orang terdekat, ajakan, tuntutan pekerjaan, dan pengalaman masa lalu yang meningkatkan rasa percaya diri atau mengekspresikan diri dibanding saat tidak menggunakan kosmetik. Makna terkait penggunaan kosmetik yang digunakan mahasiswi memiliki arti untuk meningkatkan kepercayaan diri dan mengekspresikan diri.

Kata kunci: Motif, makna, kosmetik, komunikasi, fenomenologi.

ABSTRACT

Name : Mutiara Chalisha Rosyadi
NIM : 44220010128
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title Internship Report : MOTIF, MAKNA, DAN PERILAKU KOMUNIKASI MAHASISWI PENGGUNA KOSMETIK DI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
Counsellor : Dr. Farid Hamid Umarella M.Si

There are differences in how individuals socialize and communicate. Some feel that communication will be easier if confidence is high with a neat physical appearance. So in this case women, especially female students, have an internal encouragement to improve a more attractive appearance by using cosmetics as a motive to increase self-confidence. So it is worth knowing the motives of some female students who use cosmetics, where this research was conducted in the environment of the Communication Science Study Program at Mercu Buana University Jakarta. This research uses qualitative research using a phenomenological approach that aims to provide a description of certain social symptoms. Phenomenology comes from the Greece phainomenon (appearing) and logos (reason). Phenomenology is an approach that serves to understand a reality that talks about human consciousness related to phenomena that occur in the environment around them. The research subjects are female students aged 19-22 years who use cosmetics in the Universitas Mercu Buana Communication Science study program and have interesting experiences about cosmetics behind their use. Cosmetics are interpreted as a form of interpersonal communication to enhance self-image and have artifactual messages in the realm of non-verbal communication. The results obtained are the use of cosmetics in female students has been practiced since they were in school and has internal and external motives. Internal motives are to build self-image, get attention from other people, and cover up personal flaws. Meanwhile, external motives are based on the encouragement of the closest people, invitations, job demands, and past experiences that increase self-confidence or express themselves compared to when not using cosmetics. The meaning related to the use of cosmetics used by female students has a meaning to increase self-confidence and express themselves.

Keywords: *Motives, meaning, cosmetics, communication, phenomenology*