

SKRIPSI

**PERILAKU KONSUMSI REMAJA PENGGUNA
PRODUK SKINCARE WAJAH DI DESA RENGAS
PITU KECAMATAN SP.PADANG KABUPATEN OKI**



**PUTRI DELANA SARI
07021181823173**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

SKRIPSI

PERILAKU KONSUMSI REMAJA PENGGUNA PRODUK SKINCARE WAJAH DI DESA RENGAS PITU KECAMATAN SP.PADANG KABUPATEN OKI

(Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1
Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya)



**PUTRI DELANA SARI
07021181823173**

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022**

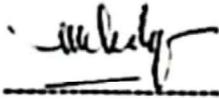
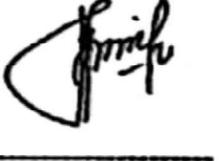
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“PERILAKU KONSUMSI REMAJA PENGGUNA PRODUK
SKINCARE WAJAH DI DESA RENGAS PITU KECAMATAN
SP.PADANG KABUPATEN OKI”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-I**

Oleh :

**PUTRI DELANA SARI
07021181823173**

Pembimbing I	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Eva Lidya, M.Si</u> NIP. 195910241985032002	 _____	15/9/2022 _____
Pembimbing II		
2. <u>Gita Isyanawulan, S.Sos., MA</u> NIP. 198611272015042003	 _____	16/9/2022 _____

Mengetahui, 16 September 2022
Ketua Jurusan,



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**PERILAKU KONSUMSI REMAJA PENGGUNA PRODUK
SKINCARE WAJAH DI DESA RENGAS PITU KECAMATAN
SP.PADANG KABUPATEN OKI**

Skripsi

PUTRI DELANA SARI

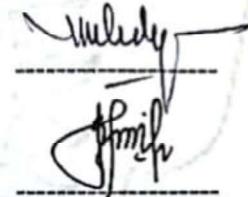
07021181823173

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 27 September 2022**

Pembimbing :

1. Dra. Eva Lidya, M.Si
NIP. 195910241985032002
2. Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

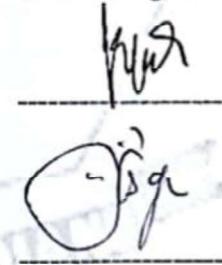
Tanda Tangan



Penguji :

1. Safira Soraida, S.Sos., S.Sos
NIP. 198209112006042001
2. Muhammad Izzudin, S.Si., M.Sc
NIP. 198806222019031011

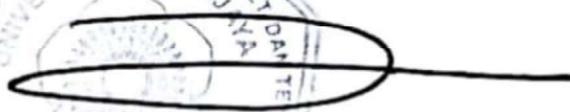
Tanda Tangan



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,

Ketua Jurusan



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, TEKNOLOGI DAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISIONLITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Delana Sari

NIM : 07021181823173

Jurusan : Sosiologi

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang saya yang berjudul "Perilaku Konsumsi Remaja Pengguna Produk Skincare Wajah di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang Kabupaten OKI" ini benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi saya sudah di atas merupakan jiplakan karya orang lain (Plagiarisme), terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 21 September2022

Yang buat pernyataan,



PUTRI DELANA SARI..

NIM 07021181823173

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- Jangan terlalu ambil hati ucapan seseorang, terkadang manusia hanya punya mulut tetapi belum tentu punya pikiran (Albert Einstein).
- Sesungguhnya allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka sendiri mengubah keadaan pada diri mereka sendiri (Qs. Ar-Rad ayat 13).
- *“Great things are not done by impulse, but by a series of small things brought together” (Vincent Van Gogh).*

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak (Edi Kusno) dan Ibu (Sarima)
2. Keluarga
3. Dosen pembimbing skripsi, Ibu Eva Lidya, M.Si dan Mba Gita Isyanawulan, S.Sos., MA.
4. Seluruh teman dan sahabat perjuangan
5. Almamater tercinta dan Universitas

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillah robbil'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT karena atas segala nikmat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat diberikan kesehatan dan kekuatan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul "Perilaku Konsumsi Remaja Pengguna Produk Skincare di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang Kabupaten OKI". tak lupa sholawat serta salam penulis tuturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta pengikutnya hingga akhir zaman. Skripsi ini ditulis dan diajukan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Sosiologi (S.Sos) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Penulis dalam penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang terkait dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Anis Saggaff, MSCE selaku rektor Universitas Sriwijaya beserta jajaran pengurus rektorat lainnya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya beserta jajarannya.
3. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Dra. Eva Lidya, M.Si selaku pembimbing 1 yang telah membimbing, membantu serta memberikan masukan dan saran terkait penulisan skripsi dari awal sampai akhir, sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Mba Gita Isyanawulan S.Sos, MA selaku Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya dan Sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bantuan, saran, masukan, semangat dan bimbingannya selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Dr. Dadang Hikmah Purnama M.Hum selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa mengarahkan serta memberikan motivasi mengenai akademik penulis.

7. Seluruh Dosen Sosiologi, Staff dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu, bantuan dan arahan selama penulis berkuliah.
8. Terkhusus untuk kedua orang tua penulis Bapak Edi Kusno dan Ibu Sarima tercinta terima kasih untuk doa yang selalu dipanjatkan, dukungan dan motivasi serta kasih sayang yang tiada henti diberikan kepada penulis.
9. Untuk kakak kandung penulis Sepridiansyah, yuk ipar penulis Yuliana terima kasih untuk dukungan baik secara moral maupun materil kepada penulis dan terima kasih keponakan Atallah Yushep Pranata yang menghibur disaat penulis sedang down.
10. Mbak Yuni Yunita, S.Sos selaku admin Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terima kasih atas bantuan administrasinya selama ini.
11. Terima kasih Kepada diri saya sendiri yang selama pembuatan skripsi yang telah kuat melawan rasa malas, banyak belajar dari kesalahan baik dari perilaku maupun penulisan sehingga penulis sampai dibagian titik terakhir ini.
12. Terima kasih kepada wawak Suryani S.Sos yang telah memberikan motivasi, penyemangat dan dukungan baik secara moral maupun materil kepada penulis.
13. Kepada teman-teman DOLOR TUE (sayana, siti,siska) terima kasih telah memberikan semangat kepada penulis.
14. Kepada temanku hernita terima kasih telah membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi ini dan telah memberikan dukungan secara moral yang sering direpotkan oleh peneliti.
15. Kepada kakakku kak Rani Septiani terima kasih telah memberikan motivasi semangat tiada henti-nya kepada peneliti sehingga peneliti menyelesaikan skripsi ini.
16. Untuk semua para informan dalam penelitian ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, sehingga penulis bisa mendapatkan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan penelitian ini.
17. Untuk semua teman-teman Jurusan Sosiologi 2018. Terimakasih untuk pengalaman, ilmu, kerja keras, kebersamaan, keceriaannya selama masa perkuliahan.
18. Kepada keluarga dan teman-teman Asrama Muba terimakasih telah menjadi saksi sejarah dalam perjuangan dari awal kuliah.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan untuk perbaikan skripsi ini. semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan untuk penelitian selanjutnya.

Indralaya, 27 September 2022

Penulis

Putri Delana Sari
Nim. 07021181823173

ABSTRAK

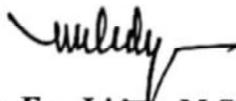
PERILAKU KONSUMSI REMAJA PENGGUNA PRODUK SKINCARE WAJAH DI DESA RENGAS PITU KECAMATAN SP.PADANG KABUPATEN OKI

Skripsi ini berjudul “Perilaku Konsumsi Remaja Pengguna Produk Skincare Wajah di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang Kabupaten OKI”. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi remaja perempuan menggunakan produk skincare wajah. Secara khusus, tujuan penelitian ini untuk mengetahui latar belakang remaja perempuan menggunakan berbagai macam produk skincare wajah dan bentuk perilaku remaja menggunakan produk skincare wajah. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode fenomenologi. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive*, pengumpulan data dilakukan dengan observasi non partisipan, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah bahwa yang melatar belakangi remaja perempuan menggunakan berbagai macam produk skincare wajah adalah faktor pribadi dan faktor sosial. Adapun faktor pribadi yang dialami yaitu tidak cocok dengan dengan barang yang digunakan dan keadaan ekonomi yang tidak menentu sedangkan faktor sosial diantaranya adanya dorongan dari keluarga, teman sepermainan dan media sosial. Bentuk perilaku remaja menggunakan produk skincare wajah dikarenakan sudah kebiasaan menggunakan skincare wajah yang murah dan berbahaya, keinginan mencoba produk baru dan menggunakan skincare wajah tidak berlebihan.

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, Remaja, Skincare Wajah

Indralaya, 27 September 2022
Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing I



Dra. Eva Lidya, M.Si
NIP. 195910241985032002

Pembimbing II



Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

Ketua Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu, Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198806222019031011

SUMMARY

CONSUMPTION BEHAVIOR OF ADOLESCENT USERS OF FACIAL SKINCARE PRODUCTS IN RENGAS PITU VILLAGE, SP. PADANG DISTRICT, OKI REGENCY

This research is entitled "Consumption Behavior of Adolescent Users of Facial Skincare Products in Rengas Pitu Village, Sp. Padang District, OKI Regency". This study aims to determine the consumption behavior of adolescent girls using facial skincare products. In particular, the purpose of this study was to find out the background of teenage girls using various kinds of facial skin care products and the behavior of teenagers using facial skin care products. This type of research is descriptive qualitative with phenomenological method. Determination of informants using purposive techniques, data collection is done by non-participant observation, interviews, and documentation. The results of this study are that the background of teenage girls using various kinds of facial skincare products are personal factors and social factors. The personal factors experienced were not compatible with the goods used and uncertain economic conditions, while social factors included encouragement from family, playmates and social media. The behavior of teenagers using facial skin care products is due to the habit of using cheap and dangerous facial skincare, the desire to try new products and not excessive use of facial skincare.

Keywords: Consumption Behavior, Teenagers, Facial Skincare

Certify,

Advisor I



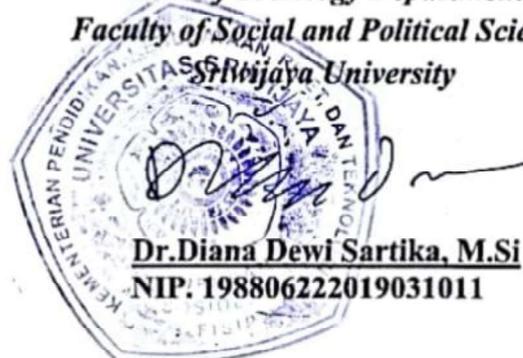
Dra. Eva Lidya, M.Si
NIP. 195910241985032002

Advisor II



Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

**Head of Sociology Department
Faculty of Social and Political Science
Sriwijaya University**



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198806222019031011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
MOTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
<i>SUMMARY</i>.....	<i>xi</i>
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Umum	6
1.3.2 Tujuan Khusus.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Pemikiran	17
2.2.1 Perilaku Konsumsi.....	17
2.2.2 Macam-Macam Perilaku Konsumsi	18
2.2.3 Faktor-faktor Perilaku Konsumsi	19

2.2.4 Bentuk-bentuk Perilaku Konsumsi	21
2.2.5 Remaja	21
2.2.6 Produk Skincare Wajah	22
2.2.7 Teori Konsumsi Jean Baudrillard	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Lokasi Penelitian	26
3.3 Strategi Penelitian	27
3.4 Fokus Penelitian.....	28
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.6 Kriteria dan Penentuan Informan.....	29
3.7 Peranan Penelitian	30
3.8 Unit Analisis Data.....	30
3.9 Teknik Pengumpulan Data	30
3.10 Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data.....	31
3.11 Teknik Analisis Data	32
3.12 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI).....	35
4.2 Gambaran Umum Kecamatan Sp.Padang.....	36
4.3 Gambaran Umum Desa Rengas Pitu	38
4.3.1 Letak Geografi Desa Rengas Pitu.....	39
4.3.2 Demografi Desa Rengas Pitu.....	39
4.3.3 Pendidikan di Desa Rengas Pitu	39
4.3.4 Kesehatan di Desa Rengas Pitu	40
4.3.5 Mata Pencarian di Desa Rengas Pitu	41
4.4 Gambaran Informan Penelitian.....	41
4.4.1 Informan Utama.....	42
4.4.2 Informan Pendukung	43

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	46
5.1 Latar Belakang Remaja Perempuan Menggunakan Berbagai Macam Produk Skincare Wajah	46
5.1.1 Faktor Pribadi	48
5.1.1.1 Tidak Cocok Dengan Merk Yang Digunakan	48
5.1.1.2 Keadaan Ekonomi.....	50
5.1.2 Faktor Sosial	52
5.1.2.1 Dorongan Dari Keluarga.....	52
5.1.2.2 Teman Sepermainan.....	53
5.1.2.3 Media Sosial.....	54
5.2 Bentuk Perilaku Remaja Perempuan Menggunakan Produk Skincare Wajah	57
5.2.1 Kebiasaan Menggunakan Produk Yang Murah dan Berbahaya	57
5.2.2 Menggunakan Skincare Tidak Berlebihan.....	59
5.2.3 Keinginan Mencoba Produk Yang Baru.....	62
BAB VI PENUTUP	64
6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Produk Skincare di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang .	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Fokus Penelitian	28
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	34
Tabel 4.1.1 Jumlah Kecamatan, Jumlah Desa, Jumlah Kelurahan, Jumlah penduduk Setiap Kecamatan Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI).....	36
Tabel 4.3.1 Usia dan Jumlah Penduduk Desa Rengas Pitu	38
Tabel 4.3.2 Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kepala Keluarga memiliki Kartu Keluarga di Desa Rengas Pitu 2022.....	39
Tabel 4.3.3 Kategori Pendidikan di Desa Rengas Pitu.....	40
Tabel 4.3.4 Sarana dan Prasarana Kesehatan di Desa Rengas Pitu 2022.....	40
Tabel 4.3.5 Jenis Mata Pencariandi Desa Rengas Pitu.....	41
Tabel 4.4.1 Daftar Informan Utama	43
Tabel 4.4.2 Daftar Informan Pendukung	45
Tabel 5.1 Latar belakang Remaja Perempuan Menggunakan Berbagai Macam Produk Skincare Wajah	56
Tabel 5.2 Bentuk Perilaku Konsumsi Remaja Menggunakan Produk Skincare Wajah	62

DAFTAR BAGAN

2.2 Bagan Kerangka Berpikir.....	25
5.1 Latar belakang Remaja Perempuan Menggunakan Berbagai Macam Produk Skincare di Desa Rengas Pitu	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	4
Gambar 2	4
Gambar 4.1 Peta Wilayah Kabupaten Ogan Komering Ilir (OKI).....	35
Gambar 4.2 Peta Wilayah Kecamatan Sp.Padang.....	37
Gambar 4.3 Peta Wilayah Desa Rengas Pitu.....	38

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kosmetik berasal dari kata Yunani yang berarti upaya untuk memperindah tubuh manusia secara keseluruhan. Kosmetik merupakan suatu komponen sandang yang sangat penting peranannya dalam kehidupan masyarakat, dimana masyarakat tertentu sangat bergantung pada kesediaan kosmetik. Komposisi bahan yang digunakan dalam kegiatan guna memperindah bagian tubuh, dulu yang diramu dari bahan tradisional yang terdapat di dalamnya. Namun, saat ini kosmetik tidak hanya dari bahan tradisional tetapi juga terdapat beberapa bahan racikan tradisional dan modern dalam kemasan sehingga lebih cepat memperindah kecantikannya (Rahmawanty, 2019). Berdasarkan asal katanya kosmetik adalah ramuan bahan-bahan yang digunakan untuk dipakai, dilekatkan, dan disemprotkan dibagian tubuh manusia dengan maksud untuk mempercantik, membersihkan, memelihara dan menambah daya tarik bagi orang yang memakainya (Latifah, 2013). Macam-macam produk yang terdapat dalam kosmetik seperti foundation, serum, lipstik, eyeshadow, eyeliner, eyebrow, skincare dan sebagainya. Saat ini produk kosmetik tidak hanya digunakan pada laki-laki melainkan pada kaum wanita terutama kepada remaja perempuan (Juliarty & Baby, 2019).

Pada umumnya produk perawatan wajah itu muncul dalam bentuk *facial wash*. Menurut Ferrianadewi, (2005) produk kosmetik sesungguhnya mengalami resiko pemakaian yang perlu diperhatikan mengingat kandungan bahan-bahan kimia tidak selalu memberikan efek yang sama untuk setiap pemakainya. Banyak sekali produk kosmetik seperti *skincare* wajah dipasaran yang menjanjikan bisa mengatasi semua masalah kulit pada wanita. Namun sebagai konsumen kita harus mempertimbangkan kembali jenis produk dan *merk* seperti apa yang akan kita gunakan dan kita beli. Salah satunya yaitu tentang produk kosmetik yang digunakan pada kaum perempuan ialah produk *skincare* wajah.

Pada saat ini, produk kecantikan memiliki berbagai macam varian dan jenis dari kosmetik sendiri yang sangat beragam mulai dari komposisi hingga manfaat yang diberikan oleh produk itu sendiri. Serta memiliki kesan bahwa semua produk kecantikan

tersebut penting untuk digunakan pada semua kalangan yang bisa memberikan kesehatan pada kulit. Ada beberapa jenis perawatan kulit wajah seperti *cleanser*, *facial wash*, *toner*, *krim* pelembab, serum, dan *suncream* (Ridwan, 2012). Dengan adanya pernyataan seperti itu, justru menimbulkan sebuah permasalahan baru dalam menggunakan produk skincare wajah dalam waktu yang lama serta bisa membuat kulit wajah terlihat indah selamanya atau bahkan merusak sistem kulit asli yang ada pada wajah sebelumnya.

Remaja yang paling banyak menggunakan produk kosmetik ialah pada remaja awal perempuan. Masa remaja merupakan masa transisi perkembangan dari anak-anak menuju ke masa remaja. Yang mana masa remaja banyak terjadinya perubahan seperti pada perubahan fisik, psikis, sosial untuk mencari jati dirinya, masa remaja disebut masa yang paling menyenangkan dan sangat sulit bagi remaja. Oleh karena itu, pada masa transisi ini remaja masih dalam proses perkembangan dan masih dalam pengawasan orang tua dan juga sangat rentan untuk dipengaruhi oleh lingkungan dan teman-temannya (Papalia, 2015). Santrock, (2007) Mendefinisikan remaja dibedakan menjadi remaja awal dan remaja akhir. Dalam masa perkembangan remaja awal yang perkembangannya berada pada masa sekolah baik di Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA), Sedangkan pada masa remaja akhir atau masa pertengahan perkembangan menuju ke dewasa. Pada masa ini salah-satu masa dimana kehidupan pribadi masih bersifat sementara dan juga masa pada remaja terutama perempuan yang rentan terhadap dipengaruhi oleh lingkungan maupun dari teman-temannya sekitar yang merupakan salah-satu hal yang menjadi faktor penting dalam menggunakan suatu produk untuk masalah kecantikan.

Perilaku dalam menggunakan produk *skincare* wajah ialah keinginan mereka sendiri yang ingin mengalami perubahan fisik yang menonjol serta dalam diri seorang wanita biasanya juga membutuhkan perawatan meski hanya pada bagian wajah saja yang meliputi selain sabun muka, pensil alis, eyeliner, lipstik, maskara dan yang tak kalah penting yaitu *skincare* untuk menunjang penampilannya sehari-hari. Salah-satu kecamatan yang memiliki remaja rentan terhadap produk kosmetik terutama pada skincare ialah Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang. *Skincare* sendiri tidak hanya digunakan pada ibu-ibu tetapi pada lokasi ini pengguna produk *skincare* pada remaja yang usianya mulai memasuki masa perkembangan awal remaja yang memiliki kulit wajah masih alami dalam pertumbuhan justru sudah menggunakan berbagai macam produk.

Untuk mendapatkan produk tersebut remaja tidak sulit untuk membelinya karena produk-produk *skincare* sekarang sudah banyak ditemukan seperti di pasar, Indomaret atau Alfamart atau di *reseller skincare*. Banyaknya dari remaja perempuan yang menggunakan produk *skincare* membuat remaja tersebut menjadi akan ketergantungan terhadap dari pemakaian produk tersebut. Remaja perempuan di Desa Rengas Pitu yang berusia 15-18 tahun yang jenjang pendidikan remaja berada pada tahap SMP dan SMA yang status sosialnya masih dalam tanggungan kepada orang tua. Remaja tersebut memiliki kondisi sosial keluarga yang orang tua tidak berpendidikan tinggi sampai ke jenjang sarjana. Berdasarkan informan pendukung ada dua orang tua remaja perempuan berpendidikan pada jenjang Sekolah Menengah Pertama dan jenjang Sekolah Menengah Atas ada dua orang serta pada tingkatan Sekolah Dasar ada dua orang. Keadaan ekonomi keluarga remaja perempuan bisa dikatakan jauh dari berpenghasilan tinggi dikarenakan mayoritas di Desa tersebut sebagai bermata pencaharian pada sektor petani padi dan sebagai ibu rumah tangga. Jadi, dapat disimpulkan bahwa keadaan ekonomi keluarga mempengaruhi remaja perempuan dalam mengkonsumsi suatu produk *skincare* yang akan mereka gunakan.

Dalam melakukan pengambilan keputusan untuk menggunakan suatu yang akan dikonsumsi ada tiga tahap yang harus diperhatikan yaitu tahap masukan, tahap proses dan tahap keluaran (hartini, 2021). Pada tahap masukan tahapan dimana usaha pemasaran dan pengaruh dari eksternal akan mempengaruhi terhadap pengenalan pada suatu produk, dan pada tahap ini akan mempengaruhi apa yang akan kita beli oleh konsumen. Kemudian pada tahap proses adalah tahapan dimana seseorang konsumen menentukan suatu keputusan sebelum melakukan pembelian produk tersebut. Pada tahap keluaran adalah tahapan yang dilakukan setelah menentukan pembelian suatu barang atau produk yang meliputi perilaku pembelian.

Berdasarkan observasi awal ada tujuh remaja perempuan yang di wawancara untuk mendapatkan data mengenai produk *skincare* apa saja yang dikonsumsi. Salah satunya peneliti menguraikan tiga remaja yang menggunakan produk *skincare* ialah pada remaja yang berinisial VR dengan usia umur 16 tahun. Remaja yang berinisial VR pertama kali menggunakan produk *skincare* yang bermerk *cream SP*, setelah satu tahun pemakaiannya ternyata pada tahun 2019 remaja tersebut mencoba beralih ke produk Fair&lovely. Akan tetapi pada tahun 2020 ia mengganti produk dengan memakai 2 produk sekalipun yaitu

produk *suncren* wardah dan *BB cream* wardah sampai tahun 2021. Remaja yang berinisial BN dengan umur 16 tahun juga melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan oleh VR, awal pertama kali BN menggunakan produk *Cream SP* pada tahun 2019, setelah satu tahun pemakaiannya saudara BN mengganti dengan menggunakan *Cream Rose* dan *Fair&lovely*, tetapi tidak lama memakai produk tersebut, 2021 saudara BN menambah tiga produk untuk digunakan secara bergantian yaitu produk *Serum Inflora Feeling*, *Suncren* wardah, dan *My baby* tabur. Remaja perempuan yang berinisial MS dengan umur 20 tahun juga melakukan hal yang sama yang dilakukan oleh VR dan BN. MS mengkonsumsi *skincare* pertama kali pada tahun 2018 yang pada saat itu hanya menggunakan *Cream SP* saja, tidak lama beberapa bulan MS mengganti produk dengan menggunakan *skincare merk* Tabita, tidak lama kemudian MS mengganti lagi produk dengan merk MH yang dikonsumsi kurang lebih satu tahun pemakaiannya. Tetapi, pada awal 2021 MS mengganti lagi ke produk *Ms.Glow*.

Uraian di atas menunjukkan bahwa remaja selalu menggunakan *skincare* wajah yang telah menjadi kebutuhan dasar bagi setiap perempuan. Dari pengamatan sehari-hari dapat dikatakan bahwa banyak orang yang memperhatikan kecantikan, kebersihan dan kesehatan akan penampilannya. Produk *skincare* yang digunakan oleh remaja Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang tidak hanya memakai *skincare* dari bahan tradisional tetapi terdapat bahan modern (merkuri). Dalam kesehariannya dapat diketahui bahwa perempuan selalu mengkonsumsi produk perawatan wajah yang membuat perempuan tidak terlepas dari tuntutan tampil cantik dan menarik.



Gambar 1



Gambar 2

Pada gambar diatas merupakan salah satu produk *skincare* yang digunakan oleh remaja perempuan di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang Kabupaten OKI Berdasarkan penjelasan remaja yang menggunakan produk *skincare* peneliti mengelompokkan uraian tersebut dalam bentuk tabel di bawah.

Tabel 1.1
Pengguna Produk Skincare di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.padang

No.	Nama Pengguna	Umur	Tahun Pemakaian & Nama Produk			
			2018	2019	2020	2021
1.	VR	16 Thn	Cream SP	Fair&lovely	1. Cream Suncren Wardah 2. Bb Cream Wardah	1. Cream Suncren Wardah 2. Bb Cream Wardah
2.	DD	16 Thn	-	Hk	1. Kolagen 2. My Baby	1. Kolagen 2. My Baby
3.	EW	16 Thn	-	Cream SP	1. Cream Rose 2. Suncren Emina 3. Moisturizer	1. Cream Rose 2. Suncren Emina 3. Moisturizer
4.	BN	16 Thn	-	Cream SP	1. Cream Rose 2. Fair&Lovely	1. Cream Rose 2. Fair&Lovely 3. Serum Inflora Feeling 4. Suncren Wardah 5. My Baby Tabur
5.	MS	20 THn	SP	Tabita	MH	1. Ms Glow 2. Tabita 3. MH 4. Ms Glow Cream Rose
6.	TS	17 Thn	Tumulawak	Tumulawak	Tumulawak	Cream Rose
7.	SY	15 Thn	Hk	Hk	1. HTMH 2. My Skincare	1. Rose 2. My Baby

Sumber: Diolah Peneliti, 2021

Dari uraian latar belakang di atas, menimbulkan rasa keingintahuan yang tinggi dalam diri penulis, sehingga hal ini mendorong penulis untuk mengetahui terkait dengan permasalahan tersebut dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Perilaku Konsumsi Remaja Pengguna Produk Skincare Wajah di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang Kabupaten OKI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang akan dijadikan sebagai saranan dalam penelitian ini adalah **“Bagaimana perilaku konsumsi remaja pengguna produk skincare wajah di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang Kabupaten OKI”**.

Adapun dari rumusan masalah tersebut, berikut dipaparkan beberapa pertanyaan-pertanyaan peneliti:

1. Apa yang melatarbelakangi remaja perempuan menggunakan berbagai macam produk skincare wajah ?
2. Bagaimana bentuk perilaku remaja perempuan menggunakan produk skincare wajah?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Adapun tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Perilaku Konsumsi Remaja Pengguna Produk Skincare Wajah di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang kabupaten OKI.

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini untuk mengetahui jawaban dari rumusan masalah diatas yaitu:

1. Untuk mengetahui latarbelakang remaja perempuan dalam menggunakan berbagai mcama produk skincare wajah?
2. Untuk mengetahui bentuk perilaku remaja perempuan menggunakan produk skincare wajah?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna dan menjadi bahan referensi dalam ilmu pengetahuan Sosiologi khususnya pada Sosiologi Ekonomi, serta dapat memberikan pengetahuan terkait perilaku konsumsi remaja di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang Kabupaten OKI.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan menambah wawasan tentang perilaku konsumsi yang ada di Desa Rengas Pitu Kecamatan Sp.Padang Kabupaten OKI. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilaksanakan untuk menyelesaikan studi guna untuk mendapatkan dan memperoleh gelar sarjana (S1) pada jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu

Politik Universitas Sriwijaya. Serta sebagai bentuk pengaplikasian ilmu pengetahuan selama perkuliahan ke dalam karya nyata.

c. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk perhatian masyarakat agar lebih berhati-hati dalam memakai skincare wajah yang aman untuk digunakan apalagi dalam jangka waktu yang panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Aceng Ridwan Fauzi dan Rina Nurmalina. (2012). *Merawat Kulit dan Wajah*. PT Elex Media Komputindo.
- Arwin. (2020). *Buku Ajar Pengantar Ekonomi Mikro* (Ahmad Dzull Ilmi Syarifuddin (ed.)). Cendekia Publisher.
- Bagja Waluya. (2007). *Sosiologi Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat* (Bagja Waluya (ed.); Hari Fakhr). PT Setia Purna Inves
- Dina Rahmawanty, D. I. S. (2019). *Teknologi Kosmetik*. CV IRDH.
- Dr. Hj. Dewi Indriani Jusuf. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online* (Arie pramesta (ed.); 1st ed.). ANDI (Anggota IKAPI).
- Dr. Nugroho J. Setiadi. (2019). *Perilaku konsumen; perspektif kontemporer pada motif, tujuan dan Keinginan Konsumen edisi Ketiga*. PrenadaMedia Group.
- hartini. (2021). *perilaku konsumen*. media sains indonesia.
- Hurlock. (2015). *Psikologi Perkembangan* (Ridwan Max Sijabat (ed.)). Penerbit Erlangga.
- Ismail Nurdin, S. H. (2019). *Metode Penelitian Sosial* (Lutfiah (ed.)). Media Sahabat Cendekia.
- Iwan Hermawan. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Methode* (pertama). Hidayatul Quran Kuningan.
- Jean Boudrillard. (2004). *Masyarakat Konsumsi* (Abdullah Sumrahadi dan Hadi Purwanto (ed.)). Kreasi Wacana.
- Jhon W. Santrock. (2007). *Remaja edisi kesebelas* (Wibi Hardani (ed.)). Erlangga.
- Lexy J. Moleong. (2002). *metode penelitian Kualitatif* (Tjun Surja). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- M. Yusnita. (2010). *Pola perilaku konsumen dan produsen* (Yui (ed.)). ALPRIN.
- Mahfudlah Fajrie. (2016). *Budaya masyarakat pesisir jawa tengah* (1 sd ed.). CV.Mangku Bumi Media.

- Masayu Rosyidah dan Rafiq Fijra. (2021). *Metode Penelitian*. BUDI UTAMA.
- Nana Triapnita Nainggolan dkk. (2020). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Janner Simamata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Nurwulan Purnasari, F. H. (2020). *Serba-Serbi Mindset Halal* (Guepedia/La (ed.)). Guepedia.
- Papalia, R. (2015). *Menyelami Perkembangan Manusia* (R. D. F. Diane E. Papalia (ed.)). Catur Sasongko.
- Rita Ambarwati dan Supardi. (2021). *Manajemen Operasional dan Implementasi dalam Industri*. Pustaka Rumah Cita.
- Sugiyono. (2010). *metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* (10th ed.). ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.

Sumber Jurnal :

- Achmad Gilang Maulana dkk. (2021). *fenomena influencer marketing dalam pembentukan perilaku konsumtif mahasiswa studi fenomenologi mahasiswa akuntansi universitas negeri malang*. 1(8), 100–111.
- Andriani, N. F., & Setiawan, A. H. (2020). *Analisis preferensi konsumen terhadap penggunaan produk skincare korea selatan dan lokal*. 9, 1–8.
- Arlinda Nidia Corinna, E. F. C. (2019). *pola perilaku konsumsi generasi millennial terhadap produk fashion perspektif monzer khaf: studi mahasiswa universitas airlangga*. 6(2), 319–330.
- Arnandiza Amirul Khafida; Frieda NRH. (2020). *Hubungan Antara Knformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare di Marketplace Pada Remaja Putri SMA N 1 Kendal*. 8(Nomor 3), 106–110.
- Beralkohol, M., Remaja, P., Tahun, U., Sri, M., Saputri, A., Selly, J. B., & Djogo, H. M. A. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN KONSUMSI DI SMAN 6 KUPANG*. 5, 26–33.
- Juliarty, D. A., & Baby, S. (2019). *Perilaku Konsumsi Produk Kosmetik di Kalangan Mahasiswa Laki-laki Unsoed*. 3(12), 85–94.
- Martha, M. T. F. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Produk Kosmetik Ramah Lingkungan*. 3(2), 218–227.
- Nurastuti, N., Stie, U., & Penelitian, A. (2021). *Analisis gaya hidup pada perilaku*

konsumsi remaja.

- Nurul Huda, Hulmansyah, N. R. (2017). *Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal pada Kalangan Mahasiswa Muslim Nurul Huda*. 32, 247–270. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i2.3944>
- Rahyuda, I. K. (1963). *PERILAKU REMAJA PUTRI DALAM PEMBELIAN PRODUK HIJAU “ THE BODY SHOP ” DI KOTA DENPASAR* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia tersebut menimbulkan perhatian lingkungan bagi kelompok konsumen yang. 1963–1982.
- Ramadhani, N. U., Wibawa, B. M., & Gunawan, J. (2019). Analisis Sikap Konsumen Perempuan terhadap Produk Green Skincare: Pendekatan Multiatribut Fishbein. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 8(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i1.41624>
- Rose, E., Lukiani, M., Rizka, A. N., & Afandi, T. Y. (2021). *Peran Instagram dalam Membentuk Perilaku Konsumsi Remaja*. 5(1), 97–104.
- Sefira Rizki Ayu Nindia dkk. (2019). *perilaku membeli produk pemutih wajah di kalangan perempuan pekerja millent tempat pelelangan ikan jongor kelurahan tegalsari kota tegal*. 8(2), 725–737.
- Syauki, W. R., Ayu, D., & Avina, A. (2020). *Persepsi dan preferensi penggunaan skincare pada perempuan milenial dalam perspektif komunikasi pemasaran*. 4(2), 42–60.
- Ulfiyatun Ni'mah dan Rohmatun. (2017). *Hadiwibowo (Sunastiko , Frieda , & Putra , 2013) juga mendefinisikan citra diri sebagai representasi seseorang terhadap dirinya , pikiran orang lain tentang dirinya baik tentang cara seseorang memandang maupun tentang pikiran penilaian seseorang terhada*. 12(2), 69–78.