**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Konteks Penelitian**

Komunikasi merupakan hal yang tidak dapat terlepaskan dalam kehidupan manusia khususnya dalam kehidupan sehari – hari karena manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan satu sama lain untuk saling bergantung. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mengubah pendapat, sikap atau perilaku serta mempengaruhi yang dilakukan baik secara *verbal* maupun *non–verbal*. Komunikasi digunakan untuk menciptakan atau meningkatkan aktivitas hubungan antara manusia atau kelompok, dan untuk bertahan hidup. Tanpa adanya komunikasi, tidak akan terjadi interaksi, pertukaran pikiran dan lain – lain.

Komunikasi adalah suatu [proses](https://id.wikipedia.org/wiki/Proses) di mana seseorang atau beberapa orang, [kelompok](https://id.wikipedia.org/wiki/Kelompok), [organisasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Organisasi), dan [masyarakat](https://id.wikipedia.org/wiki/Masyarakat) menciptakan, dan menggunakan [informasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Informasi) agar terhubung dengan [lingkungan](https://id.wikipedia.org/wiki/Lingkungan) dan orang lain. Komunikasi adalah proses penyampaian [informasi](https://id.wikipedia.org/wiki/Informasi), pesan, ide, gagasan dari satu pihak kepada pihak lain. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan berita atau pesan dari dua orang atau lebih supaya pesan yang dimaksud bisa dipahami. Tujuannya antara lain untuk memudahkan proses pengiriman pesan agar komunikan dapat dengan mudah menerimanya.

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk juga didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dapat dipandang sebagai sesuatu yang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ genital bagian luar) atau gigi dan membran mukosa mulut terutama untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan dan atau memperbaiki bau badan atau melindungi atau memelihara tubuh pada kondisi baik. Kosmetik sudah dikenal manusia sejak berabad-abad yang lalu. Pada abad ke–19, pemakaian kosmetik mulai mendapat perhatian yaitu selain untuk kecantikan juga untuk kesehatan. Dahulu pembagian antara produk kosmetika dan obat jelas. Hampir semua kosmetika tidak lebih dari pelembab, pembersih dan produk pewarna. Saat ini batasan antara produk obat dan kosmetik untuk perawatan kulit menjadi samar-samar. Banyak kosmetik dipasarkan dengan pernyataan untuk mempercepat pembentukan sel – sel baru, membangun jaringan penunjang kulit, memperbaiki kerusakan kulit dan memperbaiki skin aging.

Berbagai jenis kosmetika tersedia di pasaran dan digunakan sebagai kebutuhan sehari – hari. Secara kimiawi suatu kosmetika terdiri dari suatu bahan aktif yang disesuaikan kegunaannya, bahan kimia tersebut dapat berupa logam atau non logam. Berbagai jenis kosmetik dapat dijumpai di berbagai tempat, seperti salon kecantikan, klinik kecantikan, ataupun di tempat kesehatan. Kosmetik biasanya digunakan untuk mempercantik diri ataupun menjaga kulit serta memperbaiki kulit, hal ini merupakan sebuah usaha untuk meningkatkan kepercayaan diri seseorang. *Brauer EW* dan *Principles of Cosmetics for the Dermatologist* bahkan membuat klasifikasi penggolongan kosmetik dengan 4 jenis, diantaranya perlengkapan mandi, perawatan kulit, riasan, dan pewangi. Sedangkan menurut medis dari Rumah Sakit Cipto Mangunkusumo Jakarta menggolongkan kosmetik dalam 3 jenis, yaitu kosmetika pemeliharaan dan perawatan, kosmetika rias/dekoratif, dan kosmetika pewangi/parfum.

*Makeup remover* dan *makeup cleansing* merupakan bagian dari jenis kosmetika pemeliharaan kulit, yang berguna untuk menghapus riasan atau makeup pada wajah setelah menggunakan makeup. Namun *makeup remover* berbeda jenisnya dengan *makeup cleansing*, sama-sama termasuk dalam jenis pembersih wajah tetapi makeup cleansing hanya dapat membersihkan wajah sedangkan *makeup remover* adalah suatu kesatuan dari pembersih yang dapat membersihkan riasan atau *makeup* secara menyeluruh dan memberikan hasil yang maksimal dalam menghapus riasan. *Makeup remover* hadir dalam beberapa bentuk seperti minyak, gel, krim dan *tissue*. Tersedia juga *makeup remover* khusus untuk mata dan bibir.

*Micellar water* termasuk ke dalam kelompok *makeup remover* yang berguna sama seperti *makeup remover*, namun micellar water merupakan kombinasi antara air yang dimurnikan, mengandung pelembap kulit seperti gliserin, serta surfaktan ringan dalam jumlah yang sangat kecil. Seluruh komposisi tersebut kemudian membentuk bola – bola mikroskopis yang disebut micelle, yang berperan sebagai magnet terhadap kotoran dan minyak. *Micellar water* menjadi salah satu tren baru dalam hal produk kecantikan yang menggabungkan air dengan proses sains. Belakangan ini *micellar water*banyak digunakan para penata rias profesional dan model di Eropa, hingga menjadi salah satu produk paling esensial dan sangat dibutuhkan dalam dunia kosmetik.

Garnier *Micellar Cleansing Water* adalah produk pembersih wajah tanpa bilas No. 1 yang terlaris di dunia sekaligus di Indonesia. Produk Garnier *Micellar Cleansing Water* memberikan pemahaman bahwa pentingnya menjaga kebersihan wajah setelah menggunakan riasan atau *makeup*, produk ini ditunjukan khususnya kepada kaum wanita yang menggunakan riasan wajah atau *makeup*. Garnier *Micellar Cleansing Water* berfungsi untuk menghapus riasan atau *makeup*, membersihkan kotoran, dan sekaligus dapat menyegarkan wajah dalam satu usapan lembut, tanpa perlu dibilas. Produk ini cocok untuk semua jenis kulit, termasuk untuk kulit yang cenderung sensitif karena Garnier *Micellar Cleansing Water* ini mempunyai dua varian produk. Produk yang pertama untuk kulit sensitif dan produk kedua untuk kulit yang cenderung normal.

Berkaitan dengan penggunaan Garnier *Micellar Cleansing Water* terhadap konsep diri, yaitu konsep diri dinyatakan melalui sikap dirinya sebagai sebuah aktualisasi dalam diri individu tersebut. Manusia sebagai organisme mempunyai dorongan untuk berkembang yang pada akhirnya menyebabkan ia sadar akan keberadaan dirinya. Perkembangan yang berlangsung tersebut kemudian membantu pembentukan konsep diri individu yang bersangkutan. Perasaan individu bahwa ia tidak mempunyai kemampuan yang ia miliki, padahal segala keberhasilan bergantung kepada cara individu memandang kualitas diri yang dimiliki. Pandangan dan sikap negatif terhadap kualitas kemampuan yang dimiliki dapat mengakibatkan individu memandang seluruh tugas sebagai suatu hal yang sulit untuk diselesaikan.

Konsep diri ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku menggunakan sebuah produk yang berasal dari dalam diri individu, hal ini disebabkan oleh faktor dari dalam dan dari luar dirinya. Dalam ilmu psikologi, ada yang disebut konsep diri dan harga diri. Anggapan itu lalu akan memunculkan kompenen afektif yang disebut harga diri. Konsep diri mempengaruhi semua tingkah laku individu dalam kehidupannya termasuk juga dalam kegiatan sehari – harinya.

Konsep diri juga mengacu terhadap sebuah penilaian seseorang mengenai dirinya sendiri yaitu berdasarkan seberapa berharga dirinya tersebut, penghargaan diri inilah yang dikatakan sebagai perasaan yang diperoleh seseorang pada saat tindakan yang dilakukannya sesuai dengan versi ideal orang tersebut mengharapkannya. Dengan kata lain, seseorang akan merasa berharga apabila suatu hal yang dilakukannya mendapat penghargaan yang sama dengan apa yang diharapkannya dari orang lain dan berdampak pada dirinya sendiri.

Konsep diri dapat berkaitan dengan pengguna produk Garnier *Micellar Cleansing Water*, yang dimana penggunanya berpendapat atau bahkan mempunyai pandangan bahwa dengan memakai produk Garnier *Micellar Cleansing Water* dapat memberikan efek yang baik terhadap kulit wajah setelah menggunakan riasan atau *makeup*, hal ini dikarenakan faktor dari luar dan faktor dari dalam dirinya sendiri yang ia rasakan setelah memakai produk tersebut. Sehingga hal ini merupakan sebuah gambaran mengenai apa yang orang-orang bayangkan, nilai dan rasakan terhadap dirinya sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti Garnier *Micellar Cleansing Water* dan menjadikannya sebagai sebuah penelitian berupa skripsi, dengan judul **“Konsep Diri Pengguna Garnier *Micellar Cleansing Water* di Kalangan Mahasiswa”**.

1. **Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**
2. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka peneliti memfokuskan penelitian pada : Bagaimana **“Konsep Diri Pengguna Garnier *Micellar Cleansing Water* di Kalangan Mahasiswa”**.

1. **Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian diatas, maka fokus masalah yang akan peneliti angkat adalah :

1. Bagaimana *Perceptual* pengguna Garnier *Micellar Cleansing Water*?
2. Bagaimana *Conceptual* pengguna Garnier *Micellar Cleansing Water*?
3. Bagaimana *Attitudinal* pengguna Garnier *Micellar Cleansing Water*?
4. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**
5. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian dan fokus penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui bagaimana *Perceptual* pengguna Garnier *Micellar Cleansing Water.*
2. Untuk mengetahui bagaimana *Conceptual* pengguna Garnier *Micellar Cleansing Water.*
3. Untuk mengetahui bagaimana *Attitudinal* pengguna Garnier *Micellar* *Cleansing Water*.
4. **Kegunaan Penelitian**
5. **Kegunaan Teoritis**
6. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan menjadi sumber bacaan yang dibutuhkan sebagai ilmu pengetahuan di bidang komunikasi.
7. Dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan konsep diri untuk di bidang Humas (Hubungan Masyarakat).
8. Dapat menambah sumber ilmu serta menjadi sumber informasi di bidang psikologi komunikasi mengenai konsep diri.
9. Dapat memberikan jawaban atas permasalahan yang akan diteliti.
10. Dapat menjadi sumber referensi dan bahan masukan pemikiran serta informasi bagi penelitian lainnya yang menyangkut tentang konsep diri.
11. **Kegunaan Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan mengenai kecantikan khususnya terhadap penggunaan Garnier *Micellar Cleansing Water* untuk kalangan khalayak luas, khususnya wanita baik itu kalangan pelajar, mahasiswa maupun untuk kalangan pekerja lainnya. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memilih produk yang akan digunakan, sehingga khalayak dapat memahami mengenai pentingnya menggunakan *makeup remover* khususnya Garnier *Micellar Cleansing Water* setelah menggunakan riasan atau *makeup*.