

**PERBEDAAN KONFORMITAS PADA REMAJA PUTRI PENGGUNA KOSMETIK
PEMUTIH WAJAH DITINJAU DARI USIA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Oleh:

**Reinisya Rizky Putri P
125120307111038**

**JURUSAN PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2017**

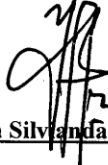
LEMBAR PENGESAHAN

**PERBEDAAN KONFORMITAS PADA REMAJA PUTRI PENGGUNA
KOSMETIK PEMUTIH WAJAH DITINJAU DARI USIA**

Disusun Oleh:
Reinisy Rizky Putri Prabandari
NIM. 125120307111038

Tim Penguji:

Ketua Majelis Sidang Penguji



Ika Adita Silvandari, S.Psi., M.Psi

NIK. 20110282011102001

Sekretaris Majelis Sidang Penguji



Ulifa Rahma, S.Psi., M.Psi

NIK. 2013098803132001

Ketua Penguji



Unita Werd Rahajeng, S.Psi., M.Psi

NIK. 2013048103262001

Anggota Penguji



Ika Rahma Susilawati, S.Psi., M.Psi

NIK. 2011028402202001

Malang, 25 Juli 2017

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Brawijaya Malang,



LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Reinisya Rizky Putri Prabandari

NIM : 125120307111038

Menyatakan dengan kesungguhan bahwa skripsi yang berjudul “ **Perbedaan Konformitas Pada Remaja Putri Pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Ditinjau Dari Usia** ” adalah benar-benar karya saya sendiri untuk memperoleh gelar sarjana pada program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya, Malang. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi diberi tanda kutipan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila kemudian hari Terbukti ada pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, Februari 2017

Yang membuat pernyataan

Reinisya Rizky Putri P.

NIM. 125120307111038

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, serta kekuatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Perbedaan Konformitas Pada Remaja Putri Pengguna Kosmetik Pemutih Wajah Ditinjau Dari Usia ”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana pada program studi Psikologi Universitas Brawijaya dan sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama menempuh pendidikan di Universitas Brawijaya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Psikologi. Penulis menyadari seutuhnya bahwa tanpa bantuan dari beberapa pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan selesai dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT** atas karunia dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga dengan izinnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
2. **Prof. Dr.Unti Ludigdo, Ak.** selaku dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu politik Universitas Brawijaya Malang yang selalu member semangat dan dorongan kepada seluruhma hasiswanya.
3. **Cleoputri Al Yusainy, S.Psi., M.Psi., Ph.D.** selaku Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya Malang
4. **Ika Adita Silviandari, S.Psi., M.Psi. & Ulifa Rahma, S.Psi., M.Psi.** selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan dan kesabaran yang telah diberikan kepada penulis yang tidak akan pernah saya lupakan.
5. **Ibu Ika Rahma Susilawati, S.Psi., M.Psi.** selaku dosen pembimbing akademik yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi semangat apapun dari awal semester sampai saya menyelesaikan studi

6. **Ibu Unita Werdi Rahajeng, S.Psi., M.Psi** selaku dosen penguji yang telah memberi banyak motivasi dan masukan untuk kesempurnaan skripsi ini
7. **Ayah Ir. Budi Purnomo Putra, Mama Ken Dyah Prabandari, dan Putranda** sebagai orang tua dan adik terbaik yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, dan doa yang tidak ternilai harganya sehingga member motivasi untuk secepatnya menyelesaikan skripsi ini.
8. **Nenek, Kakek, Tante dan Om Bustanul serta Adik Adik Sepupu** saya yang tiada henti dan senantiasa memberikan dukungan, perhatian, dan doa yang tidak ternilai harganya pula sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. **Billy Citra Permadi** sebagai semangat yang selalu memberikan dukungan dan bersabar menjadi tempat keluh kesah saat penulis mulai bosan dan jenuh sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. **Sahabat Saya- Gitta, Afit, Annisa, Ata, Owi, Reska, Wiga, Uwi, Sueb, Noe, Doni, Angga, Yuda, Nungki, Rufa, Alief, Aji, Jundi, Mardiana, Julia, Fiqa, Karin, Titis, Vivi** yang selalu memberikan motivasi, membantu kesulitan saya, tempat keluh kesah, mau direpotkan, dan penghibur bagi penulis disaat sedang merasa bosan dan stress dalam penyelesaian skripsi. *“Guys, i don’t know how i am here without you, Love”*
11. **Kos Maharani- Bu siti, Icus, Zerlin, Retno, Lina, Dina, Riski, Ita, Tika, & Adel** Keluarga satu atap selama di Malang yang tiada henti memberikan motivasi dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi.
12. **Prinaninda, Ririn, dan Ayin.** Kakak satu atap selama di Malang yang selalu berbagi motivasi dan waktunya sehingga tetap semangat.

13. **Teman-teman Psikologi 2012** yang saling bertukar informasi dan saling memberikan dukungan satu sama lain dalam proses penyelesaian skripsi.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan-perbaikan kedepan. Penulis juga berharap hasil dari penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca khususnya mahasiswa Psikologi Universitas Brawijaya

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	4
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR LAMPIRAN.....	11

Abstrak.....	12
Abstract.....	13
BAB I.....	
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan.....	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Penellitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
A. Konformitas	Error! Bookmark not defined.
1.Pengertian Konformitas	Error! Bookmark not defined.
2.Dasar-Dasar Konformitas	Error! Bookmark not defined.
3.Faktor yang Mempengaruhi Konformitas...	Error! Bookmark not defined.
4.Dimensi Konformitas.....	Error! Bookmark not defined.
B. Remaja.....	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi Remaja	Error! Bookmark not defined.
2.Tahap-tahap Perkembangan Remaja.....	Error! Bookmark not defined.
C. Kosmetik Pemutih Wajah.....	Error! Bookmark not defined.
1.Definisi Kosmetik Pemutih Wajah	Error! Bookmark not defined.
2.Komposisi utama	Error! Bookmark not defined.
3.Efek kosmetik pada terhadap kulit.....	Error! Bookmark not defined.
D.Konformitas pada remaja pengguna kosmetik pemutih wajah ditinjau dari usia.	Error!
Bookmark not defined.	

E. Kerangka pemikiran atau alur pemikiran **Error! Bookmark not defined.**

METODE PENELITIAN.....**Error! Bookmark not defined.**

A. Desain Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

B. Definisi Operasional **Error! Bookmark not defined.**

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling **Error! Bookmark not defined.**

1. Populasi **Error! Bookmark not defined.**

2. Sampel **Error! Bookmark not defined.**

3. Teknik sampling **Error! Bookmark not defined.**

D. Instrumen Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

E. Tahapan Pelaksanaan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

1. Tahap Persiapan **Error! Bookmark not defined.**

2. Tahap Pelaksanaan **Error! Bookmark not defined.**

3. Tahap Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**

F. Pengujian Alat Ukur **Error! Bookmark not defined.**

1. Analisis Item **Error! Bookmark not defined.**

G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**

1. Validitas **Error! Bookmark not defined.**

2. Reliabilitas **Error! Bookmark not defined.**

H. Teknik Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**

1. Uji Asumsi Klasik **Error! Bookmark not defined.**

2. Uji Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV **Error! Bookmark not defined.**

HASIL DAN PEMBAHASAN..... **Error! Bookmark not defined.**

A. Hasil Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

1. Gambaran Umum Lokasi dan Subjek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

2. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
B. Uji Asumsi.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
D. Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Skor Alternatif Respon pada Skala **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. Blue Print Skala Konformitas **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. Hasil Analisis Item Skala Konformitas ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. Hasil Validitas Tampang **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 5. Indeks Koefisien Reliabilitas *Cronbach's Alpha* **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 6. Hasil Uji Coba Skala Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 7. Identitas dan Data Demografis Subjek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 8. Persamaan Skor Hipotetik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 9. Perbandingan Skor Hipotetik dan Skor Empirik Variabel Konformitas **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 10. Ketentuan Kategorisasi Jenjang Bagi Subjek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 11. Kategorisasi Subjek **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 12. Uji Normalitas..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 13. Uji Homogenitas **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 14. Uji Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Skala Konformitas	
Hasil Try Out Skala Konformitas	52
Hasil Uji Normalitas	55
Analisa Deskriptif	56
One Way Anova	57
PostHoc.....	58

PERBEDAAN KONFORMITAS PADA REMAJA PUTRI PENGGUNA KOSMETIK PEMUTIH WAJAH DITINJAU DARI USIA

Abstrak

Reinisya Rizky Putri Prabandari

(125120307111038)

reirizky@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah perbedaan konformitas dari ketiga kategori usia pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di Kota Malang. Kategori usia yang dimaksud adalah usia remaja awal, remaja tengah, dan remaja akhir. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 remaja putri dengan populasi seluruh remaja putri di kota Malang. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala konformitas yang dimodifikasi dari Utama (2011). Penelitian ini menggunakan uji hipotesis *one way anova* dan diketahui $P=0.047$ lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak, sehingga remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di kota Malang memiliki nilai konformitas yang berbeda-beda di setiap rentang usia.

Kata Kunci: Konformitas, Kosmetik Pemutih, Remaja

DIFFERENCES OF CONFORMITY IN ADOLESCENT (YOUNG WOMAN) USERS BLEACHING COSMETIC FACE REVERSED FROM AGE

Abstract

Reinisya Rizky Putri Prabandari

(125120307111038)

reirizky@gmail.com

This research aims to determine whether the three ages of young women have different conformity for using bleaching cosmetic in the Malang City. The categories of age that the researcher means are early adolescent, middle adolescence and late adolescent. The number of samples that is used in this research is 100 of young women with a population of all young women in the Malang City. The measuring tools that is used in this research is the conformity scale which is modified by Hutama (2011). This research uses one way anova hypothesis. If $p=0.047$ smaller than 0.05 so H_0 is rejected. So, young women who use bleaching cosmetic in the Malang City have different conformity value in every age range.

Key word: Conformity, bleaching cosmetic, adolescent

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perempuan dan kecantikan menurut beberapa orang adalah dua hal yang sulit dipisahkan. Berbicara mengenai perempuan, adalah juga bicara mengenai kecantikannya. Karenanya, tuntutan untuk selalu tampil cantik akan selalu mengikuti sosok perempuan kemana pun ia pergi, dimana pun ia berada, dan pada usia yang mana pun (Puspa, 2010). Pada beberapa abad yang lalu, saat Asia diperintah oleh Inggris, muncul beberapa opini mengenai ras putih dan ras hitam. Hal ini menunjukkan bahwa warisan kolonial menjadi faktor salah satu penyumbang untuk keyakinan bahwa keindahan kulit seseorang adalah kulit yang berwarna putih (Shubish, 2007). Salah satu negara Asia yang memiliki sejarah tersebut adalah Indonesia.

Perempuan lebih dikenal sebagai seorang individu yang mudah sekali terpengaruh dengan perubahan-perubahan, terutama inovasi tentang hal-hal yang dapat merubah penampilan fisik dalam hal ini produk kosmetik. Berdasarkan hasil riset dari *Usage & Habit Study* tahun 1997 tentang konsumen di Indonesia, diperoleh gambaran bahwa sekitar 85% wanita Indonesia memiliki kulit cenderung coklat dan 55% wanita Indonesia ingin memiliki kulit lebih putih (Sjabadhyni, 2001).

Menurut Prabasmoro (2003) dan Yulianto (2007), keterpesonaan masyarakat Asia (Indonesia) terhadap kulit yang lebih putih tidak bisa dilepaskan dari sejarah masa lalu Indonesia sebagai sebuah negara jajahan. Dengan kata lain

terdapat wacana kolonial (*colonial discourse*) yang kental dalam iklan-iklan produk pemutih kulit tersebut. Demikian khususnya para wanita telah meningkatkan penggunaan kosmetik pemutih kulit. Intensitas penggunaan kosmetik kulit ini tentu dilakukan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya untuk lebih putih, cantik dan menarik. Cara kerjanya dengan mencegah aktivitas melanin yang memberi warna gelap pada kulit saat terkena cahaya matahari maupun dengan cara pengelupasan kulit terluar sehingga didapatkan hasil kulit yang lebih bersih dan putih (Tresnasari, 2001).

Menurut survey, salah satu pengguna kosmetik pemutih wajah yang marak adalah remaja perempuan. Winardi (2002) mengatakan bahwa fenomena saat ini banyak kosmetik pemutih kulit merupakan produk yang paling banyak beredar dan diminati. Menurut Wulansari (2008) kosmetik adalah bahan-bahan yang digunakan wanita yang berhubungan dengan kecantikan atau untuk mempercantik diri (wajah, kulit, rambut dan sebagainya). Dengan menggunakan kosmetik remaja akan mempunyai perasaan bahwa mereka lebih cantik dan menarik (Wadarmita, 2007).

Masa remaja merupakan suatu masa yang menjadi lebih diperhatikan, karena masa remaja merupakan masa yang penuh gejolak dimana remaja memiliki dunia tersendiri. Selain itu masa remaja juga merupakan waktu yang paling berkesan dalam kehidupan individu (Fatimah, 2006). Agar dapat diterima oleh kelompoknya, remaja akan mencontoh gaya bahasa, pakaian dan tingkah laku kelompok dan remaja juga akan membentuk peraturan-peraturan kelompok yang melarang masuk siapa saja yang tidak termasuk kelompoknya (Djiwanndono, 2002). Hal itu seakan-akan telah menjadi

suatu norma atau tuntutan yang harus diikuti oleh remaja tersebut sehingga menimbulkan kecenderungan individu untuk menyamakan pola perilaku dan gaya hidup teman-teman sekelompoknya. Perilaku mengikuti atau menyamakan tingkah laku yang terjadi dalam remaja-remaja ini biasanya disebut sebagai konformitas (Desmita, 2005).

Baron dan Byrne (2005) mengatakan bahwa konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka (Santrock, 2002). Berdasarkan penjelasan beberapa tokoh diatas, maka mengindikasikan bahwa adanya keinginan individu untuk merasa *conform* dengan komunitasnya menimbulkan seseorang melakukan konformitas dengan cara menyamakan perilaku dan gaya hidup kelompok acuannya, yaitu penggunaan kosmetik pemutih wajah.

Remaja putri menyadari bahwa daya tarik fisik berperan penting dalam hubungan sosial (Tambunan dalam Murisal, 2012). Remaja ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitas remaja secara umum dan bagian dari kelompok teman sebaya secara khusus. Demi pengakuan tersebut, remaja seringkali bersedia melakukan berbagai upaya meskipun bukan sesuatu yang diperlukan atau berguna bagi mereka. Hal yang sama juga didapat dari penelitian Reynald dalam Nashori (Astar, 2012) yang menunjukkan bahwa remaja putri memiliki kecenderungan yang lebih besar dalam membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan dirinya seperti

kosmetik, busana, sepatu, dan aksesoris. Mereka juga berusaha membentuk citra atau image dirinya dan upaya ini terlihat dalam suatu gambaran tentang cara setiap remaja putri mempersepsikan dirinya. Termasuk dalam cara menampilkan diri secara fisik sehingga mendorong remaja melakukan berbagai upaya agar tampilan fisiknya sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka seperti kosmetik (Sihotang, 2009). Daya tarik fisik yang dimiliki oleh remaja putri merupakan aset yang penting sebagai alat untuk memikat orang lain. Disamping itu, lingkungan juga memberikan lebih banyak penilaian yang rinci mengenai penampilan remaja putri (Hurlock, 2010). Remaja putri yang selalu ingin memperbaiki penampilan, hal ini disebabkan supaya mereka lebih percaya diri dan terlihat lebih menarik, salah satunya dengan menggunakan kosmetika wajah (Iswara, 2004).

Remaja memiliki tingkatan usia yang berbeda. Di Indonesia sendiri, remaja memiliki batasan usia yaitu 15 -24 tahun. Namun, jangka waktu tersebut berbeda-beda antara satu peneliti dan peneliti lainnya. Salah satunya adalah Monks dkk. Monks menyebutkan bahwa remaja dibagi menjadi usia remaja awal, remaja tengah, dan remaja akhir dengan rentang usia yang berbeda. Monks, Koeners, & Hadito (2001) membedakan usia para remaja yaitu remaja awal atau pubertas yaitu 12 sampai 15 tahun, masa remaja pertengahan yaitu 15 sampai 18 tahun, dan masa remaja akhir yaitu 18 sampai 21 tahun. Remaja awal hingga remaja akhir inilah yang disebut masa *adolescent*.

Menurut Willis (Dalam Sarwono, 2004), mendefinisikan konformitas sebagai usaha individu untuk terus menerus selaras dengan norma-norma kelompok, maka jika

persepsi individu tentang norma-norma (standart social) berubah, ia akan mengubah tingkah lakunya pula (Sawrono, 2014). Sears dkk. (2002) juga berpendapat bahwa tekanan yang dihasilkan oleh pihak mayoritas akan mampu menimbulkan konformitas, sehingga pendapat yang sudah disetujui oleh sebagian besar anggota kelompok akan diikuti oleh semua kelompok. Berdasarkan jenis kelamin, konformitas lebih mudah terjadi pada remaja putri, khususnya dalam hal perubahan fisik dan kegiatan kelompok.

Menurut Santrock (2007), konformitas cenderung jauh lebih kuat pada usia 14-15 tahun atau pada kelas sembilan dan konformitas remaja cenderung menurun dan stabil di akhir masa sekolah menengah atas. Hal ini terjadi karena kesesuaian antara orangtua dan kawan sebaya mulai meningkat di beberapa bidang, selain itu pada usia ini para remaja mulai mengembangkan gaya keputusan yang lebih mandiri dari pengaruh kawan-kawan sebaya dan orangtua. Tetapi dalam penelitian lain mengatakan bahwa konformitas juga memiliki peranan kuat pada remaja tengah. Menurut Papalia & Olds, 2001, pada masa remaja khususnya remaja pertengahan banyak mengalami perkembangan baik dari segi fisik, kognitif, kepribadian, dan sosial. Jika dilihat dari segi kognitif, masa remaja berada pada tahap formal operation, dimana seseorang telah mampu berfikir secara abstrak, mampu memahami bahwa tindakan yang dilakukan saat ini memberikan efek pada masa yang akan datang (Papalia & Olds, 2001). Asch (Dalam Tapiheru, 2005) menyatakan bahwa dalam penelitiannya, hal tersebut terjadi kepada wanita karna karena sifat-sifat pada wanita yang umumnya penuru, pasif, dan tunduk pada otoritas, mengalah, dan enggan memunculkan konflik dalam upaya menjaga keharmonisan. Hal itu mendukung terjadinya konformitas.

Sejalan pula dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Pratiknyo pada tahun 2008, keinginan untuk tampil cantik dan menarik yang diduga mendorong mahasiswi untuk mengkonsumsi produk kecantikan pemutih wajah tersebut. Kebiasaan kelompok remaja untuk membeli barang kosmetik tersebut dapat menjadi norma yang secara tidak langsung harus dilakukan oleh semua anggota teman sebaya yang berada di dalamnya, sehingga norma ini dapat merubah perilaku seorang remaja. Oleh karena itu dari penjelasan diatas, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai gambaran konformitas pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di Kota Malang khususnya remaja tengah usia 15-18 tahun.

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian berikut ini ditujukan dalam pertanyaan: Apakah ada perbedaan konformitas pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di kota Malang ditinjau dari kategori usia ?

C. Tujuan

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui perbedaan konformitas pada remaja pengguna kosmetik pemutih wajah di kota Malang ditinjau dari kategori usia.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pengembangan ilmu mengenai pengertian apa itu konformitas dan bagaimana gambaran konformitas dengan remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di kota Malang.

2. Manfaat Praktis

Beberapa manfaat praktis yang dapat diberikan dari penelitian ini:

- a. Memberikan informasi mengenai bagaimana gambaran konformitas pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah.
- b. Memberikan pengertian mengenai apa itu kosmetik pada remaja di Kota Malang.
- c. Memberikan pengertian mengenai apa itu kosmetik pemutih dan jenis jenis kosmetik pemutih yang dapat dipakai oleh remaja.

E. Penellitian Terdahulu

1. Hubungan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik pada Remaja Putri di SMA Negeri 8 Malang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untk melihat apakah terdapat hubungan konformitas dengan teman sebaya dengan perilaku konsumtif produk kosmetik pada Remaja Putri. Teknik pengambilan sampel menggunakan tekhnik *probability sampling. Simple random Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang remaja putri. Alat ukur yang digunakan ialah skala konformitas. Teman sebaya yang digunakan dalam penelitian ini oleh Astuti (2014) dan skala perilaku konsumtif pembelian kosmetik yang

diadaptasi dari skala yang digunakan dalam penelitian ini oleh Wardhani (2009). Alat ukur tersebut diuji dengan validitas muka, *reliabilitas alpha cronbach* dan daya diskriminasi *item total correlation*. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode analisis korelasi dengan uji normalitas menggunakan *one sample kolmogorov smirnov*, Uji linearitas menggunakan analisis regresi sederhana dan uji hipotesis menggunakan uji korelasi *pearson product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara konformitas dengan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri di Kota Malang.

2. Hubungan Konformitas, Kepercayaan Diri, *Locus Of Control*, *Strategi Coping* Dan *Sensation Seeking* Terhadap Intensi Menggunakan Ganja Dikalangan Mahasiswa Di Samarinda.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan konformitas, kepercayaan diri, *locus of control*, strategi *coping* dan *sensation seeking* terhadap intensi menggunakan ganja di kalangan mahasiswa di Samarinda. Data dikumpulkan dengan metode angket dan di analisis menggunakan korelasi kendall's tau untuk mengetahui seberapa besar hubungan dan kemampuan prediksi kelima variabel bebas terhadap variabel terikat. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang mahasiswa di Samarinda yang didapatkan menggunakan *accidental sampling*. Hasil analisis hubungan konformitas terhadap intensi menggunakan ganja dengan menggunakan uji korelasi didapatkan hasil $r = 0.970$ dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Hal ini

disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat dan signifikan. Antara variabel kepercayaan diri terhadap intensi menggunakan ganja yaitu $r = 0.974$ dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$) menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang sangat kuat dan signifikan, hasil uji statistik antara variabel *locus of control* terhadap intensi menggunakan ganja didapatkan hasil $r = -0.635$ dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$), variabel strategi *coping* terhadap intensi menggunakan ganja didapatkan hasil $r = -0.420$ dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$) yang disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang cukup kuat dan signifikan, variabel *sensation seeking* terhadap intensi menggunakan ganja didapatkan hasil $r = -0.550$ dan $p = 0.000$ ($p < 0.05$) yang berarti terdapat hubungan negatif yang kuat dan signifikan.

3. Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Remaja Putri.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada remaja putri. Fenomena yang berkembang di kalangan remaja saat ini menunjukkan bahwa remaja yang berada pada tahap perkembangan awal sangat membutuhkan kelompok dalam proses mencari identitas diri. Remaja memiliki kepercayaan penuh terhadap kelompoknya, sehingga apapun yang dilakukan ataupun diucapkan kelompok akan diikuti. Remaja tersebut mungkin tidak menyadari bahwa terkadang apa yang dilakukan kelompok tidak sesuai atau bahkan menyalahi norma yang berlaku di masyarakat, salah satunya adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif lebih terlihat jelas pada remaja putri, karena

remaja putri sangat memperhatikan penampilan dirinya. Variabel predictor dalam penelitian ini adalah konformitas, sedangkan variabel kriteriumnya adalah perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada remaja putri. Semakin tinggi konformitas semakin tinggi pula perilaku konsumtif terhadap produk kometik pada remaja putri.

4. *Fair Skin in South Asia: an Obsession?*

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana obsesi wanita asia memiliki kulit putih yang ditinggali sejak jaman kolonial.pasalnya, tidak hanya kulit, tetapi juga bentuk tubuh dan segala hal dalam bentuk kecantikan. Sehingga, dalam penelitian ini membuktikan bahwa banyak cara yang dilakukan oleh wanita Asia untuk mencapai tubuh yang diinginkan baik dari segi kesehatan, ekonomi, maupun *treatments*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Menurut Sears (2004), konformitas merupakan suatu tindakan yang menampilkan tindakan karena orang lain juga melakukannya. Konformitas terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa didesak oleh orang lain. Menurut Mayers (1999) konformitas merupakan perubahan perilaku sebagai akibat dari tekanan kelompok, terlihat dari kecenderungan remaja untuk selalu menyamakan perilakunya dengan kelompok acuan sehingga dapat terhindar dari celaan maupun keterasingan.

Menurut Baron & Byrne (2005), konformitas adalah penyesuaian terhadap kelompok sosial, karena adanya tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri, meskipun tuntutan tersebut tidak terjadi secara langsung ditujukan kepadanya. Santrock (2003), juga menyatakan bahwa konformitas munculkan ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas adalah perilaku yang sama dengan orang lain akibat adanya tekanan individu maupun kelompok. Tekanan tersebut dapat berupa tekanan secara langsung maupun tekanan secara tidak langsung dengan tujuan agar individu tersebut dapat bergabung dan diterima oleh suatu kelompok yang ingin diikuti tersebut dan atau terhindar dari masalah.

2. Dasar-Dasar Konformitas

Baron & Byrne (2005), menyatakan terdapat beberapa dasar-dasar terjadinya konformitas sebagai berikut:

a. Keinginan untuk disukai dan rasa takut akan penolakan

Aspek ini disebut juga pengaruh sosial normatif, aspek ini mengungkapkan adanya perbedaan atau penyesuaian persepsi, keyakinan, maupun tindakan individu sebagai akibat dari pemenuhan penghargaan positif kelompok agar memperoleh persetujuan, disukai, dan terhindar dari penolakan terhadap pergaulan dan ajakan-ajakan lingkungan sekitar.

b. Keinginan untuk merasa benar

Aspek ini disebut juga pengaruh sosial normatif, aspek ini mengungkapkan adanya perubahan atau penyesuaian persepsi, keyakinan, maupun perilaku individu sebagai akibat dari adanya kepercayaan terhadap informasi yang dianggap bermanfaat yang berasal dari kelompok.

c. Membenarkan konformitas adalah konsekuensi mengikuti kelompok

Individu menganggap dirinya adalah salah dan orang lain benar. Individu semacam inilah merasa bahwa penilaian mereka terhadap orang lain juga benar, tetapi ada saat yang bersamaan mereka tidak mau menjadi berbeda. Sehingga mereka bertingkah laku secara tidak konsisten dengan *belief* pribadi mereka. Efek dari konformitas ini sendiri cenderung mengubah persepsi mereka terhadap situasi sehingga konformitas sungguh-sungguh dapat dibenarkan.

- d. Menolak tekanan untuk melakukan konformitas.

Bersamaan dengan kebutuhan untuk menjadi benar dan disukai, sebagian besar individu memiliki keinginan untuk menjadi sama dengan orang lain tetapi tidak benar-benar identik. Semakin sedikit kecenderungan individu untuk menuruti kebutuhan akan kontrol pribadi, maka semakin sedikit kecenderungan mereka untuk menuruti tekanan sosial.

- e. Pengaruh minoritas

Kondisi tertentu menunjukkan bahwa minoritas dapat membuat mayoritas yang besar sekalipun mengubah sikap dan tingkah laku. Salah satu efek positif yang dihasilkan oleh minoritas adalah bahwa mereka membuat kelompok mayoritas mengerahkan upaya kognitif yang semakin lama semakin meningkat agar dapat memahami mengapa kelompok minoritas memiliki pandangan umum dan tidak populer.

3. Faktor yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Sears (2014) ada empat faktor yang dapat mempengaruhi konformitas, antara lain:

- a. Rasa takut terhadap celaan sosial

Alasan konformitas salah satunya juga demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok. Misalnya, salah satu alasan mengapa tidak mengenakan pakaian bergaya sensual ke tempat ibadah adalah salah satunya larangan karena semua umat yang hadir di tempat tersebut akan

melihatnya dengan tidak senang dan umat di tempat ibadah tersebut menggunakan pakaian yang sangat sopan dan santun.

b. Rasa takut terhadap penyimpangan

Rasa takut dipandang sebagai individu yang menyimpang merupakan factor dasar yang hamper ada dalam semua situasi sosial. Setiap individu menduduki suatu posisi dan individu menyadari bahwa posisi itu tidak tepat. Berarti individu yang telah menyimpang dalam pikirannya sendirilah yang membuatnya merasa gelisah dan emosi terkadang menjadi tidak terkontrol. Individu cenderung melakukan suatu hal yang sesuai dengan nilai-nilai kelompok tersebut tanpa memikirkan akibatnya nanti.

c. Kekompakan Kelompok

Kekompakan yang tinggi menimbulkan konformitas yang semakin tinggi. Alasan utamanya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang lain, akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui dan semakin menyakitkan bila mereka mencela.

d. Keterikatan pada Penilaian Bebas

Keterikatan sebagai kekuatan total yang membuat seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan suatu pendapat. Orang yang secara terbuka dan bersungguh-sungguh terikat atau penilaian bebas akan lebih enggan menyelesaikan diri terhadap penilaian kelompok yang berlawanan.

4. Dimensi Konformitas

Sears (1994) mengungkapkan secara eksplisit terdapat beberapa dimensi dalam konformitas antara lain sebagai berikut:

a. Kekompakan

Kekompakan merupakan kekuatan yang dimiliki oleh kelompok yang dapat menyebabkan remaja atau individu tertarik dan ingin tetap mau bergabung dalam kelompok. Eratnya hubungan individu dengan kelompok disebabkan dengan adanya perasaan suka antara anggota kelompok serta adanya harapan dari individu untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan di dalam kelompoknya.

b. Kesepakatan

Pendapat kelompok yang sudah terbentuk atau sudah dibuat sebelumnya memiliki tekanan kuat sehingga individu harus loyal dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok tersebut

c. Ketaatan

Tekanan atau tuntutan kelompok pada diri individu membuatnya rela melakukan tindakan walaupun individu tidak menginginkan hal tersebut. Konformitas akan tinggi jika ketaatan individu pada kelompok juga tinggi.

B. Remaja

1. Definisi Remaja

Masa remaja merupakan salah satu periode dari perkembangan manusia. Masa ini merupakan masa perubahan atau peralihan dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang meliputi perubahan biologik, perubahan psikologis, dan perubahan sosial. Remaja adalah periode dimana terdapat transisi/perubahan perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa yang melibatkan perubahan-perubahan biologis, Kognitif, dan *sosioemosional* (Santrock, 2002). Terlepas dari kesulitan untuk merumuskan definisi menentukan batas akhir masa remaja, batasan usia remaja pada umumnya digunakan oleh para ahli adalah antara umur 12 hingga 21 tahun. Rentang usia remaja ini biasanya dibedakan atas tiga, yaitu remaja awal, remaja pertengahan, dan remaja akhir. Monks, Koeners, & Hadito (2001) membedakan usia para remaja yaitu remaja awal atau pubertas yaitu 12 sampai 15 tahun, masa remaja pertengahan yaitu 15 sampai 18 tahun, dan masa remaja akhir yaitu 18 sampai 21 tahun. Remaja awal hingga remaja akhir inilah yang disebut masa *adolescent*.

2. Tahap-tahap Perkembangan Remaja

Menurut Sarwono (2004), dalam proses penyesuaian diri menuju kedewasaan, ada 3 tahap perkembangan remaja:

a. Remaja awal (*early adolescent*)

Seorang remaja pada tahap ini masih terheran-heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan dorongan-dorongan yang

menyertai perubahan-perubahan itu. Mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis, dan mudah terangsang secara erotis. Kepekaan yang berlebihan ini ditambah dengan berkurangnya kendali terhadap ego menyebabkan para remaja awal ini sulit dimengerti dan dimengerti orang dewasa.

b. Remaja madya (*middle adolescent*)

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan kawan-kawan. Ia senang kalau banyak teman yang mengakuinya. Ada kecenderungan narsistis yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang sama dengan dirinya, selain itu, ia berada dalam kondisi kebingungan karena tidak tahu memilih mana yang peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimistis atau pesimistis, idealis atau materialis, dan sebagainya.

c. Remaja akhir (*late adolescent*)

Tahap ini adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian lima hal yaitu:

- a) Minat yang makin mantap terhadap fungsi-fungsi intelek.
- b) Egonya mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang-orang lain dan dalam pengalaman-pengalaman baru.
- c) Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
- d) Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.

- e) Tumbuh keinginan/ rasa yang memisahkan diri pribadinya (*private self*) dan masyarakat umum (*the public*).

C. Kosmetik Pemutih Wajah

1. Definisi Kosmetik Pemutih Wajah

Menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 140 tahun 1991 Kosmetik adalah sediaan atau paduan bahan yang siap untuk digunakan pada bagian luar badan (epidermis, rambut, kuku, bibir dan organ kelamin bagian luar), gigi dan rongga mulut, untuk membersihkan, menambah daya tarik, mengubah penampilan, melindungi supaya tetap dalam keadaan baik, memperbaiki bau badan, tetapi tidak dimaksudkan untuk mengobati atau menyembuhkan suatu penyakit (Tranggono, 2007).

Kosmetik pemutih merupakan campuran bahan kimia dan atau bahan lainnya yang berkhasiat mampu memucatkan noda hitam atau coklat pada kulit. Pemutih kulit adalah produk yang mengandung bahan aktif yang dapat menekan atau menghambat melamin yang sudah terbentuk sehingga akan memberikan warna kulit yang lebih putih (Tranggono, 2007).

2. Komposisi utama

Komposisi utaman dari kosmetik pemutih adalah bahan dasar yang berkhasiat, bahan aktif dan ditambah bahan tambahan lain seperti: bahan pewarna, bahan pewangi, dan pada pencampuran bahan tersebut harus memenuhi kaidah pembuatan kosmetik ditinjau dari berbagai segi teknologi pembuatan kosmetik termasuk farmatologi, farmasi, teknik kimia, dan lain-lain (Wasitaarmadja, 1997).

1. Efek kosmetik pada terhadap kulit

Kulit merupakan sasaran utama dalam menerima berbagai pengaruh dari penggunaan kosmetika. Ada dua efek atau pengaruh kosmetik terhadap kulit, yaitu efek positif dan efek negatif. Pemakaian yang sesuai dengan kulit akan berdampak positif terhadap kulit, sedangkan pemakaian kosmetik yang tidak sesuai akan berdampak negative bagi kulit. Usaha yang dapat dilakukan dalam menghindari efek samping dari pemakaian kosmetik tersebut diantaranya adalah mencoba terlebih dahulu jenis produk baru byang akan digunakan untuk melihat cocok tidaknya produk tersebut bagi kulit kita. Ada empat faktor yang dapat mempengaruhi efek kosmetik terhadap kulit yaitu faktor manusia pemakainya, faktor lingkungan alam pemakai, faktor kosmetik sendiri dan gabungan dari ketiganya (Tranggono, 2007).

D. Konformitas pada remaja pengguna kosmetik pemutih wajah ditinjau dari usia.

Indonesia adalah negara tropis yang rata-rata penduduknya adalah kuning langsung. Ketika bertemu orang asing di jalan, tidak jarang dari orang Indonesia yang menginginkan kulit putih. Inilah salah satu hal mengapa kosmetik pemutih beredar di kalangan masyarakat Indonesia terutama remaja wanita (Shubish, 2007). Hal yang sama juga didapat dari penelitian Reynald dalam Nashori (2012) yang menunjukkan bahwa remaja putri memiliki kecenderungan yang lebih besar dalam membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan dirinya seperti kosmetik, busana, sepatu, dan aksesoris.

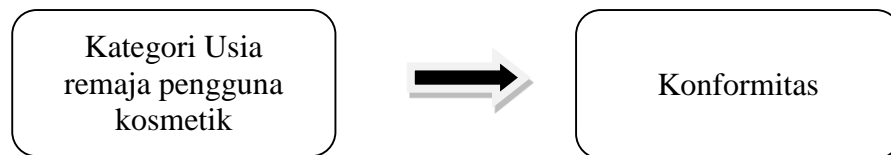
Mereka juga berusaha membentuk citra atau image dirinya dan upaya ini terlihat dalam suatu gambaran tentang cara setiap remaja putri mempersepsikan dirinya. Termasuk dalam cara menampilkan diri secara fisik sehingga mendorong remaja melakukan berbagai upaya agar tampilan fisiknya sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka seperti kosmetik (Sihotang, 2009). Remaja ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitas remaja secara umum dan bagian dari kelompok teman sebaya secara khusus. Demi pengakuan tersebut, remaja seringkali bersedia melakukan berbagai upaya meskipun bukan sesuatu yang diperlukan atau berguna bagi mereka.

Bermula dari adanya perubahan fisik, remaja mulai memperhatikan dengan lebih mendalam mengenai penampilan fisik serta timbul keinginan untuk memiliki tubuh ideal. Baron & Byrne (2005), konformitas adalah penyesuaian terhadap

kelompok sosial, karena adanya tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri, meskipun tuntutan tersebut tidak terjadi secara langsung ditujukan kepadanya. Untuk itu, penulis akan membahas lebih mendalam mengenai gambaran konformitas pada remaja pengguna kosmetik pemutih wajah.

E. Kerangka pemikiran atau alur pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori dapat berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2013). Berikut ini adalah kerangka pemikiran penelitian:



Gambar 1. Kerangka pemikiran variabel x dan y

Bermula dari adanya perubahan fisik, remaja mulai memperhatikan dengan lebih mendalam mengenai penampilan fisik serta timbul keinginan untuk memiliki tubuh ideal, karena masa remaja penampilan fisik yang sangat menentukan kesuksesan dalam pergaulan sosial. Remaja wanita yang cantik dan remaja pria yang tampan biasanya akan disenangi teman-temannya (Hurlock, 1999). Salah satu cara agar dapat merubah penampilan tersebut adalah dengan menggunakan kosmetik. Winardi (2002) dikatakan bahwa fenomena saat ini banyak kosmetik pemutih kulit merupakan produk yang paling banyak beredar dan diminati.

Menurut Baron dan Byrne (2005), konformitas remaja adalah penyesuaian perilaku remaja untuk menganut norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan kelompok yang mengatur cara remaja berperilaku. Konformitas juga merupakan suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Remaja ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitas remaja secara umum dan bagian dari kelompok teman sebaya secara khusus. Remaja juga memiliki tingkatan usia yang berbeda-beda. Adanya kelompok teman sebaya pada usia remaja menyebabkan munculnya konformitas pada remaja terhadap kelompoknya (Yusuf dalam Handayani, 2005)

Monks menyebutkan bahwa remaja dibagi menjadi usia remaja awal, remaja tengah, dan remaja akhir dengan rentang usia yang berbeda. Monks, Koeners, & Hadito (2001) membedakan usia para remaja yaitu remaja awal atau pubertas yaitu 12 sampai 15 tahun, masa remaja pertengahan yaitu 15 sampai 18 tahun, dan masa remaja akhir yaitu 18 sampai 21 tahun. Remaja awal hingga remaja akhir inilah yang disebut masa *adolesens*. Melihat dari penelitian dari SMA Muhammadiyah III dengan subjek adalah siswi, konformitas tertinggi ditunjukkan pada remaja usia madya atau tengah dengan rentang usia 15-18 tahun.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini bersifat mandiri. Penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Berdasarkan teori tersebut, penelitian deskriptif kuantitatif, merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan (Sugiyono, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterangan-keterangan mengenai variabel konformitas dan usia, dimana konformitas merupakan variabel Y sedangkan usia merupakan variabel X.

B. Definisi Operasional

Berikut merupakan definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yakni:

1. Konformitas

Konformitas merupakan penyesuaian terhadap kelompok sosial, karena adanya tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri, meskipun tuntutan tersebut tidak terjadi secara langsung ditujukan kepadanya. Terdapat 4 dimensi

milik Sears dan diukur serta dimodifikasi dari skala konformitas oleh Utama (2011).

2. Usia

Monks, Koeners, & Hadito (2001) membedakan usia para remaja yaitu remaja awal atau pubertas yaitu 12 sampai 15 tahun, masa remaja pertengahan yaitu 15 sampai 18 tahun, dan masa remaja akhir yaitu 18 sampai 21 tahun

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Azwar (2015), populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Peneliti memilih populasi dalam penelitian ini adalah remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja pengguna kosmetik pemutih wajah di Kota Malang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Suatu sampel merupakan representasi yang baik bagi populasinya sangat tergantung pada sejauh mana karakteristik sampel tersebut sama dengan karakteristik populasinya (Azwar, 2015). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel dari populasi tidak terhingga jumlahnya. Jadi dengan menggunakan studi sampel, peneliti dapat menyederhanakan jumlah

subyek yang harus diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di Kota Malang dengan kriteria yang telah disesuaikan. Oleh karena jumlah populasi dari penelitian ini tak terhingga maka penentu jumlah sampel dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan Isaac Michael (Siregar, 2013) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n = sampel

p = proporsi populasi

q = 1-p

$Z_{\alpha/2}$ = tingkat signifikansi/ kepercayaan

E = *margin of error*

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal yang harus diperoleh adalah sebagai berikut:

$$\alpha/2 = (1-0.9)/2 = 0.05$$

$$z = 1-0.05 = 0,95 \text{ (Dari table distribusi normal 1,96)}$$

$$p = 0.5$$

$$q = 1-0.5 = 0.5$$

$$e = 0.1$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2} = 96 \text{ orang}$$

Hasil dari rumus tersebut mendapatkan sampel minimal sebesar 96 orang untuk dijadikan partisipan dalam penelitian.

3. Teknik sampling

Teknik sampling merupakan suatu pengambilan sampel yang representative dari populasi. Pengambilan dilakukan sedemikian rupa untuk mendapatkan sampel yang benar-benar sesuai dengan karakteristik sampel yang menggambarkan keadaan populasi sebenarnya yang dibutuhkan oleh peneliti (Azwar, 2013).

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan jenis teknik yang digunakan adalah *snowball sampling*. *Snowball sampling* adalah teknik penentu sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola salju yang menggelinding lama-lama menjadi besar. Dalam penentuan sample ini dibagikan dari satu orang ke beberapa orang pada awalnya. Karena kepada beberapa orang ini belum merasa lengkap, peneliti mencari orang lain yang dianggap lebih tau dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh orang sebelumnya. Begitu seterusnya hingga jumlah sampel semakin banyak (Sugiyono, 2017).

Subjek yang terlibat dalam penelitian ini yaitu remaja putri pengguna kosmetik pemutih kulit wajah dengan kategori usia remaja awal, remaja madya, dan remaja akhir yang mana remaja tersebut sedang menggunakan kosmetik dan berjenis pemutih kulit wajah. Penyebaran dalam penelitian melalui sistem *online* dengan menyebarkan dari satu dan beberapa teman, lalu dilanjutkan dengan orang lain di kota Malang melalui media *chat*.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala. Skala merupakan cara untuk mengubah fakta-fakta k ualitatif yang melekat pada objek atau subjek penelitian menjadi urutan kuantitatif. Skala *instrument* yang digunakan pada penelitian ini adalah skala modifikasi Likert. Setiap respon jawaban pada skala Likert akan menghasilkan angka yang menunjukkan skor sikap seseorang akan sebuah fenomena, dimana sikap dari skala likert akan berupa gradasi dari skala positif sampai negatif (Sugiyono, 2012).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan satu skala dengan respon jawaban skala Likert dengan menyajikan empat pilihan jawaban dimana 1 (Sangat Tidak Sesuai) sampai 4 (Sangat Sesuai). Pada penelitian ini terdapat satu variabel, maka ada satu skala psikologi yang digunakan sebagai alat ukur, yaitu skala konformitas. Bentuk skala dalam penelitian ini menggunakan bentuk skala Likert yang dimodifikasi menjadi empat alternatif respon pada setiap itemnya. Skala Likert dengan empat alternatif jawaban dirasakan sebagai hal yang tepat karena dapat meminimalisir kerancuan dari responden yang akan cenderung memilih respon netral. Skala ini berisi item-item yang berupa pernyataan dengan dua jenis item yaitu, item *favourable* dan *unfavourable*. Item *favourable* akan mewakili item yang mendukung variabel sedangkan item *unfavourable* akan mewakili item yang tidak mendukung variabel. Berikut adalah skor respon pada skala:

Tabel 1. Skor Alternatif Respon pada Skala

Alternatif Pilihan Jawaban	Skor Pertanyaan	Skor Pertanyaan
	<i>Positive (favorable)</i>	<i>Negative (Unfavorable)</i>
SS (Sangat Sesuai)	4	1
S (sesuai)	3	2
TS (Tidak Sesuai)	2	3
STS (Sangat Tidak Sesuai)	1	4

Berikut merupakan skala yang dipakai sebagai instrument penelitian:

1. Konformitas

Skala yang digunakan untuk mengukur konformitas adalah skala konformitas yang dimodifikasi dari skala peneliti terdahulu milik Rachmat Yogi Praja Utama. Dimensi yang digunakan dalam pembuatan skala ini berdasarkan teori Sears (2014) yang meliputi kekompakan, kesepakatan, dan ketaatan. Berikut adalah *blue print* dari skala konformitas.

Tabel 2. *Blue Print* Skala Konformitas

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah	Bobot
			<i>favourable</i>	<i>Unfavourable</i>		
1	Kekompakan	Penyesuaian diri Individu yang bersangkutan bersikap agar sesuai dengan kondisi kelompok	1, 7, 19, 25,	28	5	20%
		Perhatian Perhatian yang diberikan oleh anggota	13	4, 10, 16, 22	5	20%

		kelompok terhadap kondisi kelompok				
2	Kesepakatan	Kepercayaan Kepercayaan terhadap anggota kelompok dan informasi yang diperoleh dari anggota kelompok	18, 26	5, 11, 2,	5	20%
		Kesamaan pendapat Opini dan ide dengan kelompok	2, 8, 14, 20	17, 29	6	20%
3	Ketaatan	Tekanan Karena ganjaran atau hukuman yang diberikan jika individu tidak dapat menyesuaikan	3, 9, 15,	6, 12, 18	5	10%
		Harapan Orang lain (anggota kelompok) terhadap seseorang individu. Individu dapat merubah perilaku karena adanya harapan orang lain kepadanya	21, 27	24, 30	4	10%
	Jumlah			30		100%

E. Tahapan Pelaksanaan Penelitian

Tahapan pelaksanaan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut

:

1. Tahap Persiapan

- a. Melakukan studi pustaka tentang variabel yang telah ditentukan untuk mendapatkan konsep teoritis dan operasionalnya.

- b. Menentukan sampel dan desain penelitian yang akan digunakan dalam penelitian.
- c. Membuat skala penelitian yang digunakan sebagai alat ukur dalam pengambilan data.
- d. Melakukan *expert judgement* kepada dosen yang juga dosen pembimbing.
- e. Melakukan *try out* atau uji coba alat ukur kepada remaja putri selain subjek sampel penelitian yang nantinya menjadi acuan sebagai subjek penelitian. Uji coba alat ukur secara online untuk wilayah Kota Malang.
- f. Melakukan revisi alat ukur dengan cara menganalisa hasil dari uji coba alat ukur berupa perhitungan reliabilitas dan seleksi item dengan bantuan program IBM SPSS *statistics 20 for windows*.
- g. Selanjutnya peneliti mempertahankan item yang memenuhi standar (koefisien korelasi item-total), serta melakukan seleksi butir atau memilih item-item yang gugur.
- h. Setelah itu, menyusun kembali dan memperbarui alat ukur tersebut untuk selanjutnya digunakan dalam pengambilan data.

2. Tahap Pelaksanaan

Selanjutnya peneliti melakukan pengambilan data dengan menggunakan skala konformitas yang dimodifikasi dari skala Utama (2011) yang sudah di uji coba sebelumnya. Skala ini disebarikan secara *online* kepada remaja putri sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Tahap pelaksanaan

pengambilan data dilakukan subjek yaitu remaja putri di Kota Malang dengan menyebarkan skala secara *online* . Pelaksanaan penelitian dilakukan selama kurang lebih sekitar 2 minggu dengan menyebarkan skala secara online melalui media sosial dan media chat hanya untuk wilayah kota Malang.

3. Tahap Analisis Data

Analisis data akan dilakukan dengan beberapa tahapan kegiatan, yaitu:

- a. Pengolahan data dengan cara melakukan skoring pada setiap hasil skala dengan cara menghitung dan membuat tabulasi data yang diperoleh untuk kemudian dibuat sebagai tabel data. Selanjutnya melakukan analisis data dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menguji hipotesis penelitian. Tahap ini dilakukan dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 20 for windows*.
- b. Pembahasan dilakukan dengan cara menginterpretasikan hasil analisis statistik berdasarkan teori dan kerangka berpikir yang diajukan sebelumnya dan merumuskan kesimpulan hasil penelitian.
- c. Penafsiran hasil analisis
- d. Pembahasan akhir yakni dengan melakukan interpretasi berdasarkan teori dan kerangka berfikir yang diajukan sebelumnya, lalu merumuskan kesimpulan dari hasil penelitian.

F. Pengujian Alat Ukur

1. Analisis Item

Sebelum melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti melakukan uji coba atau *try out* dengan karakteristik serupa dengan subjek penelitian. Analisis aitem ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien korelasi *item-total (corrected item total correlation)* dengan menggunakan program *SPSS for windows version 20.0*. Apabila terdapat *item* yang memiliki nilai koefisien korelasi yang tidak sesuai dengan yang telah ditentukan oleh peneliti pada saat melakukan penelitian nanti, maka item tersebut dianggap gugur dan dihapus oleh peneliti atau tidak digunakan dalam penelitian atau disebut dengan daya diskriminasi item. Daya diskriminasi dapat dilihat melalui skor *corrected item total correlation*. Sebuah item dikatakan memiliki daya beda yang bagus apabila memiliki nilai korelasi item total minimal 0.30, akan tetapi apabila banyak item yang gugur dan terwakili dalam suatu dimensi, maka koefisien korelasi dapat diturunkan menjadi 0.25 (Azwar, 2014). Item yang tidak memenuhi syarat kualitas, tidak boleh diikutkan menjadi bagian dari skala yang akan dibagikan untuk subjek atau skala psikologi. Adanya uji coba ini menghasilkan item-item yang layak untuk digunakan dalam analisis data.

Pada skala konformitas, terdapat 30 item yang akan digunakan dalam *try out*. Terdapat 17 item yang lolos. Sama halnya dengan skala sebelumnya, item dari variabel konformitas yang telah lolos akan dibentuk kembali menjadi sebuah skala baru yang akan digunakan untuk penelitian. Berikut adalah tabel dari skala *try out* konformitas yang telah lolos:

Tabel 3. Hasil Analisis Item Skala Konformitas

Dimensi	Nomor item	Korelasi item total terkoreksi	Keterangan	Jumlah
Kekompakan	1	0.440	Lolos	5
	7	0.676	Lolos	
	13	0.600	Lolos	
	19	0.450	Lolos	
	*22	0.806	Lolos	
Kesepakatan	2	0.660	Lolos	2
	8	0.584	Lolos	
	14	0.497	Lolos	3
	20	0.326	Lolos	
	*17	0.535	Lolos	
Ketaatan	3	0.764	Lolos	7
	9	0.487	Lolos	
	15	0.668	Lolos	
	21	0.671	Lolos	
	27	0.396	Lolos	
	*12	0.643	Lolos	
	*18	0.343	Lolos	
Jumlah				17

Keterangan : (*) *item unfavourable*

G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Validitas

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi yaitu validitas yang diestimasi melalui pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rasional oleh panel yang kompeten atau melalui *expert judgement* (Azwar, 2012). Validitas isi terdiri dari validitas tampak (*face validity*) dan validitas logis (*logic validity*).

a. Validitas tampak

Penelitian ini menggunakan validitas tampak sebagai acuan atau bukti validitas yang walaupun penting namun paling rendah signifikansinya karena validitas ini untuk menilai format penampilan tes dan kesesuaian konteks aitem dengan tujuan ukur tes yang diperoleh dari tanggapan subjek. Berikut adalah hasil tabel tampilan validitas tampak yang ditampilkan dalam skala:

Tabel 4. Hasil Validitas Tampak

Pernyataan	Tidak Jelas	Presentase	Jelas	Presentase
Bahasa yang disampaikan	6	4.87%	117	95.1%
Pemilihan kata dipengerti dan dipahami	10	8.13%	113	91.9%
Tampilan Menarik	14	11.3%	109	90.1%

Berdasarkan tabel diatas, peneliti melihat hasil dari 123 subjek, dapat disimpulkan bahwa 117 responden memberikan penilaian bahwa bahasa yang disampaikan dari skala penelitian baik, 113 responden menilai pemilihan kata dapat dimengerti dan dipahami, dan 109 responden mengatakan tampilan skala penelitian menarik.

b. Validitas Logis

Penelitian ini menggunakan validitas logis sebagai penunjuk sejauh mana item tes merupakan representasi dari ciri-ciri atribut yang hendak diukur seperti relevansi isi dengan indikator keperluan sebagai operasionalisasi dari atribut yang diukur. Untuk menghasilkan validitas logis, peneliti melakukan penelitian dengan bantuan *expert judgment* (Azwar, 2014). Dalam penelitian ini, *expert judgement* yang dimaksud peneliti adalah dosen pembimbing penelitian yaitu dosen pembimbing 1 dan pembimbing 2 sebagai pertimbangan.

2. Reliabilitas

Azwar (2012) mengatakan bahwa salah satu ciri instrumen ukur yang berkualitas baik adalah reliabel, yaitu mampu menghasilkan skor yang cermat dengan eror pengukuran kecil. Formula reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah formula *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS *version 20.0 for windows*. Menurut Azwar (2012) koefisien reliabilitas rentangnya berada antara 0-1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas dan sebaliknya jika koefisien semakin rendah mendekati angka 0 yang berarti semakin rendah reliabilitasnya. Suatu item dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* (α) > 0,6.

Tabel 5. Indeks Koefisien Reliabilitas *Cronbach's Alpha*

Nilai Interval	Kriteria
<0.20	Sangat Rendah
0.20 – 0.39	Rendah
0.40 – 0.59	Cukup

0.80 – 1.00

Sangat Tinggi

Setelah peneliti melakukan uji coba skala, peneliti melakukan perhitungan reliabilitas. Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Coba Skala Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah item	reliabilitas
Konformitas	.911	17	Sangat tinggi

Berdasarkan tabel 8, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dari skala variabel konformitas memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.911 dengan jumlah item yang lolos sebanyak 17. Jadi dapat disimpulkan bahwa kedua skala tersebut layak untuk dijadikan alat ukur penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Metode ini digunakan untuk mengkaji variabel yang ada pada penelitian yaitu variabel konformitas. Dalam pelaksanaannya, metode analisis data ini juga dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS *Statistics 20.0 for windows*, baik dalam uji asumsi maupun uji hipotesis.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya suatu distribusi data penelitian (Sarjono & Julianita, 2011). Uji

normalitas juga merupakan syarat dilakukannya uji parametrik. Data dikatakan normal apabila memiliki sebaran jawaban secara merata. Artinya, subjek menjawab dengan beragam jawaban dan tidak terfokus pada suatu jawaban tertentu. Data dikatakan terdistribusi normal apabila taraf signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* Sig > 0,05. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas *One-Sample Kolmogorov Smirnov* (K-S) dengan bantuan program IBM SPSS *Statistics 20 for Windows*

2. Uji Hipotesis

Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian yang diajukan diterima atau tidak. Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pada kategorisasi usia remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di Kota Malang dengan menggunakan analisa uji beda *One Way Anova* dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 20.0 for windows*. Untuk mengetahui suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak adalah dengan menentukan taraf signifikansi yang diinginkan. Taraf signifikansi adalah kesediaan dan keberanian peneliti untuk secara maksimal mengambil resiko kesalahan dalam menguji hipotesis (Bungin,2008).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 27 Maret – 9 April 2017 dengan menyebarkan skala secara *online* melalui media sosial dan media *chat*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, total subjek penelitian berjumlah 100 subjek. Subjek dari penelitian tersebut adalah remaja perempuan pengguna kosmetik pemutih kulit wajah dengan kategorisasi usia remaja awal berumur 12 – 15 tahun, remaja madya berumur 15 tahun 1 bulan – 18 tahun, dan remaja akhir berumur 18 tahun 1 bulan sampai 21 tahun. Deskripsi subjek penelitian dapat diketahui melalui data identitas dan demografis yang telah disediakan dalam skala.

Tabel 1. Identitas dan Data Demografis Subjek Penelitian

Data Demografis	Kategori	Jumlah	Presentase	
Usia	12-15 tahun	3	3%	
	15 th 1 bln – 18 th	16	16%	
	18 th 1 bln – 21 th	81	81%	
Jenis Kosmetik Pemutih Wajah	Krim Pagi/Malam	76	32.9%	
	Sabun Muka	84	36.3%	
	Foundation/ BB Cream	32	13.8%	
	Jumlah	Bedak	39	16.8%
Lama penggunaan	Sunblock	2	0.8%	
	0-1 tahun	18	18%	
	1 thn 1 bln – 3 th	35	35%	
	Jumlah	3 th 1bln -5 th	27	27%
	>5 th	20	26%	

Tabel 8. Identitas dan Data Demografis Subjek Penelitian

Data Demografis	Kategori	Jumlah	Presentase	
Produk Pemutih Wajah	Wardah	39	39%	
	Mars cream	2	2%	
	Erha 21	2	2%	
	Acnes Creamy wash	2	2%	
	Mars cream	3	3%	
	Nava Green	2	2%	
	Benton	1	1%	
	Etude	1	1%	
	Garnier	10	10%	
	Glowskin	2	2%	
	Latulip	1	1%	
	Larissa	3	3%	
	Leneige	1	1%	
	Oriflame	1	1%	
	MD Clinic by Lazetta	1	1%	
	Natasha	4	4%	
	Garnier	10	10%	
	PONDS	7	7%	
	Produk dokter	4	4%	
	Nivea	3	3%	
	The Body Shop	1	1%	
	Sumber penggunaan produk	Teman	42	42%
		Iklan	23	23%
Keluarga		27	27%	
Lainnya		8	8%	

Berdasarkan tabel berikut dapat diketahui terdapat 123 subjek penelitian yaitu remaja perempuan. dari seluruh subjek tersebut, terdapat 100 subjek dari remaja putri kota Malang yang menggunakan kosmetik pemutih wajah. Pada usia 18 tahun lebih 1

bulan sampai 20 tahun adalah remaja perempuan yang paling mendominasi dalam penggunaan kosmetik pemutih kulit wajah dengan presentase sebesar 81%. Sedangkan untuk usia 15 lebih 1 bulan sampai 18 tahun diperoleh hasil presentase sebesar 16%, dan pengguna kosmetik pemutih wajah usia 12-15 tahun diperoleh presentase sebesar 3% dengan presentase terendah.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh melalui kelompok subjek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis (Azwar, 2013). Kemudian, yang menjadi dasar analisis deskriptif adalah dengan cara menghitung skor maksimum, skor minimum, *mean* (nilai tengah), dan standar deviasi dari masing-masing variable (Siregar, 2015). Skor yang diperlukan peneliti dalam analisis deskriptif adalah skor hipotetik dan skor empirik. Skor hipotetik diperoleh dari perhitungan secara manual dengan menggunakan rumus Azwar (2014), berpendapat bahwa untuk memperoleh skor hipotetik dapat diperoleh melalui persamaan berikut.

Tabel 9. Persamaan Skor Hipotetik

Statistik	Persamaan
Nilai minimum hipotetik	Skor aitem terendah x jumlah aitem
Nilai maksimum hipotetik	Skor aitem tertinggi x jumlah aitem
<i>Mean</i> hipotetik	$\frac{\text{Skor maksimum} + \text{skor minimum}}{2}$
Standart deviasi hipotetik	$\frac{\text{Skor maksimum} - \text{skor minimum}}{6}$

Perhitungan skor hipotetik dalam penelitian ini dilakukan secara manual. Setelah perhitungan hipotetik dilakukan, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan skor empirik guna membandingkan data yang didapatkan secara hipotetik dengan data yang didapatkan dari lapangan. Berikut ini merupakan gambaran umum dari perbandingan antara skor hipotetik dan skor empirik pada setiap variabel penelitian:

Tabel 10. Perbandingan Skor Hipotetik dan Skor Empirik Variabel Konformitas

Variabel	Statistik	Skor	
		Hipotetik	Empirik
Konformitas	Nilai minimum	17	25
	Nilai maksimum	68	61
	<i>Mean</i> (μ)	43	41.09
	Standar Deviasi (σ)	6	7.284

Pada variabel konformitas, *mean* empiriknya sebesar 41.09 dan mean hipotetiknya sebesar 43 (μ Empirik < μ Hipotetik). Hal ini dapat diartikan bahwa subjek penelitian memiliki variabel konformitas yang rendah karena angka rata-rata konformitas yang diperoleh subjek berada di bawah nilai rata-rata dari skala yang digunakan.

Tahap selanjutnya adalah membuat kategorisasi untuk menggolongkan subjek ke dalam tingkatan tinggi rendah. Azwar (2013) mengatakan bahwa dapat dilakukan

dengan menyusun norma berdasarkan jenjang nilai masing-masing subjek dengan ketentuan seperti berikut:

Tabel 11. Ketentuan Kategorisasi Jenjang
Bagi Subjek Penelitian

Kategori	Daerah Keputusan
Rendah	$X < (\mu - \sigma)$
Sedang	$(\mu - \sigma) \leq X < (\mu + \sigma)$
Tinggi	$(\mu + \sigma) \leq X$

Keterangan:

- X : Total Skor
- μ : Mean Hipotetik
- σ : Standart Deviasi Hipotetik

Berikut adalah kategorisasi subjek berdasarkan pada skor masing-masing skala penelitian:

Tabel 12. Kategorisasi Subjek

Variabel	Daerah Keputusan	Kategori	Jumlah Subjek	Persentase
Konformitas	$X < 37$	Rendah	14	14%
	$37 \leq X < 49$	Sedang	42	42%
	$49 \leq X$	Tinggi	44	44%
Total			100	100%

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa mayoritas subjek penelitian memiliki tingkat konformitas sedang dengan jumlah sebanyak 76 orang dengan presentase sebesar 69%, lalu diikuti dengan kategori tinggi sebanyak 17 orang dengan presentase 12% dan kategori rendah sebanyak 21 orang dengan presentase sebesar 19%.

B. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya suatu distribusi data penelitian (Sarjono & Julianita, 2011). Uji normalitas juga merupakan syarat dilakukannya uji parametrik. Data dikatakan normal apabila memiliki sebaran jawaban secara merata. Artinya, subjek menjawab dengan beragam jawaban dan tidak terfokus pada suatu jawaban tertentu. Data dikatakan terdistribusi normal apabila taraf signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov $Sig > 0,05$. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas

One-Sample Kolmogorov Smirnov (K-S) dengan bantuan program IBM SPSS *Statistics 20 for Windows* (Bungin, 2008).

Tabel 13. Uji Normalitas

Variabel	Signifikansi	Keterangan
Konformitas	0.730	Normal

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel konformitas sebesar 0.730 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel konformitas terdistribusi secara normal atau dengan kata lain uji asumsi normalitas telah terpenuhi.

2. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis dalam penelitian ini yaitu mengetahui apakah terdapat perbedaan konformitas antara kategori usia pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di kota Malang dengan menggunakan *One Way Anova*. Sebelum dilakukan uji *One Way Anova*, dilakukan salah satu prasyarat yaitu uji homogenitas. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah variannya sama atau berbeda. Dari hasil yang telah dilakukan, diketahui nilai signifikansi pada output *Test of Homogeneity of Variances* adalah 0.226. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (>0.05) maka dapat disimpulkan bahwa data konformitas ditinjau dari kategori masing-masing usia remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah memiliki varian yang sama. Jadi asumsi homogenitas terpenuhi.

Tabel 14. Uji Homogenitas

Signifikansi	Keterangan
0.226	Homogen

Selanjutnya menentukan hasil uji asumsi dari nilai signifikansi pada *One Way Anova*. Untuk mengetahui suatu hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak adalah dengan menentukan taraf signifikansi yang diinginkan dan sesuai dengan perhitungan uji asumsi. Berikut ini adalah hasil perhitungan analisis *One Way Anova* dengan menggunakan bantuan program SPSS *Statistics 20.0 for windows*.

Tabel 15. Uji Hipotesis

F Hitung	F tabel	Signifikansi
3.165	3.090	0.047

Tabel 16. Post Hoc

Usia	Mean Difference	Signifikansi
12 15	-4.792	.366
12 18	.975	.843
15 12	4.792	.366
15 18	5.767*	.014
18 12	-.975	.843
18 15	-5.767*	.014

Peneliti telah menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternative. Dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Hipotesis nol ditolak. Hal tersebut membuktikan bahwa adanya perbedaan konformitas antara rentang masing-masing usia remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah. Rentang usia yang dimaksud yaitu remaja awal, remaja madya atau tengah, dan remaja akhir. Lalu, peneliti mengambil kesimpulan dari pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi. Terdapat Hipotesis nol dari uji asumsi ini yaitu tidak ada perbedaan pada masing masing rentang usia dengan hasil konformitas pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah. Sedangkan hipotesis alternatif, yaitu terdapat perbedaan pada rentang masing-masing usia dengan hasil konformitas pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan *One Way Anova*, diperoleh hasil signifikansi sebesar 0.047. Hasil perhitungan diketahui lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis nol ditolak. Berdasarkan hasil tabel Post Hoc, perbedaan yang signifikan diperoleh dari usia 18 dan 15 tahun. Mean usia 15 tahun, memiliki perbedaan dengan usia 18 tahun. Sedangkan, mean usia 18 tahun, memiliki perbedaan dengan usia 15 tahun.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran konformitas pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah melalui studi kuantitatif deskriptif. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat

perbedaan pada nilai konformitas pengguna kosmetik pemutih wajah pada rentang masing-masing usia remaja putri di kota Malang. Dapat diketahui hasil signifikansi sebesar 0.047 lebih kecil dari 0.05 maka H_0 ditolak, sehingga remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di kota Malang memiliki nilai konformitas yang berbeda-beda di setiap rentang usia. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa rentang usia 12-15 tahun yaitu remaja awal, menunjukkan penggunaan kosmetik pemutih yang rendah di bandingkan dengan penggunaan kosmetik pemutih kulit wajah umur 15 tahun 1 bulan – 18 tahun dan 18 tahun 1 bulan – 21 tahun. Dilihat dari hasil subjek yang didapat oleh peneliti, konformitas penggunaan kosmetik pemutih wajah banyak dilakukan oleh remaja berumur 15 – 21 tahun.

Menurut Monks, Koeners & Haditono, remaja usia 15 – 18 tahun adalah remaja yang memasuki rentang usia remaja tengah atau madya yang akan menuju remaja akhir yaitu masa adolesen. Remaja adalah masa dimana terjadi peningkatan pengambilan keputusan, dimana dalam hal pengambilan keputusan ini remaja yang lebih tua ternyata lebih kompeten daripada remaja yang lebih muda. Dibandingkan remaja akhir, remaja yang lebih muda memiliki kemampuan yang kurang dalam keterampilan pengambilan keputusan (Santrock, 1995). Disesuaikan pula dengan penelitian dari Papalia & Olds, 2001, pada masa remaja khususnya remaja pertengahan banyak mengalami perkembangan baik dari segi fisik, kognitif, kepribadian, dan sosial. Jika dilihat dari segi kognitif, masa remaja berada pada tahap formal operation, dimana seseorang telah mampu berfikir secara abstrak, mampu memahami bahwa tindakan yang dilakukan saat ini memberikan efek pada masa yang akan datang (Papalia & Olds, 2001).

Mappiare (1982) menyimpulkan bahwa secara teoritis dan empiris dari segi psikologis, rentangan usia remaja berada dalam usia 12 – 21 tahun bagi wanita. Jika dibagi atas remaja awal dan remaja akhir, maka remaja awal berada dalam usia 12/13 tahun – 17/18 tahun, dan remaja akhir dalam rentangan usia 17/18 tahun – 21/22 tahun. Ciri khas masa remaja awal tersebut salah satunya adalah ketidakstabilan perasaan dan emosi yang merupakan alasan peneliti mengambil remaja awal sebagai subjek penelitian. Hall menyebut masa ini sebagai perasaan yang sangat peka; remaja mengalami ‘badai’ dan ‘topan’ dalam kehidupan perasaan dan emosinya, terutama dalam hubungannya dengan orang lain (Mappiare, 1982).

Paradigma cantik mempengaruhi rasa percaya diri remaja putri dengan harapan mereka memiliki hubungan sosial yang lebih baik ditandai dengan adanya perasaan memiliki keunggulan dari remaja yang tidak sesuai paradigma cantik yang dipahami, kemudian banyak dikagumi orang. Dalam jurnal Damanik dkk, (2011) menyatakan bahwa kosmetik digunakan remaja putri untuk merombak wajah agar terlihat putih dan halus seperti bedak, sabun muka, serta krim muka yang dipilih dengan indikasi untuk memutihkan dan menghaluskan kulit. Kosmetik yang digunakan untuk merombak tubuh seperti sabun mandi, luluran, dan *hand body* yang digunakan juga dengan indikasi yang sama. konsep cantik yang dipahami oleh remaja putri secara umum yaitu gambaran tubuh seorang wanita yang menarik menurut penilaian sendiri maupun penilaian orang lain. Penilaian yang diberikan terhadap diri sendiri maupun yang diberikan oleh orang lain membentuk persepsi remaja tentang dirinya yang disebut *physicalself* atau *body image*. *Body image* yang dimaksud disini yaitu digambarkan

dengan konsep cantik yang dipahami oleh remaja tersebut dan dapat memberi rasa kepuasan terhadap keadaan fisik yang dimiliki dan mempengaruhi rasa percaya diri dalam pergaulan. Begitu pula dengan ikon cantik yang ditayangkan di media masa melalui identitas model yang notabene memiliki kulit yang putih, wajah mulus halus, memiliki tubuh yang ramping putih, serta rambut panjang yang lurus. Melalui isi pesan yang disampaikan tersebut, media massa juga ikut membentuk penilaian remaja putri tentang definisi cantik.

D. Keterbatasan Penelitian

Pada beberapa aspek, penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang dilakukan di sepanjang prosesnya, sehingga dapat dilakukan beberapa pertimbangan ketika melakukan penelitian yang serupa.

1. Penelitian ini terdapat adanya *bias/human error* yang dapat memungkinkan subjek tidak sesuai dengan kondisi yang dialami subjek pada saat mengisi kuisioner. Pengukuran dengan menggunakan kuisioner dalam penelitian ini rentan dengan ketidakjujuran sampel dalam menjawab skala. Akibatnya data tersebut bisa saja menjadi tidak valid dan tidak reliabel. Peneliti melakukan penghilangan alternative jawaban netral memungkinkan subjek akan lebih memilih antara setuju dan tidak setuju lebih besar.
2. Pada data demografi yang disertakan dalam angket, terdapat perbedaan dalam mencentang *option* dan menulis *essay*, misalnya peneliti telah

memberi *option* apakah menggunakan kosmetik pemutih dan subjek menjawab tidak, tetapi dalam pengisian jenis krim, subjek menjawab menggunakan sabun muka. Serta terdapat beberapa komentar yang tidak menyetujui penelitian tersebut karena tidak sesuai dengan apa yang mereka bayangkan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Peneliti sulit untuk menemukan pemerataan jumlah partisipan per kategori usia remaja awal yaitu usia 12-15 tahun. Jumlah usia remaja awal adalah yang paling sedikit dibandingkan jumlah partisipan usia remaja tengah yaitu 15 – 18 tahun dan remaja akhir usia 18 -21 tahun. Penyebaran yang tidak merata dan kurangnya partisipan usia remaja awal tersebut menyebabkan jumlah usia tersebut lebih sedikit dibanding yang lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai perbedaan konformitas dengan pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah yang ditinjau dari usianya, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan dari penelitian ini:

1. Remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah di kota Malang memiliki nilai konformitas yang berbeda-beda di setiap kategori usia. Kategori usia yang dimaksud disini yaitu remaja awal dengan rentang usia 12-15 tahun, remaja tengah atau madya dengan rentang usia 15-18 tahun, dan remaja akhir dengan rentang usia 15-18 tahun.
2. Terdapat perbedaan yang signifikan dari hasil post hoc perbedaan yang signifikan diperoleh dari usia 18 dan 15 tahun. Kategori usia 15 tahun, memiliki perbedaan dengan usia 18 tahun. Sedangkan, kategori usia 18 tahun, memiliki perbedaan dengan usia 15 tahun.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang perbedaan konformitas pada remaja putri pengguna kosmetik pemutih wajah yang ditinjau dari kategori usia yaitu usia remaja awal, remaja madya atau tengah, dan remaja akhir, maka saran yang diajukan peneliti terhadap penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Saran Metodologis

- a. Subjek untuk penelitian selanjutnya dengan tema konformitas pada remaja, dapat mengangkat rentang umur yang berbeda dengan peneliti.
- b. Meneliti berbagai aspek yang lain dapat mempengaruhi konformitas.
- c. Membuat skala yang dapat dimengerti dan dipahami dengan mudah subjek sehingga subjek mengisi sesuai dengan keadaan subjek yang sebenarnya.
- d. Mempunyai dasar teori untuk menentukan karakteristik subjek dalam penelitian.
- e. Memiliki sumber tidak hanya dari penelitian terdahulu tetapi juga dari literatur yang asli.

2. Saran Praktis

1. Remaja diharapkan mampu menumbuhkan sikap percaya dalam dirinya agar memiliki keyakinan dan tidak mudah terbawa pengaruh oleh lingkungan sekitar.
2. Remaja diharapkan mampu membedakan mana hal yang harus dicontoh dan tidak dari lingkungan sekitar agar tetap aman dan memiliki pergaulan yang baik dengan teman sebaya.
3. Dalam menggunakan kosmetik, sebaiknya remaja tetap mampu membedakan mana yang baik digunakan sesuai dengan usia remaja tersebut dan tidak menggunakan kosmetik yang tidak dianjurkan untuk usianya.
4. Remaja sebaiknya tetap dalam bimbingan orang tua dan keluarga dalam memilih keputusan apapun agar remaja selalu aman dan nyaman dalam bergaul dengan teman sebaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Baron, R. A. dan Byrne. D. (2005). *Psikologi Sosial*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Dewi, Cintya Kusuma. (2015). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Sma Negeri 1 Depok Yogyakarta. *Jurnal Bimbingan dan Konseling: 10, 4*.
- Desmita. (2005). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Rosda.
- Lisnawati, Denik. Dkk. (2016). Knowledge And Perception Of Hazard Cosmetics Containing Bleaching Agent In SMK State of 4 Yogyakarta. *Psychology Journal: Media Farmasi, 13, 122-134*.
- Meilinda, E. (2013). Hubungan antara Penerimaan Diri dan Konformitas terhadap Intensi Merokok pada Remaja di SMK Istiqomah Muhammadiyah 4 Samarinda. *Jurnal Psikolog, 1* (<http://www.ejournal.psikologi.fisip-unmul.org>), diakses pada 27 Februari 2014
- Nisfiannoor, M., & Kartika, Yuni. (2004). Hubungan Antara Regulasi Emosi Dan Penerimaan Kelompok Teman Sebaya Pada Remaja. *Jurnal Psikologi: 2, 2*.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rasyid, H. A. (2007). Putih Cantik - Persepsi Orang Indonesia memiliki Kulit Putih. *Jurnal Ilmiah Mahaiswa Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Retno I.S. Tranggono. 1992. *Kiat Apik Menjadi Sehat dan Cantik*. Jakarta :
Gramedia Pustaka Utama.
- Roberti, J. W. (2003). A Review of Behavioral and Biological Correlates of Sensation Seeking. *Journal of Research in Personality 38, (256-279)*.

- Rongjun, Y. (2013). To Comform or Not to Comform: Spontaneous Conformity Diminishes the Sensitivity to Monetary Outcomes. *Article of Social Psychology*.
- Sarwono, S. W. (2002). *Psikologi Sosial, Individu dan Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sarwono, W. S. (2004). *Psikologi Remaja*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, W. S. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo. Santrock, J. W. (2002). *Life-span Development : Perkembangan Masa Hidup*. Edisi 5 jilid 2, Jakarta : Erlangga Siregar.
- Sears, dkk. (1994). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga
- Sears, dkk. (1999). *Psikologi Sosial*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Shubish, P. Ravi Shankar (2007). Fair Skin South Asia, An Obsesion?. *Journal of Pakistan Association of Dermatologists*; 17: 100-104.
- Simon. (2005). Differentiating between sensation seeking and impulsivity through their mediated relations with alcohol use and problems. HHS Public Acces. US.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Siwi. (2002). Intensi Membeli Kosmetika Pemutih Kulit Ditinjau Dari Kelengkapan Informasi Produk Pada Label Kemasan. *Jurnal Psikologi UGM*.
- Sjabadhyni, dkk. (2001). *Pengembangan Kualitas \Sumber Daya Manusia dari Perspektif Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: BPIO Fakultas Psikologi UI.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tranggono, R. I. dan Latifah, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Kosmetik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.