

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kosmetik dan merawat diri pada awalnya identik dengan wanita. Wanita membeli dan memakai kosmetik untuk mempercantik diri. Produk-produk kosmetik yang dipakai wanita untuk mempercantik diri antara lain bedak, *lipstick*, *bb cream* (*Blemish Balm* atau *Beauty Balm* adalah bentuk ringan dari *foundation* dengan rangkaian formula pelembab, *SPF* dan *antioksidan* dengan tingkat *coverage* medium), dan lain-lain. Namun pada jaman sekarang, tidak hanya wanita saja yang memakai kosmetik, pria pun mulai memakai kosmetik karena memperhatikan penampilan mereka. Karena itu, maka munculah produk-produk kosmetik untuk pria. Kosmetik tersebut digunakan untuk menunjang penampilan pria agar berpenampilan lebih menarik dan lebih percaya diri.

Menurut artikel di Koran “Hello Jepang!” yang diterbitkan pada bulan November tahun 2013 berjudul “Lelaki Masa Kini juga Sibuk Merawat Diri” yang ditulis oleh Meiskhe Fratel, penjualan kosmetik untuk pria Jepang dimulai pada tahun 1970 oleh Perusahaan Mandom. Kemudian perusahaan tersebut meluncurkan produk perawatan rambut Gatsby pada tahun 1978. Produk perawatan rambut Gatsby adalah salah satu kosmetik untuk pria di Jepang yang menjadi penyumbang penjualan terbesar untuk Mandom. Namun pada tahun 2013 pada bulan April hingga September produk *bodycare* berupa *deodorant paper* menjadi produk yang paling laku di pasaran. Penggunaan kosmetik pria

berdasarkan Bagian Hubungan Masyarakat Mandom Corporation semakin meningkat dari tahun ke tahun.

Kosmetik yang dibeli oleh pria Jepang bermacam-macam, antara lain : *foundation*, pensil alis, *concealer*, *blush on* warna natural, maskara, *lip gloss* atau *lip cream*, krim *anti aging*, krim dan *spray tanning*. Menurut artikel *Reuters* tahun 2007 penjualan kosmetik pria di Jepang mencapai \$3 triliun.

Mayu Shimokawa, kepala manajer produk di Mandom, mengatakan:

Jaman sekarang tren pria Jepang adalah yang “cantik”, baik dan lembut.

(<http://m.kompasiana.com>)

Kemudian menurut artikel yang ditulis 5 Juli 2014 oleh Vietchia Vinca yang berjudul “Blur Gender di Jepang” kaum Cosme-boy mengatakan:

男の子もキレイになりたい！男がキレイに美しいなって不都合があるでしょうか？

(<http://m.kompasiana.com>)

Pria ingin menjadi cantik. Apakah pria yang ingin mempercantik penampilannya itu salah?

(<http://m.kompasiana.com>)

Menurut artikel di www.jepang.net, penelitian dari Nippon TV tahun 2011 yang membuktikan bahwa pria berpenampilan menarik akan lebih mudah mendapatkan pekerjaan. Penelitian itu membuktikan bahwa perusahaan Jepang lebih menyukai mempekerjakan orang yang berpenampilan menarik.

Menurut artikel di www.independent.co.uk yang berjudul “Cosmetics Sales soar as Japan's Men Get in Touch With Their Feminine Side” yang ditulis oleh Danielle Demetriou pada 4 Maret 2008, yang berisi penelitian oleh Shiseido, sebuah merek kosmetik terkenal di Jepang, 70% Pria Jepang percaya bahwa

penampilan itu penting dan 15% diantara mereka menghabiskan rata-rata ¥2,000 dalam sebulan.

Pada akhir tahun 2013, penjualan kosmetik dan produk perawatan meningkat sebesar 4.2% sedangkan penjualan kosmetik untuk wanita meningkat sebesar 0.6% menurut data dari Yano Research Institute di Tokyo.

Pada awalnya kosmetik diperuntukkan bagi wanita, namun pada jaman sekarang kosmetik juga dipakai oleh pria agar berpenampilan menarik dan mudah mendapatkan pekerjaan. Hal ini adalah hal yang baru, karena pria digambarkan dengan *image* maskulin dan kosmetik bertentangan dengan imej tersebut.

Menyadari hal ini penulis tertarik untuk meneliti tentang pandangan wanita Jepang terhadap pria Jepang yang suka merawat diri. Penggunaan kosmetik yang tinggi pada pria Jepang dari *range* umur 20 tahun sampai 29 tahun, menurut survei yang ada di dalam buku *Soushokukei Danshi "Ojoman" ga Nihon wo Kaeru*. Buku ini berisi tentang pria Jepang yang memakai kosmetik. Dahulu kosmetik identik dengan wanita namun itu berubah sejak kosmetik pria mulai diproduksi tahun 1970-an. Lalu sekitar tahun 2008 munculah fenomena *Ojoman*. *Ojoman* adalah pria yang merawat diri, memakai kosmetik dan penampilannya kewanita-wanitaan. Penulis tertarik untuk mengetahui pandangan wanita Jepang terhadap pria Jepang yang menggunakan kosmetik dan memperhatikan penampilannya

1.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah:

Pandangan wanita Jepang yang terhadap pria Jepang yang memperhatikan penampilan dengan cara memakai kosmetik (*foundation, concealer, spray tanning, lip cream, lip gloss, bedak, face papper, hair wax, dan lain-lain*).

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran mengenai kondisi sosial masyarakat Jepang, Keadaan masyarakat dan hubungan antara pria dan wanita di Jepang melalui analisa terhadap pandangan wanita Jepang terhadap pria Jepang yang memakai kosmetik.

Adapun manfaat penelitian ini adalah untuk memberi gambaran kepada masyarakat Indonesia mengenai padangan wanita Jepang terhadap pria Jepang yang menggunakan kosmetik.

1.4 Pendekatan dan Metode Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian dengan pendekatan Fenomenologi dan memilih metode survei karena penulis mengumpulkan informasi menggunakan survei. Alasan penulis memilih menggunakan pendekatan fenomenologi karena pendekatan fenomenologi berkaitan dengan peristiwa dan kaitan-kaitannya dengan suatu kelompok masyarakat.

Metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara

faktual. Dalam metode survei dikerjakan evaluasi serta perbandingan-perbandingan terhadap hal-hal yang telah dikerjakan orang dalam menangani situasi atau masalah yang serupa dan hasilnya dapat digunakan dalam pembuatan rencana dan pengambilan keputusan di masa mendatang. Penyelidikan dilakukan dalam waktu bersamaan terhadap sejumlah individu atau unit, baik secara sensus atau dengan menggunakan contoh. Banyak masalah yang dapat diteliti dengan menggunakan metode survei termasuk masalah kemasyarakatan (survei sosial), masalah komunikasi dan pendapat umum (survei pendapat umum), masalah pendidikan (survei pendidikan dan persekolahan), dan sebagainya. (Moh. Nazir, 2009, p. 56). Penyelidikan dilakukan melalui penyebaran angket lewat internet. Penulis menyebarkan angket kepada 33 orang wanita Jepang. Penulis akan mengolah dari hasil survei dan membandingkan dari sampel-sampel yang ada. Hasil angket dihitung menggunakan skala likerts. Diharapkan dari hasil survei akan mendapatkan gambaran tentang pandangan wanita Jepang terhadap pria Jepang yang memakai kosmetik serta merawat diri.

Fenomena berasal dari bahasa Yunani *phainomenon*, yang berarti "apa yang terlihat". Fenomena terjadi saat kita melihat atau merasakan sesuatu, misalnya hal-hal yang dirasakan oleh panca indra, hal-hal mistik, fakta yang terjadi dan gejala-gejala alam.

Fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas yang tampak. Fenomenologi memanfaatkan pengalaman intuitif atas fenomena, sesuatu yang hadir dalam refleksi fenomenologis, sebagai titik awal dan usaha untuk mendapatkan fitur – hakekat

dari pengalaman dan hakekat dari apa yang dialami. Fenomenologi juga menjelaskan mengenai persepsi. Merleau Ponty (1908-1961), salah satu tokoh fenomenologi kontemporer yang fokus pada fenomenologi persepsi. Ponty menjelaskan bahwa suatu fenomenologi tidak dapat dikatakan bermakna apabila individu belum dapat memahami fenomenologi tersebut. Ponty menjelaskan bahwa fenomenologi bukan hanya kajian tentang bagaimana objek menampilkan diri ke dalam struktur kesadaran, melainkan juga lebih tentang bagaimana objek itu secara perseptual berkembang seiring dengan berkembangnya pengalaman.

Ponty menyatakan bahwa melalui proses pengalaman, manusia mengkonstruksikan dunia lewat persepsi. Hal ini bermakna bahwa semua pengetahuan, sains dan termasuk kepercayaan, berbasis pada dunia yang manusia serap. (www.scribd.com/mobile/doc/216928452)

1.5 Organisasi Penulisan

Organisasi Penelitian yang penulis lakukan ialah, dalam Bab I penulis membahas latar belakang masalah, pembatasan masalah, tujuan dari penelitian, pendekatan dan metode penelitian yang digunakan penulis juga sistematika penulisan.

Pada Bab II penulis ingin menjabarkan tentang teori fenomenologi persepsi, sejarah kosmetik pria di Jepang dan kosmetik yang digunakan oleh pria Jepang serta fungsinya. Penulis juga akan menjelaskan alasan kenapa pria Jepang menggunakan kosmetik.

Pada Bab III penulis ingin menjabarkan hasil survei yang diambil dari wanita Jepang tentang tanggapan mereka terhadap pria Jepang yang merawat diri dan menggunakan kosmetik.

Bab IV berisi simpulan dari hasil penelitian.