

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap manusia akan mengalami tahap-tahap perkembangan sejak kelahirannya, segera sesudah dilahirkan maka seseorang secara fisiologik menjadi lebih tua. Dengan bertambahnya usia maka jaringan sel-sel menjadi tua, sebagian akan mengalami regenerasi, tetapi sebagian lagi akan mati, sehingga secara fisik akan mengalami penurunan. Di dalam menghadapi masa tua selalu terdapat ketakutan baik pria maupun wanita terhadap penampilannya (Hurlock, 1990, h. 326).

Di dalam masa tua ini wanita merasa kehilangan atau menurun kapasitasnya dan kesuburannya sebagai seorang wanita (Dahlan, 1978, h. 60). Secara umum masalah yang dialami oleh wanita dewasa madya (40-60 tahun) didasari oleh suatu motif, ialah motif kehilangan. Wanita pada usia ini dianggap kehilangan sesuatu yang bernilai baginya, seperti rasa kehilangan kecantikannya dan bagi wanita yang kawin merasa kehilangan rasa dibutuhkan oleh anak-anaknya dan kehilangan rasa kasih sayang suaminya (Sadli, 1987, h. 24). Pada saat inilah terjadinya banyak perubahan jasmaniah seperti mudah menjadi gemuk, lebih cepat capai, haid mulai tidak teratur, perubahan dalam gaya hidup dan peranannya, dan seringkali perubahan dalam menilai diri sendiri tidak lagi cantik (Sadli, 1987, h. 20).

Adanya perubahan-perubahan yang terjadi, hal ini hampir sama yang dialami pada masa pubertas dengan demikian pada periode klimakterium ini sering disebut sebagai masa pubertas yang kedua dimana tingkah lakunya sering nampak janggal dan tidak pada tempatnya, misalnya, pada umur lebih 50 tahun seorang wanita memakai rok yang panjang dengan warna yang mencolok dan memakai perhiasan emas yang berwarna-warni. Tingkah laku wanita yang berlebihan ini untuk mengingkari ketuaannya dan ingin mengulangi kembali pola kebiasaan di masa muda. Dengan menimbuni dirinya dengan pakaian dan perhiasan warna-warni serta macam-macam bahan kosmetik agar kelihatan masih "remaja" (Kartono,1992,h.319). Pada usia 35 tahun ke atas lapisan epidermis ini akan mulai kehilangan kelenturannya, biasanya diikuti oleh munculnya kantong mata, dagu yang bertumpuk dan pipi yang mengantung. Gambaran ini seakan mimpi buruk bagi wanita, sehingga segala upaya diperlukannya untuk mengurangi itu semua dan diciptakan berbagai macam kosmetik untuk mengatasi kerutan dini pada wajah. Kosmetik untuk mengatasinya harus memiliki fungsi utama: memberi nutrisi, mengencangkan, melembabkan, serta membantu menjaga dan memperbaiki jaringan kulit seperti kolega, elastin dan asam amino. Diatasinya masalah ini dapat membantu sebagian besar wanita untuk meningkatkan rasa percaya diri dan tidak takut kehilangan kasih sayang dan perhatian suaminya (Tilaar,1992,h.27).

Kimmel (dikutip oleh Sadli,1987,h.26) mengatakan

bahwa pada usia dewasa madya, wanita yang tergolong taraf kecerdasan rata-rata mengalami kemunduran yang tidak berarti. Pada wanita usia dewasa madya yang sehat tidak ada perubahan drastis dari intelegensinya sebagai akibat bertambahnya umur. Hal tersebut tidak menghalangi bagi wanita dewasa madya untuk mengaktualisasikan diri sebagai kebutuhan untuk mengembangkan dan mewujudkan pelbagai potensi khas yang ada dalam dirinya. Pada wanita aktualisasi diri menjadi penting, karena wanita dewasa madya mendapat perluasan peran masyarakat. Peran, wanita dalam bekerja menjadi perjalanan panjang dalam menjadikan "diri wanita dewasa madya yang paling baik", wanita dewasa madya akan menghadapi masalah dengan lingkungan di dalam dan di luar dirinya, antara lain mengenai kecantikannya, yang berhubungan erat dengan kepercayaan diri. Wanita menjadi cantik merupakan hal yang wajar dan setiap wanita memimpikan hal tersebut, sebab kodrat yang tumbuh dalam diri wanita antara lain adalah mudah gembira dengan adanya pujian, dan yang berhubungan dengan fisik. Hal tersebut karena adanya kesadaran akan keindahan yang tampak dari kecantikan yang dimiliki wanita dewasa madya (Tiara,1991,h.12).

Kebutuhan wanita untuk mempercantik dirinya menimbulkan adanya merk kosmetik yang semakin meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin meningkatnya merk kosmetik dari beberapa perusahaan di Indonesia juga di negara-negara tetangga (Nova,1994,h.5). Tidak

mengherankan jikalau saat ini banyak wanita membutuhkan kosmetik untuk mempercantik dirinya, baik untuk wanita usia muda maupun yang sudah memasuki usia dewasa madya untuk menutupi ketuaannya.

Deutsh (dikutip oleh Sadli,1987,h.13) menggambarkan bahwa wanita dewasa madya menyesali atas berkurangnya aktivitas reproduktif yang dimilikinya. Sikap tersebut menyebabkan wanita dalam usia dewasa madya sulit untuk menerima dan menyesuaikan diri terhadap keadaan baru yang berhubungan dengan perubahan-perubahan yang terjadi pada dirinya, bahkan wanita usia dewasa merasa dirinya menjadi layu dan tidak mau merawat wajah maupun tubuhnya.

Menurut Williams (dikutip oleh Sadli,1987,h.13) wanita dewasa madya yang sehat dapat mengolah berbagai kejadian dalam tahap-tahap perkembangannya, termasuk apa yang wanita dewasa madya alami dalam proses menua, secara efektif dan kreatif. Usia dewasa madya bukan sesuatu yang merisaukan, karena dalam kehidupan keluarga pada wanita usia dewasa madya khususnya hubungan suami istri menjadi lebih harmonis termasuk hubungan seksnya. Kekhawatiran yang wanita dewasa madya alami sehubungan dengan usia dewasa madya adalah takut terhadap keadaan kesehatannya, lentang anak-anak yang akan meninggalkan rumah, karena meningkat dewasa dan hal-hal umum mengenai proses menua yaitu akan kecantikannya, karena kulitnya kelihatan keriput. Pada usia dewasa madya wanita suka merawat tubuh, supaya tetap cantik dengan berbagai kosmetik.

Berdasarkan pendapat tersebut menunjukkan adanya suatu perbedaan mengenai perubahan-perubahan yang dialami pada usia dewasa madya. Dikatakan bahwa pada usia dewasa madya seorang wanita menjadi murung, layu dan tidak mau merawat wajah dan tubuhnya, tetapi ada pendapat yang lain bahwa dalam usia dewasa madya, wanita senang merawat tubuh untuk menutupi ketuaannya dengan berbagai macam kosmetik. Usaha untuk mengatasi gejala ketuaan dengan harapan supaya tidak kehilangan kasih sayang dan perhatian dari suaminya, sedang pada wanita yang tidak kawin kebutuhan akan kosmetik tidak begitu diperhatikan. Dari uraian di atas timbul minat untuk membandingkan antara wanita yang kawin dan tidak kawin, hal inilah yang membangkitkan penulis untuk mengangkat masalah ini dan tergerak untuk mengadakan penelitian dengan judul: "MINAT MEMBELI KOSMETIK PADA WANITA BEKERJA USIA DEWASA MADYA DITINJAU DARI STATUS PERKAWINAN".

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menguji secara empiris tentang ada tidaknya perbedaan minat membeli produk kosmetik pada wanita bekerja usia dewasa madya ditinjau dari status perkawinan.

C. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan penulis lakukan adalah sebagai berikut:

a. Dari segi praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan bahwa wanita usia dewasa madya yang kawin dan tidak kawin merupakan usaha untuk menentukan segmentasi pasar produk kosmetik.

b. Dari segi teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan ilmiah yang berguna dan berarti bagi psikologi perkembangan dan psikologi industri khususnya masalah minat membeli kosmetik pada wanita bekerja usia dewasa madya antara yang kawin dan tidak kawin.