

PERSEPSI MASKULINITAS TERHADAP SIKAP MAHASISWA LAKI-LAKI DALAM MENGGUNAKAN SKINCARE PADA FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN UNP

Anisya Eristian¹, Indra Saputra²

anisyaeristian05@gmail.com¹, indrasaputra@fpp.unp.ac.id²

Universitas Negeri Padang

ABSTRAK

Dalam era modern, penggunaan skincare tidak lagi hanya menjadi kebutuhan perempuan, namun juga semakin diminati oleh laki-laki. Meskipun demikian, di kalangan mahasiswa laki-laki masih terdapat hambatan berupa minimnya pengetahuan tentang perawatan kulit, terbatasnya akses informasi skincare khusus pria, serta adanya stigma bahwa skincare identik dengan sifat feminin sehingga dianggap kurang sesuai dengan citra maskulin. Kondisi ini mengakibatkan sebagian pria enggan menggunakan skincare meskipun mengalami masalah kulit seperti jerawat, kulit kering, dan penuaan dini. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup dengan total populasi 428, dan sampel sebanyak 81 yang dirancang berdasarkan indikator persepsi maskulinitas dan sikap. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik regresi linier sederhana untuk melihat pengaruh antara variabel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi maskulinitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mahasiswa laki-laki dalam menggunakan skincare. Dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$) mengindikasikan model regresi layak digunakan. Koefisien regresi maskulinitas sebesar 0,291 dengan konstanta 19,055 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan persepsi maskulinitas akan meningkatkan skor sikap mahasiswa sebesar 0,291. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,513 berarti 51,3% variasi sikap mahasiswa dipengaruhi oleh persepsi maskulinitas, sedangkan 48,7% dipengaruhi faktor lain. Uji t menghasilkan t hitung 9,117 $>$ t tabel 1,990 dengan signifikansi 0,000, sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, yang menegaskan adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi maskulinitas dan sikap mahasiswa laki-laki dalam menggunakan skincare.

Kata Kunci: Persepsi Maskulinitas, Sikap, Skincare, Mahasiswa Laki-Laki, Perawatan Diri.

PENDAHULUAN

Dalam era modern, perawatan kulit tidak lagi hanya menjadi kebutuhan bagi perempuan, tetapi juga semakin banyak diminati oleh laki-laki (Pithaloka et al., 2023). Kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan kulit telah meningkat (Haddy, 2025). Industri skincare juga merespon perubahan ini dengan menghadirkan berbagai produk yang dirancang khusus untuk laki-laki, mulai dari pembersih wajah hingga serum dan pelembap. Namun, pada kenyataannya, masih banyak laki-laki yang enggan menggunakan skincare karena adanya anggapan bahwa perawatan kulit hanya diperuntukkan bagi perempuan. Akibatnya, banyak yang mengabaikan perawatan kulit dan munculah berbagai permasalahan kulit pada laki-laki semakin banyak ditemukan. Permasalahan ini meliputi kulit berminyak, jerawat, komedo dan kulit kering. (Makarim, 2020) tentang permasalahan kulit yang rentan dialami oleh pria. Faktor-faktor seperti paparan sinar matahari, polusi udara, pola makan yang tidak sehat, stres, dan kurangnya perhatian terhadap perawatan kulit menjadi penyebab utama munculnya berbagai gangguan pada kulit laki-laki (Anggraeni, 2020).

Dibandingkan dengan wanita, pria cenderung lebih jarang menggunakan produk perawatan kulit atau skincare, pernyataan ini serupa dengan yang disampaikan (Wulansari, 2022). Hal ini mengakibatkan banyak dari mereka mengalami permasalahan

kulit yang seharusnya dapat dicegah atau diminimalisir dengan penggunaan produk perawatan kulit yang tepat (Affandi, 2023). Kurangnya kesadaran akan pentingnya perawatan kulit dapat berdampak jangka panjang terhadap kesehatan kulit pria, termasuk risiko kerusakan kulit yang lebih parah di usia lanjut. Salah satu faktor utama yang menyebabkan rendahnya penggunaan skincare di kalangan mahasiswa laki-laki adalah minimnya pengetahuan mereka tentang pentingnya perawatan kulit..

Banyak pria yang tidak memahami jenis kulit mereka sendiri, manfaat dari penggunaan skincare, serta langkah-langkah dasar dalam merawat kulit. Kurangnya edukasi mengenai skincare membuat mereka tidak menyadari bahwa penggunaan produk perawatan kulit yang tepat dapat membantu mengatasi berbagai masalah kulit yang mereka alami (Putra et al., 2024). Ketidaktahuan ini juga menyebabkan sebagian besar pria hanya menggunakan produk pembersih wajah secara sembarangan, tanpa mempertimbangkan kesesuaian dengan kondisi kulit mereka.

Selain kurangnya pengetahuan, akses informasi mengenai skincare untuk pria juga masih terbatas. Kebanyakan sumber informasi tentang skincare lebih banyak ditujukan untuk wanita, sehingga pria merasa kesulitan dalam memahami produk dan metode perawatan yang sesuai untuk mereka. Pria cenderung memiliki kesadaran yang lebih rendah dalam mencari informasi dan layanan kesehatan untuk mengatasi masalah jerawat. Minimnya edukasi yang disesuaikan dengan kebutuhan laki-laki membuat mereka semakin enggan untuk mencoba dan menerapkan rutinitas perawatan kulit yang baik (Millah, 2019). Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam penyebaran informasi mengenai perawatan kulit bagi pria, yang dapat menghambat mereka dalam mengambil keputusan yang tepat terkait kesehatan kulitnya.

Selain dari faktor-faktor tersebut, stigma negatif terhadap laki-laki yang menggunakan skincare juga menjadi salah satu penghambat utama dalam penerapan perawatan kulit oleh pria. Dalam masyarakat, masih terdapat anggapan bahwa skincare lebih identik dengan perempuan dan tidak sesuai dengan konsep maskulinitas (Syarafullana et al., 2023). Persepsi ini berakar dari norma sosial yang menganggap bahwa laki-laki harus tampil alami tanpa banyak melakukan perawatan. Mahasiswa laki-laki yang menggunakan skincare sering kali dianggap kurang maskulin atau terlalu memperhatikan penampilan, hal ini diperkuat dengan pendapat (Alamsyah & Sumanti, 2023). Hal ini menyebabkan banyak pria merasa ragu atau malu untuk mulai merawat kulitnya, meskipun mereka mengalami berbagai permasalahan kulit yang signifikan.

Stigma tersebut diperkuat dengan representasi media yang sering kali mengasosiasikan perawatan kulit dengan perempuan. Iklan-iklan produk skincare lebih banyak menargetkan konsumen wanita, sementara produk perawatan kulit untuk pria masih sangat terbatas dalam pemasaran dan promosi. Hal ini semakin memperkuat anggapan bahwa penggunaan skincare bukanlah bagian dari gaya hidup laki-laki. Padahal, merawat kesehatan kulit bukan hanya tentang estetika, tetapi juga merupakan bagian dari menjaga kebersihan dan kesehatan secara keseluruhan (Tempo, 2025). Jika persepsi ini terus dipertahankan, maka akan semakin banyak pria yang mengalami permasalahan kulit akibat kurangnya perhatian terhadap perawatan kulit.

Berdasarkan hasil observasi Berdasarkan hasil observasi terhadap mahasiswa laki-laki dengan menggunakan angket melalui G-form terlihat adanya variasi pandangan mengenai penggunaan skincare. Sebagian responden masih memiliki anggapan bahwa skincare identik dengan perempuan, sehingga penggunaannya pada laki-laki dianggap kurang sesuai dengan citra maskulin. Hal ini tercermin dari adanya responden yang merasa canggung menggunakan skincare di hadapan teman atau menghindari kegiatan perawatan kulit karena khawatir dianggap kurang jantan.

Di sisi lain, terdapat pula responden yang menunjukkan pemahaman tentang manfaat skincare bagi kesehatan kulit dan mengetahui beberapa jenis produk dasar seperti facial wash, pelembap, dan sunscreen. Sebagian dari mereka menyatakan pernah menggunakan atau berkeinginan untuk menggunakan skincare, baik karena kebutuhan perawatan kulit maupun pengaruh dari lingkungan sekitar, seperti teman dan tren di media sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya keberagaman persepsi maskulinitas di kalangan mahasiswa laki-laki, mulai dari yang masih mempertahankan pandangan tradisional hingga yang lebih terbuka terhadap praktik perawatan diri.

Dengan memahami bagaimana persepsi ini terbentuk dan bagaimana pengaruhnya terhadap kebiasaan perawatan kulit, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya skincare bagi pria. Dengan demikian, diharapkan penggunaan skincare oleh pria dapat meningkat tanpa adanya hambatan berupa stigma atau kurangnya informasi yang memadai. Dengan meningkatnya pemahaman akan pentingnya skincare, diharapkan semakin banyak pria yang sadar akan kesehatan kulit mereka dan mampu menjaga kesehatannya dengan lebih baik.

KAJIAN TEORITIS

Persepsi Maskulinitas

Persepsi merupakan proses kognitif yang dimulai dari penerimaan rangsangan melalui pancaindra, kemudian diorganisasikan dan diinterpretasikan sehingga membentuk pemahaman terhadap apa yang diindra (Saifuddin, 2017). Proses ini melibatkan interaksi antara rangsangan eksternal dengan faktor internal seperti pengalaman, ingatan, dan kondisi psikologis, sehingga menghasilkan pengetahuan baru tentang realitas. Menurut (Riskiyah & Yani, 2019), persepsi berfungsi sebagai proses kategorisasi, di mana organisme merespons masukan dari objek atau peristiwa tertentu dan menghubungkannya dengan kategori yang relevan. (Nisa et al., 2023) menekankan bahwa persepsi adalah proses psikologis yang kompleks, melibatkan pemilihan, penyusunan, dan penafsiran stimulus secara aktif, yang dipengaruhi oleh latar belakang pengalaman, pengetahuan, dan kondisi emosional. Stimulus yang memicu persepsi ditangkap oleh indera penglihatan, pendengaran, penciuman, perasa, dan peraba, kemudian diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan secara subjektif sesuai perbedaan latar belakang budaya, motivasi, dan kondisi psikologis individu.

(Syahputra & Putra, 2009) menjelaskan bahwa persepsi memungkinkan makhluk hidup menerima dan memproses informasi dari lingkungan melalui tahap penginderaan, atensi, dan interpretasi. Sensasi yang diterima dari pancaindra diteruskan ke otak dalam bentuk sinyal, lalu diolah untuk membentuk pemahaman tertentu. Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah proses kognitif yang menggabungkan stimulus eksternal dan faktor internal untuk membentuk pengetahuan, sikap, dan respons individu terhadap realitas di sekitarnya.

Skincare

Skincare, atau perawatan kulit, merupakan rangkaian aktivitas yang bertujuan merawat, menjaga kesehatan, dan meningkatkan penampilan kulit. Kegiatan ini mencakup penggunaan berbagai produk yang diformulasikan khusus, seperti pembersih (cleanser), penyegar (toner), pelembap (moisturizer), pelindung kulit (sunscreen), serta produk eksfoliasi (peeling), untuk menjaga kelembapan, kebersihan, dan kesehatan kulit secara menyeluruh (Hilmi et al., 2022). Kulit yang sehat lebih mampu melawan infeksi dan pengaruh lingkungan, sehingga tampak segar dan bercahaya. Perawatan ini dapat dilakukan dengan metode modern, semi-tradisional, maupun tradisional (Lusiana, 2025), serta bertujuan memperoleh kulit yang sehat, lembap, segar, dan terhindar dari penyakit

kulit.

Menurut Dr. Flandiana Yogianti, Ph.D., Sp.DV (Satria, 2021), skincare tidak hanya digunakan untuk mengatasi masalah kulit, tetapi juga menjaga dan memperbaiki kondisi kulit yang sudah sehat. Produk skincare yang tepat dapat membantu mencegah penuaan dini, mengatasi kulit kusam, menjaga kelembapan, dan melindungi dari faktor eksternal seperti paparan sinar UV. (Maarif & Nur, 2019) menekankan pentingnya pemilihan produk sesuai jenis kulit, baik berminyak, kering, maupun sensitif, agar manfaatnya optimal. Menurut (Minerva & Astuti, 2019) perawatan kulit wajah meliputi pembersihan, penyegaran, dan pemberian nutrisi untuk menjaga elastisitas, mencerahkan, menghaluskan, serta mempertahankan kesehatan kulit. Secara keseluruhan, skincare berperan penting bagi pria maupun wanita dalam menjaga kesehatan kulit, menunjang penampilan, dan melindungi kulit dari kerusakan.

Sikap

Sikap merupakan kecenderungan internal seseorang untuk merespons suatu objek, situasi, atau fenomena tertentu secara positif atau negatif, yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, dan interaksi sosial. Pembentukan sikap dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, lingkungan, norma sosial, media, dan budaya (Zuchdi, 1995), serta berlandaskan pada keyakinan yang dibentuk melalui proses kognitif (Nordin et al., 2011). Sikap dapat bersifat menetap, muncul secara tidak disadari, dan mencerminkan kepribadian individu (Ayuda & Musfar, 2023). Dalam konteks penelitian ini, objek sikap adalah skincare, yang pembentukannya dapat dipengaruhi persepsi maskulinitas dan norma sosial di kalangan mahasiswa laki-laki.

(Saktiana, 2024) menjelaskan bahwa sikap terdiri dari tiga komponen utama, yaitu afektif berkaitan dengan perasaan atau emosi terhadap skincare, seperti rasa senang, percaya diri, atau malu saat menggunakannya. Komponen kognitif mencakup keyakinan dan pengetahuan mengenai manfaat skincare, termasuk menjaga kesehatan kulit dan penampilan (Azwar, 2007). Sementara itu, komponen konatif berkaitan dengan kecenderungan bertindak, seperti niat membeli, menggunakan secara rutin, atau merekomendasikan produk skincare. (Ajzen, 2005) menambahkan bahwa sikap memengaruhi niat dan perilaku melalui keyakinan terhadap hasil, penilaian pentingnya hasil tersebut, dan kesiapan bertindak. Dengan demikian, indikator sikap mahasiswa laki-laki terhadap skincare mencakup perasaan positif saat menggunakan skincare (afektif), keyakinan akan manfaatnya (kognitif), serta kemauan untuk menggunakan dan merekomendasikannya (konatif).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena dinilai tepat untuk menguji pengaruh antara dua variabel numerik, yaitu persepsi maskulinitas (X) dan sikap mahasiswa dalam menggunakan skincare (Y). Analisis data dilakukan dengan uji regresi linier sederhana untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh persepsi maskulinitas terhadap sikap mahasiswa laki-laki dalam menggunakan skincare di Fakultas Pariwisata dan Perhotelan UNP. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa laki-laki di fakultas tersebut yang berjumlah 428 orang. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Formulir. Analisis data meliputi uji prasyarat (uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas), uji regresi linier sederhana, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 81 mahasiswa laki-laki Fakultas Pariwisata dan Perhotelan. Karakteristik responden dikategorikan berdasarkan program studi, usia, dan tingkat penggunaan skincare. Mayoritas berasal dari program studi Perhotelan, diikuti Pariwisata dan Tata Boga. Sebagian besar berusia 20–22 tahun, yaitu usia produktif yang rentan dipengaruhi tren gaya hidup dan penggunaan produk perawatan kulit.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Validitas Variabel Maskulinitas (X)

Variabel	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Maskulinitas (X)			
X1	0,564	0,361	Valid
X2	0,661	0,361	Valid
X3	0,660	0,361	Valid
X4	0,633	0,361	Valid
X5	0,521	0,361	Valid
X6	0,464	0,361	Valid
X7	0,619	0,361	Valid
X8	0,477	0,361	Valid
X9	0,490	0,361	Valid
X10	0,435	0,361	Valid
X11	0,678	0,361	Valid
X12	0,678	0,361	Valid
X13	0,477	0,361	Valid
X14	0,528	0,361	Valid
X15	0,637	0,361	Valid
X16	0,680	0,361	Valid
X17	0,704	0,361	Valid
X18	0,708	0,361	Valid
X19	0,610	0,361	Valid
X20	0,664	0,361	Valid
X21	0,585	0,361	Valid
X22	0,495	0,361	Valid
X23	0,585	0,361	Valid
X24	0,645	0,361	Valid
X25	0,277	0,361	Tidak Valid
X26	0,340	0,361	Tidak Valid
X27	0,336	0,361	Tidak Valid
X28	0,324	0,361	Tidak Valid
X29	0,531	0,361	Valid
X30	0,509	0,361	Valid
X31	0,629	0,361	Valid
X32	0,494	0,361	Valid
X33	0,554	0,361	Valid
X34	0,501	0,361	Valid
X35	0,260	0,361	Tidak valid
X36	0,222	0,361	Tidak valid
X37	0,301	0,361	Tidak valid
X38	0,538	0,361	Valid
X39	0,522	0,361	Valid
X40	0,321	0,361	Tidak valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, seluruh item pada variabel X (maskulinitas) berjumlah 40 butir pernyataan. Dari jumlah tersebut, terdapat sekitar 8 butir yang dinyatakan tidak valid karena nilai korelasi rhitung lebih kecil dari rtabel sebesar 0,361, sehingga butir-butir tersebut dieliminasi dari instrumen penelitian. Dengan demikian, tersisa 32 butir pernyataan yang valid, yaitu yang memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel sebesar 0,361.

Tabel 2. Validitas Variabel Sikap Mahasiswa (Y)

Variabel	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Sikap Mahasiswa (Y)			
Y1	0,673	0,361	Valid
Y2	0,677	0,361	Valid
Y3	0,734	0,361	Valid
Y4	0,749	0,361	Valid
Y5	0,901	0,361	Valid
Y6	0,883	0,361	Valid
Y7	0,870	0,361	Valid
Y8	0,577	0,361	Valid
Y9	0,830	0,361	Valid
Y10	0,877	0,361	Valid
Y11	0,779	0,361	Valid
Y12	0,680	0,361	Valid
Y13	0,656	0,361	Valid
Y14	0,655	0,361	Valid

Seluruh 14 item pada variabel Y (sikap mahasiswa) dinyatakan valid karena nilai rhitung > rtabel (0,361).

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Reliabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.939	32

Hasil uji reliabilitas variabel maskulinitas (X) menunjukkan nilai Cronbach Alpha 0,939 (>0,6), sehingga seluruh butir pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.939	14

Hasil uji reliabilitas variabel sikap mahasiswa (Y) menunjukkan nilai Cronbach Alpha 0,939 (>0,6), sehingga seluruh butir pertanyaan dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.71563138
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.048
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, sehingga data dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 6. Uji Linieritas

ANOVA Table						
			Sum of Squares	df	Mean Square	F
Sikap Mahasiswa * Maskulinitas	Between Groups	(Combined)	1631.386	39	41.830	2.701
		Linearity	1161.996	1	1161.996	75.017
		Deviation from Linearity	469.390	38	12.352	.797
	Within Groups		635.083	41	15.490	
	Total		2266.469	80		

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi 0,758 ($>0,05$), sehingga hubungan antara maskulinitas dan sikap mahasiswa dinyatakan linear.

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.764	2.511		1.499	.138
Maskulinitas	-.007	.020	-.039	-.349	.728
a. Dependent Variable: ABS RES					

Hasil uji heteroskedastisitas Glejser menunjukkan nilai signifikansi 0,728 ($>0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Analisis Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 8. Analisis Uji Regresi Linier Sederhana

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1161.996	1	1161.996	83.114	.000 ^b
Residual	1104.473	79	13.981		
Total	2266.469	80			
a. Dependent Variable: sikap					
b. Predictors: (Constant), maskulinitas					

Output menunjukkan F hitung 83,114 dengan sig. 0,000 ($<0,05$), sehingga model layak digunakan dan terdapat pengaruh maskulinitas (X) terhadap sikap penggunaan skincare (Y).

Tabel 9. Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.055	4.043		4.713	.000
Maskulinitas	.291	.032	.716	9.117	.000

a. Dependent Variable: Sikap Mahasiswa

Persamaan menunjukkan konstanta 19,055 yang berarti jika maskulinitas 0, sikap mahasiswa bernilai 19,055. Koefisien 0,291 menunjukkan setiap kenaikan 1 satuan maskulinitas meningkatkan sikap mahasiswa sebesar 0,291, menandakan hubungan positif.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.513	.507	3.73907

a. Predictors: (Constant), Maskulinitas
b. Dependent Variable: Sikap Mahasiswa

Berdasarkan tabel 4.9, nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,513 menunjukkan bahwa maskulinitas berpengaruh terhadap sikap mahasiswa sebesar 51,3%, sedangkan sisanya 48,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Uji Hipotesis

Tabel 11. Hasil Analisis Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	19.055	4.043		4.713	.000
Maskulinitas	.291	.032	.716	9.117	.000

a. Dependent Variable: Sikap Mahasiswa

Berdasarkan tabel, thitung 9,117 > ttabel 1,990 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga Ha diterima dan H0 ditolak.

Uji Korelasi

Tabel 12. Uji Korelasi

Correlations			
		Maskulinitas	Sikap Mahasiswa
Maskulinitas	Pearson Correlation	1	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	81	81
Sikap Mahasiswa	Pearson Correlation	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	81	81

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil SPSS menunjukkan N = 81, Pearson correlation 0,716(**) (korelasi kuat), dan sig. 0,000 (<0,05), menandakan hubungan positif signifikan antara maskulinitas dan sikap mahasiswa.

Pembahasan

Analisis regresi linear sederhana dengan SPSS menunjukkan nilai signifikansi 0,000 (<0,05), sehingga Ha diterima dan H0 ditolak. Artinya, persepsi maskulinitas berpengaruh

positif dan signifikan terhadap sikap mahasiswa laki-laki dalam menggunakan skincare. Nilai t -hitung $9,117 > t$ -tabel $1,990$ dengan koefisien $0,291$, yang berarti setiap kenaikan 1 poin maskulinitas meningkatkan sikap sebesar $0,291$ poin. Koefisien determinasi (R^2) $0,513$ menunjukkan $51,3\%$ variasi sikap dijelaskan oleh persepsi maskulinitas, sedangkan $48,7\%$ dipengaruhi faktor lain seperti teman sebaya, media sosial, tren kecantikan, dan faktor personal. Uji heterokedastisitas Glejser menghasilkan signifikansi $0,728 (>0,05)$, menandakan model memenuhi asumsi homokedastisitas sehingga estimasi parameter valid dan efisien.

Temuan ini selaras dengan penelitian yang menyoroti pergeseran nilai maskulinitas pada pria modern. Studi fenomenologis di Tangerang mengungkap bahwa motivasi perawatan kulit dipicu oleh keinginan memperbaiki diri, meningkatnya kesadaran penampilan, dan pengaruh lingkungan sosial, yang menciptakan negosiasi antara maskulinitas tradisional dan praktik perawatan diri (Kusnandi, 2025). Secara kuantitatif, penelitian di Jawa menunjukkan stereotipe gender berpengaruh signifikan ($\text{sig.} < 0,001$) terhadap persepsi maskulinitas dalam penggunaan skincare sebesar $48,1\%$ (Oktarina et al., 2025). Kedua temuan ini menegaskan bahwa fenomena dalam penelitian ini merupakan bagian dari tren sosial yang lebih luas, di mana batasan maskulinitas tradisional semakin longgar dan pria lebih terbuka terhadap praktik perawatan diri.

KESIMPULAN

Hasil penelitian membuktikan persepsi maskulinitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan skincare. Semakin positif persepsi maskulinitas, semakin baik pula sikap terhadap perawatan kulit. Hubungan kedua variabel termasuk kategori kuat. Temuan ini dapat menjadi referensi akademis dalam kajian perilaku konsumen, khususnya segmen laki-laki di bidang perawatan diri. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas jumlah responden dan menambahkan variabel seperti pengaruh media sosial, norma gender, dan kepercayaan diri. Bagi industri skincare, hasil ini berguna untuk merancang strategi komunikasi yang inklusif dan edukatif, menegaskan bahwa penggunaan skincare merupakan bagian dari gaya hidup sehat dan profesional tanpa mengurangi nilai maskulinitas.

DAFTAR PUSAKA

- Affandi. (2023, May 11). Jangan Percaya Mitos! Pria Juga Butuh Skincare. *Estetika*.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior* (2nd ed.).
- Alamsyah, A. G., & Sumanti, S. T. (2023). Komunikasi interpersonal pada konsep diri mahasiswa laki-laki metroseksual di kota Medan. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(1), 263–275. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.25630>
- Anggraeni, Nita. (2020). *Buku Pintar Perawatan Diri*. Hikam Pustaka.
- Ayuda, F., & Firli Musfar, T. (2023). Tantangan Tradisi: Eksplorasi Motivasi Gaya Hidup Pria dalam Pembelian Produk Perawatan Kulit dan Kecantikan di Kota Pekanbaru Challenging Traditions: Exploring Men's Lifestyle Motivations in Purchasing Skincare and Cosmetic in Pekanbaru City.
- Azwar, S. (2007). Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Haddy, S. (2025, January 28). Jika Para Pria Maskulin Mulai Menggunakan Skincare. *Tempo*.
- Hilmi Laily, I., Rainoor Putri, N., & Gatera Ardhe, V. (2022). The Correlation Between Knowledge and Attitude Toward the Behavior of Choosing Facial Skincare Through Social Media in One of University in Karawang-West Java' Students. In *Jurnal Farmasi Indonesia* (Vol. 19, Issue 2). <http://journals.ums.ac.id/index.php/pharmacon>
- Kusnandi, Shafa Putri R. (2025). *Konstruksi Laki-Laki Pengguna Skincare Terkait Maskulinitas: Studi Fenomenologi IPA*.

- Maarif, V., & Nur, H. M. (2019). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Skincare Yang Sesuai Dengan Jenis Kulit Wajah Menggunakan Logika Fuzzy. *Jurnal Sains Dan Manajemen*, 7(2).
- Makarim, Fadhl Rizal. (2020). 5 Masalah Kulit yang Rentan Dialami oleh Pria. Halodoc.
- Millah, Amanda Theotik Syhabil. (2019). Hubungan Pengetahuan Dengan Pemakaian Kosmetik Pemutih Pada Remaja Putri Di Desa Ngilinggi Kecamatan Klaten Selatan. Dictoral Dissertation, STIKES Muhammadiyah Klaten.
- Minerva, Prima & Astuti, Murni. (2019). Permasalahan, Perawatan dan Kesehatan Kulit Wajah.
- Mitra Lusiana. (2025). Pengaruh Daun Jambu Biji dan Tepung Beras sebagai Masker untuk Perawatan Kulit Wajah Berjerawat.
- Nisa, H. A., Hasna, H., & Yarni Linda. (2023). Persepsi.
- Nordin, A., Lin, & Ling, H. (2011). Hubungan Sikap Terhadap Mata Pelajaran Sains Dengan Penguasaan Konsep Asas Sains Pelajar Tingkatan Dua. In *Journal of Science & Mathematics Educational* (Vol. 2).
- Pithaloka, D., Taufiq, I., & Dini, M. (2023). Pemaknaan perempuan Generasi Z terhadap maskulinitas joget Tiktok. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(1), 69–78. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.24793>
- Putra, Dharmawan Suryagita Susila, P., Komang Mela Tri Utari, N., Putra Mardika, A., Gusti Ayu Lia Yasmita, I., Luh Laksmi Rahmantari, N., Putu Dharmawan Suryagita Susila Putra, I., Studi Kewirausahaan, P., & Studi Ilmu Ekonomi Pembangunan, P. (2024). Mengulas Ekstraksi Niat Pembelian Skincare (Studi Kasus Pada Gen Z Pria). *INNOVATIVE*. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/12995>
- Riskiyah, & Yani, T. M. (2019). Persepsi Masyarakat Terhadap Sikap Dan Perilaku Kelompok Wahabi Di Dusun Masaran Desa Pakong Kecamatan Modung Kabupaten Bangkalan. 07.
- Saifuddin, Fuad. (2017). E-Learning Dalam Persepsi Mahasiswa.
- Saktiana, N. (2024). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto) Muchammad Agung Miftahuddin (2). www.swa.co.id
- Satria, Ardhi. (2021, August 20). Mengenal Sisi Positif dan Negatif dalam Penggunaan Skin Care. Universitas Gajah Mada.
- Syahputra, A., & Rahmatsyah Putra, H. (2009). Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM).
- Syarafullana, Faiz, M., Dwiningtyas Sulistyani, H., & Ratri Rahmiaji, L. (2023). Memahami Pemaknaan Pesan Body Shaming Pada Korban Remaja. <https://www.fisip.undip.ac.id>
- Tempo. (2025). Tips Perawatan Kulit Agar Wajah Cerah di Tahun 2025. *TEMPO*.
- Wulansari, R. dan D. A. (2022). Analisa Produk Skincare Pria Ditinjau dari Perspektif Maqoshid Syariah. 7. <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/ijoieb>
- Zuchdi, D. (1995). Pembentukan Sikap.