

ABSTRAK

Skincare telah menjelma menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Salah satunya adalah *skincare* asal Korea Selatan yang sedang populer pada kalangan mahasiswi. Korea Selatan menawarkan konsep kecantikan yang menarik. Peluang tersebut dimanfaatkan dengan baik oleh COSRX sebagai salah satu produk *skincare* asal Korea Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap keputusan dalam memilih produk *skincare* COSRX asal Korea Selatan dan mengetahui representasi kecantikan ala Korea Selatan yang sengaja dihadirkan sehingga berdampak terhadap perilaku konsumsi para penggunanya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan studi fenomenologi untuk menginterpretasi makna dari pengalaman pribadi para informan dalam memutuskan untuk menggunakan produk COSRX sebagai upaya perawatan kulit wajah. Untuk menganalisis penelitian ini menggunakan teori masyarakat konsumsi yaitu konsep simulasi dan hiperrealitas karya Jean Baudrillard. Subjek penelitian yaitu 9 mahasiswi FISIPOL UGM. Untuk memperoleh data penelitian ini menggunakan tiga teknik dalam mengumpulkan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keputusan para informan memilih *skincare* COSRX asal Korea Selatan salah satunya karena terjadinya simulasi, yaitu COSRX sebagai tanda kesuksesan dalam mencapai konsep kecantikan natural dan sebagai simbol kelas sosial. Hiperrealitas terhadap produk *skincare* COSRX menyebabkan tindakan yang tidak rasional hingga perilaku konsumsi yang sia-sia. Representasi cantik ala Korea Selatan sengaja dihadirkan seragam di media yaitu perempuan imut nampak awet muda dan kulit wajah sehat bercahaya (*glowing*) yang dianggap relevan oleh para informan sehingga menciptakan kebutuhan baru terhadap produk *skincare*.

Kata Kunci: Kecantikan, Skincare, Masyarakat Konsumsi, Budaya Populer Korea.

ABSTRACT

Skincare has been transformed into a part of the modern lifestyle. One of them is skincare from South Korea which is currently popular with female students. South Korea offers an interesting beauty concept. This opportunity has been put to good use by COSRX as a skincare product from South Korea. This study aims to reveal the decision in choosing COSRX skincare products from South Korea and to find out the representation of South Korean-style beauty that is deliberately presented so that it has an impact on the consumption behavior of its users.

This study uses qualitative methods and phenomenological studies to interpret the meaning of the informants' personal experiences in deciding to use COSRX products as an effort to treat facial skin. To analyze this research using the theory of consumption society, namely the concept of simulation and hyperreality of the work of Baudrillard Jean. The research subjects were 9 students of the Faculty of Social and Political Sciences UGM. To obtain data, this study uses three techniques in collecting observation data, interviews, and documentation.

The results of this study indicate that the decision of the informants to choose COSRX skincare from South Korea was partly due to the simulation, namely COSRX as a sign of success in achieving the concept of natural beauty and as a symbol of social class. The hyperreality of COSRX skincare products leads to actions that are irrational to the point of futile consumption behavior. The representation of beautiful South Korean style is deliberately presented uniformly in the media, namely cute women who look young and have healthy glowing facial skin which is considered relevant by informants, thus creating new needs for skincare products.

Keywords: Beauty, Skincare, Consumption Society, Korean Popular Culture.