

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kecantikan

Kecantikan merupakan sebuah kata yang sangat diidam-idamkan oleh kaum perempuan. Pada zaman dahulu, Cleopatra, Sang Ratu Mesir menjadi symbol kecantikan di zamannya. Maka orang berlomba-lomba meniru gaya Cleopatra. Pada zaman Eropa modern, wanita Eropa menggunakan korset yang sangat ketat untuk memperoleh pinggang yang kecil dan ramping. Begitu pula yang terjadi di China, dari sejak kecil para wanitanya dipaksakan memakai sepatu berukuran kecil, hanya karena adanya persepsi bahwa wanita yang cantik adalah wanita dengan kaki yang kecil.

Setiap orang punya definisi sendiri tentang cantik. Industri kecantikan tumbuh subur dengan memanfaatkan kebutuhan orang untuk tampil cantik. Dalam situasi krisis ekonomi seperti sekarangpun, urusan untuk tampil cantik, dalam arti cantik fisik yang ikut mendongkrak rasa percaya diri tetap saja tidak kunjung surut. Memang kecantikan selalu dikejar wanita dan menjadi problem psikologis banyak wanita yang kurang percaya diri. Hal ini terjadi karena kecantikan tidak lepas dari konstruksi sosial. Majalah, film, televisi, dan periklanan, sering menyajikan perempuan dengan bentuk tubuh yang dikonstruksikan ideal, karenanya industri kecantikan seperti pelangsingan tubuh dan perawatan awet muda tumbuh menjadi industri milyaran dollar.

Pandangan tentang cantik berubah bersama perkembangan teknologi. Semenjak Revolusi Industri di barat terjadi, terjadi pula perubahan konsep kecantikan. Dimulainya era industrialisasi membuat banyak perempuan bekerja di luar rumah dan independen secara material¹. Penggunaan lensa kontak sendiri mengubah konsep kecantikan di kalangan mahasiswi dan membuat mahasiswi semakin konsumtif. Seperti yang diungkapkan Naomi Wolf², bahwa perempuan membelanjakan uangnya, menjadi konsumen demi kecantikan yang menciptakan mitos cantik secara massal oleh kaum industri kapitalis; seperti misalnya: tubuh yang ramping cenderung kurus, muka cantik, bersih, dan kulit kencang

Adanya mitos dan kriteria cantik itu, maka banyak wanita tergoda terhadap tawaran paket mempercantik diri yang kini bertebaran. Mulai dari melangsingkan tubuh, memutihkan kulit, mentato alis mata, membentuk bokong atau payudara, membuat lesung pipit, sampai mendandani "organ paling intim". Paha, pinggul, lengan, dan perut akan terlihat tidak bagus jika kelihatan gemuk sehingga ada paket sedot lemak untuk merampingkannya. Tampaknya di mata bengkel kecantikan, selalu ada saja bagian tubuh yang dianggap tidak indah, dari ujung rambut hingga ujung kaki sampai bagian terdalam.

Semua orang ingin tampil cantik dengan alasan yang bermacam-macam, contohnya orang yang memiliki wajah cantik mendapat berbagai macam kemudahan dalam hal mencari teman, pacar, suami idaman, dan juga pekerjaan. Kecantikan yang dieksploitasi juga menjadi sumber masalah. Banyak perusahaan

¹Rogers, *Barbie Culture: Ikon Budaya Konsumerisme*. (Terjemahan). Yogyakarta: Relief, 2009. Hlm.3

²Ibid. Hlm. 5

yang hanya menerima karyawan dengan persyaratan fisik sebagai syarat utama. Hal ini dimaksudkan agar wanita-wanita tersebut dapat menarik banyak konsumen dan membuat wanita dengan kekurangan fisik akan merasa minder lalu mereka berusaha menjadi cantik walaupun dengan jalan pintas.

Simbol kecantikan saat ini dapat direpresentasikan pada sosok boneka Barbie. Boneka ini adalah sosok ideal bagi seorang wanita yang ingin disebut cantik, yakni: muda, langsing, berambut panjang, bermata indah, bermata biru, kulit halus mulus, bibir sexy dan pakaian yang glamour. Boneka Barbie kemudian menjadi icon budaya karena dapat diterima masyarakat dan laku terjual di seluruh dunia. Sebagai ikon budaya, boneka Barbie saat ini telah menjelma menjadi ikon konsumerisme, rasisme, seksisme dan materialisme.³

Barbie, yang merupakan benda plastik, kemudian menjadi gaya hidup sesuai dengan penokohan yang melekat padanya. Barbie adalah perempuan dewasa awal, kulit bersih dan cantik, tidak memiliki suami maupun anak, tidak punya atasan guru, tetangga dan sebagainya. Dia hanya memiliki teman-temannya dan pacarnya saja, sehingga dia adalah sosok yang keras dalam penampilannya yang feminim serta teralienasi dalam kehidupannya.⁴

Tubuh menjadi subyek komoditas yang terus berkembang dan berubah-ubah, dalam kebudayaan konsumtif dewasa ini. Wolf berpendapat bahwa kecantikan (penampilan tubuh) tak ubahnya seperti mata uang yang ada dalam

³ Rogers, *Barbie Culture: Ikon Budaya Konsumerisme*. (Terjemahan). Yogyakarta: Relief, 2009. Hlm.5

⁴ Ibid. Hlm 12

sistem perekonomian.⁵ Penampilan seseorang akan sangat mempengaruhi popularitas, kepuasan diri, promosi jabatan, kengan dan lain-lain. Kebutuhan mendasar menurut Abraham Maslow⁶ dibagi menjadi lima kategori yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, harga diri, serta aktualitas diri. Tidak dipungkiri bahwa penampilan yang menarik sangat membantu dalam aktualitas diri. Barbie menjadi ikon dari kecantikan sempurna seorang perempuan. Awalnya ia bertindak sebagai model, selanjutnya berkarir dibanyak bidang. Pembuatannya yang berangkat dari pemikiran memberikan sebuah bentuk hiburan bagi anaknya akhirnya berperan menjadi salah satu pembentuk citra perempuan cantik.

Perlombaan tentang penampilan semakin tajam terjadi pada komunitas kelas menengah ke atas yang kaya akan uang. Mereka berlomba-lomba menampilkan penampilan yang terbaik. Mereka sangat dipengaruhi oleh *fashion*, yang merupakan simbol bagi citra: muda, gembira, glamour. Simbol tersebut menjadi begitu marak saat ini, kemungkinan karena pandangan tentang kecantikan sudah banyak bergeser. Dulunya seseorang sudah merasa dirinya cantik ketika ia membersihkan dirinya dengan baik. Namun saat ini bersih saja tidaklah cukup. *Inner beauty* hanyalah faktor pendukung, bukanlah faktor utama. Penampilan fisik menjadi prioritas, terutama bagi kaum perempuan. Pergeseran ini banyak dipengaruhi oleh keberadaan arus globalisasi dan juga media massa yang membuat menjamurnya budaya konsumerisme. Penyebaran arus informasi

⁵ Rogers, *Barbie Culture: Ikon Budaya Konsumerisme*. (Terjemahan). Yogyakarta: Relief, 2009. Hlm 174

⁶ Munandar. *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta. UI Press. Hlm 69

mengkonstruksi masyarakat agar meyakini bahwa seseorang dikatakan cantik apabila memiliki bentuk tubuh yang langsing, kulit yang putih, hidung yang mancung, bibir yang seksi, bentuk wajah yang sempurna dan untuk mendapat semua itu para wanita menjalankan usaha-usaha dari mulai memakai produk pemutih wajah, minum obat peramping, pergi ke salon dan dokter kecantikan, bahkan memilih jalan pintas yaitu melalui operasi plastik.

Persepsi cantik sendiri dibentuk oleh industri kecantikan agar produk mereka laku di pasaran. Bagi orang Indonesia, cantik itu yang berkulit putih, berambut lurus dan tinggi semampai. Maka produk-produk pemutih berjamuran beredar di pasaran. Kadang, konsumen mengabaikan keamanan produk itu sendiri berbahaya atau tidak. Padahal jika produk tersebut mengandung *mercuri* atau zat-zat berbahaya lainnya, akan menyebabkan efek samping bagi kulit mereka.

Adanya dorongan dari arus budaya Barbie, para perempuan tergerak untuk berlomba-lomba menjadi yang paling cantik. Berbagai macam cara dilakukan, mulai dari yang *instan* sampai yang memerlukan kesabaran tinggi. Dari yang alami sampai pada budaya operasi plastik. Salah satu hal yang saat ini mulai banyak digunakan untuk menambah aura kecantikan perempuan adalah pemakaian lensa kontak.

Memakai *softlens* atau lensa kontak saat ini menjadi *trend* di kalangan remaja hingga dewasa. Bahkan kini, harganya pun relatif terjangkau dan membuat remaja makin percaya diri. Hasil reportase sebuah koran tentang pemakaian lensa

kontak⁷ menunjukkan bahwa di kalangan pelajar di kota-kota besar telah mulai marak penggunaan lensa kontak oleh para siswi. Mereka merasa lebih percaya diri dan didorong oleh harga lensa kontak yang terjangkau.

B. Lensa Kontak

Lensa kontak umumnya dipakai seseorang yang tidak mau repot menggunakan kacamata. Apalagi kini penggunaan lensa kontak tidak hanya sebagai alat bantu penglihatan, juga untuk mempercantik penampilan dengan banyak pilihan warna yang menarik. Meski praktis dan memperindah mata, lensa kontak dapat menimbulkan dampak negatif. Jika mengabaikan cara yang tepat dalam memilih dan memakai lensa kontak, kemungkinan mata terkena komplikasi dan gangguan semakin tinggi.

Persoalan kepraktisan juga menjadi penentu utama penggunaan lensa kontak, terutama saat menjalankan aktivitas olahraga. Saat memilih lensa kontak, bergantung pada kondisi mata. Kebutuhan pengguna lensa kontak juga perlu diperhatikan. Apakah hanya digunakan saat kondisi tertentu saja atau memang dipasang seterusnya sepanjang hari.

Efek samping lainnya terhadap pemakaian lensa kontak adalah reaksi alergi yang dapat dirasakan setelah berpuluh-puluh tahun penggunaan, ataupun malah saat pertama kali dipakai. Juga dapat terjadi efek mekanik saat terdapat erosi

⁷http://www.lintasberita.com/Fun/TipsTrick/Waspada_Pengguna_Soft_Lens_Ini_Dampak_Negatifnya. (Diakses pada 18 Oktober 2011)

permukaan bola mata jika pengguna lensa kontak terlalu kasar ketika memasang atau melepasnya.

a. Definisi Lensa Kontak:

Lensa kontak adalah lensa yang terbuat dari bahan semacam plastik tipis yang dipakai menempel pada kornea mata. Lensa kontak memiliki fungsi yang sama dengan kacamata, yaitu mengoreksi kelainan refraksi, kelainan akomodasi, terapi dan kosmetik.⁸

b. Jenis-jenis Lensa Kontak:

- 1) *Hard Contact Lens* atau Lensa Kontak Keras
- 2) *Soft Contact Lens* atau Lensa Kontak Lunak
- 3) *Rigid Gas Permeable (RGP) Lens*

Saat ini lensa kontak lunak dan RGP yang lebih sering dipakai dengan alasan faktor keamanan dan kenyamanan. Lensa kontak RGP bersifat mudah dilalui oksigen sehingga kornea dapat berfungsi dengan baik. Pada lensa kontak RGP, oksigen bukan hanya didapat pada saat mata berkedip, tapi juga dari udara bebas yang dapat melalui lensa untuk mencapai kornea. Hal ini menyebabkan lensa kontak RGP lebih nyaman dipakai dalam waktu yang lama. Lensa kontak lunak tersedia untuk pemakaian jangka panjang dan pemakaian harian. Kedua jenis lensa kontak lunak ini memiliki kadar lalu oksigen

⁸<http://klinikmatanusantara.com/read/56/kornea-lensa-kontak#4>. (Diakses 18 Oktober 2011)

(kemampuan dilalui oksigen) yang berbeda sesuai dengan bahan, kadar air, disain dan ketebalannya.

Pemakaian lensa kontak pada awalnya mungkin terasa kurang nyaman dan memerlukan waktu penyesuaian. Jenis lensa kontak lunak hanya membutuhkan waktu beberapa hari untuk penyesuaian, sedangkan lensa kontak RGP memerlukan masa penyesuaian 2-4 minggu. Dalam masa penyesuaian, pasien mungkin agak terganggu dengan adanya rasa mengganjal karena lensa tersebut dirasakan seperti benda asing oleh mata. Perasaan tersebut akan hilang setelah beradaptasi. Pasien dengan mata kering akan lebih sulit beradaptasi bila memakai lensa kontak.

Sementara dari waktu ke waktu pemakaiannya, lensa kontak terbagi menjadi dalam dua jenis. Pertama, *daily wear contact lens* yang hanya boleh digunakan saat mata terjaga. Kedua *extended wear contact lens*, yaitu lensa kontak yang boleh dipakai hingga tidur malam. Dalam hal penggantian, lensa kontak terbagi dalam tiga jenis yaitu: lensa kontak *disposable* yang hanya digunakan sekali dan langsung dibuang, *frequent replacement* yang dapat dipakai dua hingga tiga bulan, dan terakhir lensa kontak permanen untuk penggunaan selama enam bulan.

c. Bentuk-bentuk Lensa Kontak:⁹

1. Lensa kontak sferis, berbentuk bundar, digunakan untuk penderita miopia (rabun dekat) atau hiperopia (rabun jauh)

⁹Ibid

2. Lensa Kontak bifokal, lensa kontak yang digunakan untuk melihat dekat sekaligus untuk melihat jauh. Lensa ini digunakan biasanya untuk memperbaiki presbiopia, yaitu gangguan penglihatan akibat usia tua.
3. Lensa otokeratologi, yaitu lensa yang didisain untuk memperbaiki bentuk kornea. Digunakan hanya di malam hari.
4. Lensa kotak torik, digunakan untuk mengoreksi astigmatisma, juga dapat digunakan untuk miopia dan hiperopia

Selain itu, lensa kontak juga sering dilengkapi dengan beberapa fitur tambahan, misalnya lensa kontak berwarna untuk memberikan efek sarna pada mata, lensa kontak untuk memberikan efek khusus misalnya lensa kontak yang jika digunakan terlihat seperti mata kucing, dan lain-lain. Untuk kesehatan mata, ada pula lensa kontak yang dilengkapi penyaring sinar ultraviolet.

C. Konstruksi Budaya

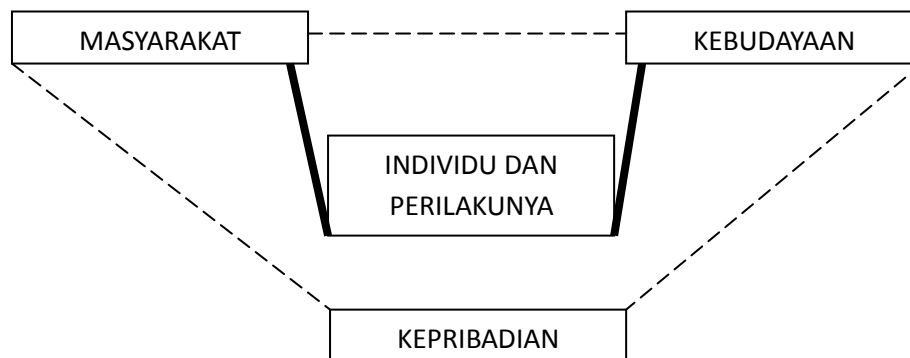
Konstruksi adalah struktur atau sebuah bentuk, sedangkan budaya adalah hasil budi dan daya serta cipta karsa manusia. Konstruksi sendiri merupakan bentukan dari sistem konseptual kebudayaan sedangkan kebudayaan merupakan titik awal konstruksi sosial yang ada di masyarakat. Hal itu dikarenakan kebudayaan berasal dari kebiasaan pola pikiran dan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari¹⁰. Konstruksi budaya dan adanya kecanggihan alat

¹⁰<http://www.balairungpress.com/2011/12/menilik-konstruksi-budaya-secara-historis/>. (Diakses pada 29 Januari 2013)

kecantikan, membuat sisi hasrat manusia khususnya wanita dijadikan pintu awal menuju imajinasi tentang wanita yang cantik, dan akhirnya menimbulkan berbagai implikasi, salah satunya adalah kontruksi budaya tentang wanita akan menjadi lebih cantik jika memakai lensa kontak. Kontruksi budaya menimbulkan adanya sikap meniru, penyamarataan selera, dan krisis identitas.

Pengertian masyarakat menunjuk pada sejumlah manusia, sedangkan pengertian kebudayaan menunjuk pada pola-pola perilaku yang khas dari masyarakat tersebut. Masyarakat dan kebudayaan sebenarnya merupakan perwujudan atau abstraksi perilaku manusia. Kepribadian mewujudkan perilaku manusia. Perilaku manusia dapat dibedakan dengan kepribadiannya, karena kepribadian merupakan latar belakang perilaku yang ada dalam diri seorang individu. Kekuatan kepribadian bukanlah terletak pada jawaban atau tanggapan manusia terhadap suatu keadaan, akan tetapi justru pada kesiapannya di dalam memberikan jawab dan tanggapan. Karena kepribadian merupakan abstraksi individu dan kelakuannya sebagaimana halnya dengan masyarakat dan kebudayaan, maka ketiga aspek tersebut mempunyai hubungan yang saling pengaruh-mempengaruhi satu dengan lainnya. Hubungan tersebut digambarkan dalam diagram berikut.¹¹

¹¹Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali, 2003. Hlm 186



Gambar1. Hubungan antara individu, masyarakat, dan budaya

Ket. Bagan :

Hubungan yang saling pengaruh-mempengaruhi.

Dalam setiap masyarakat, akan dijumpai suatu proses, di mana seorang anggota masyarakat yang baru (misalnya seorang bayi) akan mempelajari norma-norma dan kebudayaan masyarakat di mana dia menjadi anggota. Proses tersebut dinamakan juga proses *socialization*. Ia merupakan suatu proses dipandang dari sudut masyarakatnya. Sebaliknya bila hal itu ditinjau dari sudut seorang individu maka *socialization* adalah suatu proses mendapatkan pembentukan sikap untuk berperilaku yang sesuai dengan perilaku kelompoknya. Misal jika seseorang berada pada lingkungan yang selalu mengikuti trend, maka seseorang tersebut cenderung akan berperilaku mengikuti trend juga. Berikut adalah tipe-tipe kebudayaan khusus yang secara nyata mempengaruhi bentuk kepribadian, yakni¹²:

¹²Soerjono Soekanto. 2003. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali.
Hlm 105

- a. Kebudayaan-kebudayaan khusus atau dasar faktor.

Di sini dijumpai kepribadian yang saling berbeda antara individu-individu yang merupakan anggota suatu masyarakat tertentu, karena masing-masing tinggal di daerah yang tidak sama dan dengan kebudayaan-kebudayaan khusus yang tidak sama pula. Ambilah suatu contoh di Indonesia ini; adat istiadat melamar mempelai di Minangkabau adalah berbeda dengan adat-istiadat melamar di Lampung.

- b. Cara hidup di kota dan di desa yang berbeda (*urban dan rural ways of life*).

Perbedaan antara seorang anak yang dibesarkan di kota dengan seorang anak yang dibesarkan di desa ialah anak kota terlihat lebih berani untuk menonjolkan diri diantara teman-temannya dan sikapnya lebih terbuka untuk menyesuaikan diri dengan perubahan sosial dan kebudayaan yang tertentu. Sedangkan seorang anak yang dibesarkan di desa lebih mempunyai sikap percaya pada diri sendiri dan lebih banyak mempunyai sikap menilai (*sense of value*). Lain contoh adalah bahwa orang kota lebih individualistis, karena kebudayaan di kota menciptakan suatu pergaulan hidup di mana kepada individu diserahkan mengurus nasibnya sendiri-sendiri. Hal ini disebabkan di kota terdapat aneka macam pekerjaan yang mempunyai sifat-sifat yang lain. Orang-orang di desa lebih rukun. Pekerjaan mereka yang rata-rata bertani,

memerlukan sikap gotong-royong untuk mengerjakan tanah serta pekerjaan-pekerjaan lain. Sikap tradisionalistis yang kuat pada orang desa memperkecil kemungkinan untuk mengubah kebiasaan-kebiasaan hidup.

c. Kebudayaan khusus kelas sosial

Di dalam setiap masyarakat akan dijumpai lapisan sosial karena setiap masyarakat mempunyai sikap menghargai yang tertentu terhadap bidang-bidang kehidupan yang tertentu pula. Dengan demikian kita mengenal lapisan social yang tinggi, rendah dan menengah. Himpunan orang-orang yang merasa dirinya tergolong pada lapisan social tertentu, hal mana diakui masyarakat, itu dinamakan kelas sosial. Masing-masing kelas sosial punya kebudayaan masing-masing, menghasilkan kepribadian yang tersendiri pula pada setiap diri anggota-anggotanya.

d. Kebudayaan khusus atas dasar agama.

Agama juga mempunyai pengaruh besar di dalam membentuk kepribadian seorang individu. Bahkan adanya berbagai mazhab di dalam satu agama-pun melahirkan pula kepribadian yang berbeda-beda di kalangan umatnya.

e. Kebudayaan berdasarkan profesi.

Pekerjaan atau keahlian juga memberi pengaruh besar pada kepribadian seseorang. Kepribadian seorang dokter, misalnya, berbeda

dengan kepribadian seorang pengacara dan itu semua berpengaruh pada suasana kekeluargaan dan cara-cara mereka bergaul. Perilaku demikian, tentunya lebih dimengerti oleh teman-teman sejawatnya yang mempunyai pekerjaan dan keahlian yang sama.

Beberapa pernyataan di atas, dapat diambil kesimpulan, betapa besarnya pengaruh kebudayaan terhadap pembentukan kepribadian. Akan tetapi dalam perkembangan pembentukan kepribadian tersebut tidak hanya kebudayaan yang memainkan peranan pokok. Organisme biologis seseorang, lingkungan alam dan sosialnya juga memberi arah.

Inti kebudayaan setiap manusia adalah sistem nilai maupun paham yang dianut oleh manusia pendukung kebudayaan bersangkutan. Sistem nilai dan paham tersebut mencakup konsepsi-konsepsi abstrak tentang apa yang dianggap buruk (sehingga harus dihindari) dan apa yang dianggap baik (sehingga harus selalu dianut). Dengan demikian, dikenal perbedaan antara nilai-nilai yang positif dengan nilai-nilai yang negatif. Missal pemakaian lensa kontak sekarang ini sudah dianggap wajar meski bukan kebutuhan kesehatan mata sehingga sampai sekarang masih banyak orang yang memakai lensa kontak hanya sekedar mempercantik penampilan.

D. Teori Perubahan Sosial

Teori yang digunakan adalah teori perubahan sosial. Gillin dan Gillin¹³ menjelaskan perubahan sosial adalah suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan material, komposisi penduduk, ideologis maupun karena penemuan-penemuan baru di masyarakat. Davis¹⁴ berpendapat bahwa perubahan sosial merupakan bagian dari perubahan kebudayaan. Kebudayaan dalam arti luas adalah hasil budi dan daya manusia, termasuk juga produk lensa kontak yang semakin memudahkan kehidupan manusia. Lensa kontak juga merupakan penemuan baru yang telah diakui dan digunakan di masyarakat.

Seperti yang sudah diketahui, bahwa kontruksi budaya sekarang ini salah satunya dibangun oleh sebuah citraan tentang wanita ideal dimana citraan tersebut mempunyai bentuk visual yang konkret dan tentunya berpengaruh kuat terhadap masyarakat tentang wanita ideal, misalnya media menyuguhkan imaji-imaji wanita yang ideal dalam sebuah iklan produk salah satunya produk lensa kontak. Hal tersebut merupakan salah satu akibat munculnya para pemilik modal (kaum *capital*) yang membawa perubahan dalam melihat sisi kecantikan wanita, yang mana kecantikan seorang wanita dapat dilihat dari keindahan matanya. Selain itu, kontruksi budaya yang mana salah satunya mengandung pelbagai kontruksi *patriachal*, juga dibentuk oleh mitos-mitos yang digunakan sebagai dasar

¹³Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta: Rajawali, 2003.
Hlm. 308

¹⁴Ibid. Hlm. 308

epistemic bagi pembenaran, sama halnya dengan citraan-citraan yang sengaja dibuat misal memakai lensa kontak menambah kecantikan wanita.

Dewasa ini setiap individu sulit dalam menemukan identitas dirinya, dimana setiap individu menggantungkan persepsi atau definisi tentang dirinya dan eksistensinya pada kebenaran lawan. Maka tidaklah mengeherankan setiap individu mendandani dirinya untuk mendapatkan sekedar reaksi lawan mainnya, karena dengan secara tidak langsung persepsi seseorang sangat dipengaruhi oleh bagaimana orang tersebut ditampilkan (menampilkan dirinya) melalui citraan-citraan salah satunya adalah *trend* memakai lensa kontak.

Konstruksi budaya juga ikut dibentuk oleh budaya pop. Berita televisi menghasilkan pemahaman akan dunia, seperti iklan yang menggambarkan perempuan hanya sebagai ibu rumah tangga dan perempuan seksi, sebenarnya mengaburkan pembagian kelas dalam formasi sosial yang dikonstruksi.¹⁵ Budaya konsumsi yang didorong oleh budaya pop makin meluas. Media massa sebagai salah satu corong kapitalisme secara gencar mengiklankan berbagai produk yang mengkonstruksi persepsi seseorang tentang cantik dan kecantikan telah membentuk konstruksi budaya baru. Hal ini juga ikut memicu pergeseran makna atau identitas seorang mahasiswi. Pemakaian lensa kontak dapat disebut sebagai sebuah budaya pop, dimana kebudayaan pop adalah budaya yang terbentuk melalui produksi makna populer yang terbentuk saat konsumsi. Budaya pop merupakan konsensus dan resistensi dalam memperjuangkan makna kultural, yang

¹⁵Barker, Chis. *Cultural Studies: teori dan praktik*. Yogyakarta, Kreasi Wacana, 2000. Hlm 11

kemudian akan berakhir pada diterima atau tidaknya hegemoni kultural.¹⁶ Dalam konteks ini, mahasiswi adalah makhluk calon intelektual yang mementingkan olah rasa dan pikir dibandingkan olah fisik/kecantikan. Namun, budaya global yang berkembang menentang hal itu dan berpendapat mahasiswi adalah orang yang juga harus tampil cantik sehingga akan muncul konsensus dan resistensi dalam hal ini.

Budaya populer (biasa disingkat sebagai budaya pop—dalam bahasa Inggris *popular culture* atau disingkat *pop culture*) adalah gaya, *style*, ide, perspektif, dan sikap yang benar-benar berbeda dengan budaya arus utama '*mainstream*' (yang preferensinya dipertimbangkan di antara konsensus informal). Banyak dipengaruhi oleh media massa (setidaknya sejak awal abad ke-20) dan dihidupkan terus-menerus oleh berbagai budaya bahasa setempat, kumpulan ide tersebut menembus dalam keseharian masyarakat. Budaya populer sering dipandang sepele dan "tidak intelek" jika dibandingkan dengan apa yang disetujui sebagai budaya arus utama. Sebagai hasil dari persepsi ini, budaya pop mendapat banyak kritikan dari berbagai sumber ilmiah dan budaya *mainstream* (biasanya dari kelompok-kelompok religi dan *countercultural*) yang menganggap budaya pop superficial (palsu), konsumeris, sensasionalis, dan tak bermoral.

Sikap ini tercermin dalam preferensi dan penerimaan atau penolakan terhadap berbagai fitur dalam berbagai subjek, misalnya masakan, pakaian, konsumsi, dan banyak aspek *entertainment* seperti olahraga, musik, film, dan

¹⁶Barker, Chis. Ibid. Hlm 51

buku-buku. Budaya populer sering bertolak belakang dengan "budaya tinggi" (budaya luhur, budaya adiluhung) yang merupakan budaya kaum penguasa. Budaya pop juga ditentangkan dengan budaya rendah atau rakyat dari kelas akar rumput.

Esai Hannah Arendt pada 1961 "The Crisis in Culture" menyatakan bahwa suatu media yang dikendalikan pasar akan mengakibatkan pergeseran budaya karena didikte *entertainment*." Sebagai hasilnya, topik-topik yang "suam-suam kuku, mengada-ada, dan kejam" menjadi tolak ukur. Beberapa pakar mengkritik bahwa budaya populer itu "kelas rendah": "... koran yang dahulu memberitakan berita-berita luar negeri sekarang menulis gosip selebritis, perempuan muda berbaju minim ... televisi telah mengganti acara drama yang berkualitas dengan program berkebun, memasak, program-program "gaya hidup" lainnya ... "reality" show, dan sinetron-sinetron," untuk menekankan orang-orang secara konstan dibenamkan dalam berbagai pernik budaya selebritis.¹⁷

Dalam buku Rosenberg dan White, *Mass Culture*, Douglas MacDonal menyatakan bahwa "Budaya populer adalah budaya hina dan remeh yang mengabaikan kedalaman realitas (seks, kemaian, kegagalan, dan tragedi) kenikmatan yang sederhana sekaligus spontan ... masyarakat, yang dibujuk dengan beberapa generasi dari berbagai hal tersebut, pada akhirnya malah menginginkan produk-produk budaya yang sepele dan nyaman. Van den Haag berpendapat bahwa "... semua media massa berakhir pada pengasingan manusia

¹⁷<http://budaya-pop.blogspot.com/2010/09/perkembangan-institutional-budaya.html>. (Diakses pada tanggal 31 Agustus 2012)

dari pengalaman pribadi dan meskipun terlihat untuk mengimbangi itu, malahan meningkatkan isolasi moral di antara manusia, terhadap realitas, dan terhadap diri mereka sendiri."¹⁸

Budaya pop merujuk pada apa-apa yang “tersisa” setelah segala sesuatu yang bisa dianggap budaya tinggi sudah ditetapkan atau bisa juga merujuk pada kebudayaan yang diproduksi secara massal. Kebudayaan pop diproduksi secara komersial dan tidak ada alasan untuk berpikir bahwa tampaknya ia akan berubah di masa yang akan datang. Kebudayaan pop dipandang sebagai makna dan praktik yang dihasilkan oleh *audien* pop pada saat konsumsi dan studi tentang kebudayaan pop terpusat pada bagaimana dia digunakan.¹⁹

Konstruksi budaya dari waktu ke waktu akan mengalami perubahan. Perubahan sosial memang bersifat dinamis karena dipengaruhi oleh banyak faktor yang ada di masyarakat. Faktor-faktor yang mempengaruhi adanya konstruksi budaya di masyarakat adalah:

1. Adanya penemuan-penemuan baru.²⁰ Lensa kontak merupakan penemuan yang baru saja terjadi. Dengan produk yang mudah dipakai, warna yang bervariasi dan juga harga yang terjangkau, lensa kontak sebagai penemuan baru banyak dimanfaatkan oleh kaum wanita untuk memperindah tampilan matanya.

¹⁸<http://budaya-pop.blogspot.com/2010/09/perkembangan-institutional-budaya.html>. (Diakses pada tanggal 31 Agustus 2012))

¹⁹ Barker, Chis. Op cit. Hlm. 50

²⁰ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta, Rajawali, 2004. Hlm 318

2. Pengaruh kebudayaan masyarakat lain.²¹ Di masyarakat Indonesia, warna bola mata orang Indonesia adalah coklat, sedangkan di negara-negara eropa warna bola mata mereka biru. Sebagian masyarakat Indonesia menganggap bahwa bola mata biru lebih indah dibandingkan coklat. Hal ini juga salah satu pemicu masyarakat menggunakan lensa kontak dengan warna biru atau warna lain yang dinilai akan lebih memperindah mata pemakainya.
3. Sistem terbuka lapisan masyarakat.²² Lapisan sosial yang terbuka memungkinkan adanya identifikasi dari orang yang mempunyai status sosial lebih rendah dari yang mempunyai status lebih tinggi. Seseorang yang punya kedudukan sosial lebih rendah mempunyai harapan akan diperlakukan sama dengan golongan yang lebih tinggi. Mereka pun meniru apa yang dilakukan oleh orang yang mempunyai kedudukan sosial lebih tinggi. Dalam hal ini, banyak orang meniru para artis yang memakai lensa kontak karena tampak lebih cantik dibandingkan bila tidak memakai lensa kontak.
4. Konsep diri. *Konsep diri* adalah semua ide, pikiran, kepercayaan dan sendirian yang diketahui individu tentang dirinya dan mempengaruhi individu dalam berhubungan dengan orang lain²³. Hal ini termasuk persepsi

²¹Ibid. Hlm 324

²²Ibid. Hlm 328

individu akan sifat dan kemampuannya, interaksi dengan orang lain dan lingkungan, nilai-nilai yang berkaitan dengan pengalaman dan objek, tujuan serta keinginannya. Lebih lanjut, konsep diri adalah cara individu memandang dirinya secara utuh, baik fisik, emosional intelektual, sosial dan spiritual. Konsep diri seseorang akan dapat mampu mendefinisikan bagaimana disebut cantik atau tidak cantik. Konsep diri yang baik memungkinkan seseorang tidak hanya ikut-ikutan *trend* kecantikan untuk menyebut dirinya cantik, tetapi disesuaikan dengan potensi yang dimiliki oleh seseorang.

E. Penelitian yang Relevan

Penelitian tentang penggunaan lensa kontak belum banyak dilakukan. Berdasarkan penelusuran penulis, penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu “Konstruksi Nilai Perempuan Metropolitan Indonesia dalam Majalah Femina” oleh Dian Swandayani dan Nuning Catur.²⁴ Tujuan penelitian adalah mengungkap beberapa kebiasaan atau faktor yang turut serta membentuk nilai-nilai citra perempuan metropolitan dan konstruksi sosial. Hasil penelitian menemukan bahwa pilihan-pilihan terhadap jenis tontonan, album musik, dan buku bacaan tersebut adalah cerminan dari masyarakat kelompok wanita metropolitan dengan metropolitan

²³Stuart dan Sudeen, *Psikologi Perkembangan*. Jakarta, Erlangga, 1998.
Hlm 58

²⁴Swandayani, Dian dkk. *Konstruksi Nilai-nilai Perempuan Metropolitan Indonesia dalam Majalah Femina*. Balitbang Pendidikan Nasional : Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, 2010.

Amerika Serikat sebagai *trend-setter* nya. Pilihan tersebut tidak hanya sebagai citra diri majalah Femina tetapi sekaligus juga membentuk atau menjadi formasi sosial dalam membentuk cita rasa atau citra pembacanya sebagai wanita metropolis, bukan wanita kampung yang tidak berpendidikan. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti karena memiliki kesamaan yaitu konstruksi sosial serta citra perempuan, sedangkan perbedaannya karena penelitian ini menggunakan data primer.

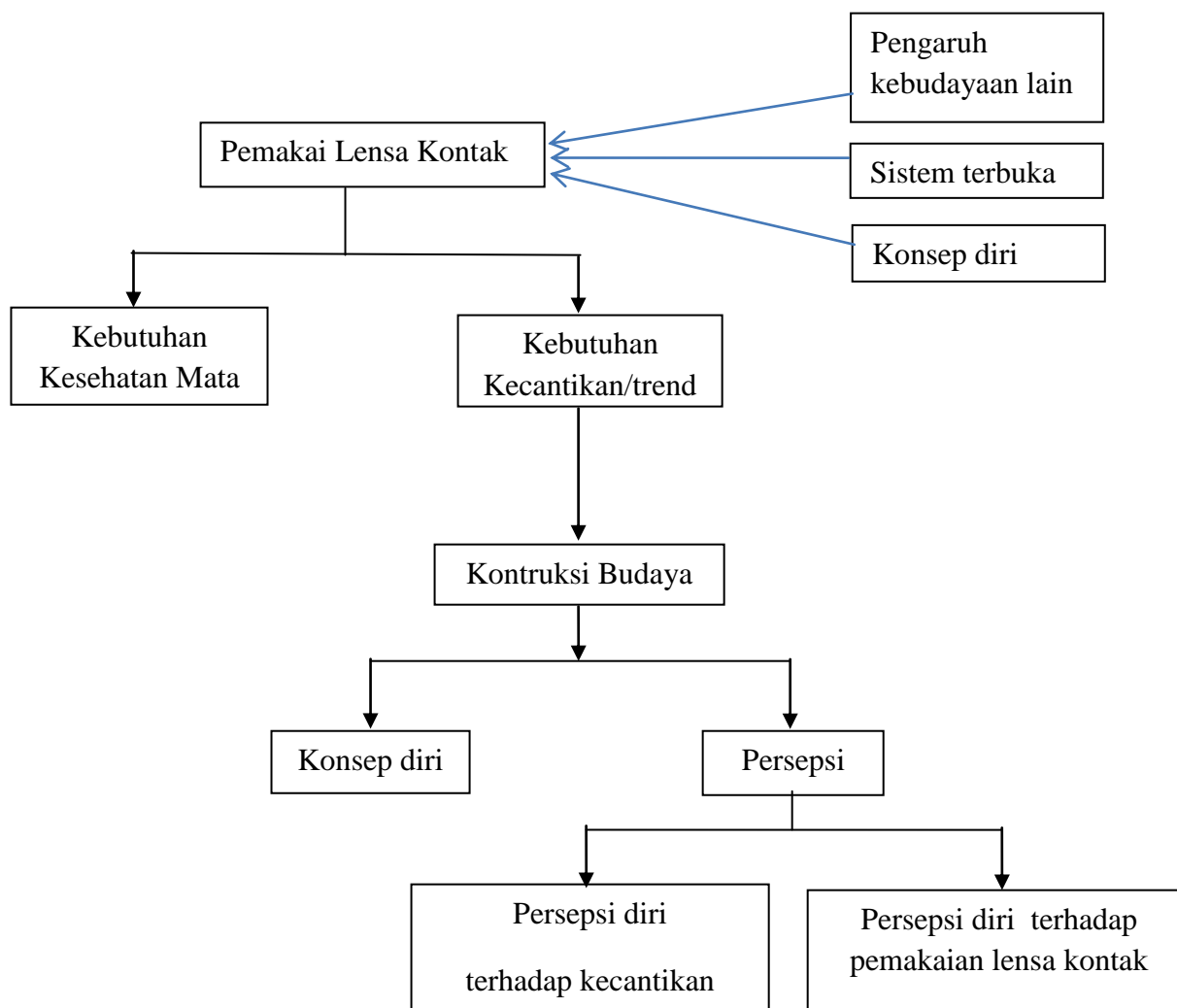
Penelitian relevan yang kedua bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa memakai kawat gigi dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi pemakaian kawat gigi serta dampak yang ditimbulkan dari pemakaian kawat gigi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang melatarbelakangi mahasiswa memakai kawat gigi adalah kesehatan, keluarga, teman, kawat gigi sebagai penunjang penampilan, pengetahuan, *prestise*, *trend*, dan keadaan ekonomi. Faktor yang paling dominan melatarbelakangi adalah kesehatan yaitu ingin memperbaiki struktur gigi yang tidak rapi. Pengaruh gaya hidup terhadap pemakaian kawat gigi di kalangan mahasiswa dapat dilihat dari kawat gigi yang dijadikan sebagai salah satu penunjang penampilan. Gaya hidup pemakaian kawat gigi pada kalangan mahasiswa digunakan untuk kesehatan gigi dan juga sebagai media untuk mengikuti *trend* yang sedang berkembang yakni *trend* pemakaian kawat gigi. Gaya hidup ini dapat menunjukkan status sosial pemakai kawat gigi yang dapat dilihat dari jenis kawat gigi yang dipakai. Gaya hidup ini juga dapat dilihat dari kebiasaan mahasiswa yang suka mengganti warna

karet kawat gigi sesuai dengan keinginan mahasiswa tersebut.²⁵ Kesamaan dalam penelitian ini adalah bidang kajiannya tentang trend dan budaya pop pada mahasiswa di perguruan tinggi, sedangkan perbedaannya adalah hasil kebudayaan yang dipakai oleh subyek yakni kawat gigi dengan lensa kontak.

²⁵Arinna Bayurinindya *Trend* Pemakaian Kawat Gigi di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: FISE-UNY, 2011.

F. Kerangka Pikir

Kerangka pikir yang diajukan adalah sebagai berikut.



Gambar 2. Kerangka Pikir

Kerangka pikir diperlukan untuk menentukan arah penelitian, agar penelitian ini dapat fokus pada hal-hal yang akan diteliti. Sekarang ini banyak dijumpai para pemakai lensa kontak, salah satunya di kalangan mahasiswa. Ada beberapa alasan mengapa mereka memakai lensa kontak, kebutuhan kesehatan

mata atau mengikuti *trend* kecantikan yang ada. Diantara mahasiswi ada yang beralasan memakai lensa kontak karena mengikuti *trend* atau agar tampil lebih cantik. Mengikuti *trend* yang ada tentunya dipengaruhi oleh berbagai faktor tentang konsep diri dan persepsi, baik persepsi diri terhadap kecantikan, atau persepsi diri terhadap pemakaian lensa kontak itu sendiri. Banyak dijumpai orang memakai lensa kontak karena ingin tampil lebih cantik dan menarik.

Adanya pencitraan tentang wanita cantik dan ideal turut serta dalam membangun konstruksi budaya seseorang dalam penggunaan lensa kontak. Konstruksi budaya dan adanya kecanggihan alat kecantikan mengakibatkan keinginan wanita untuk tampil lebih cantik pada akhirnya menimbulkan implikasi salah satunya adalah konstruksi budaya tentang wanita akan menjadi lebih cantik jika memakai lensa kontak. Keinginan seseorang perempuan untuk tampil cantik terkadang mengabaikan aspek kesehatan yang sebenarnya juga penting. Sebagai contoh pernah kita dengar seseorang wanita meninggal karena melakukan diet ketat demi mendapatkan tubuh lansing. Penggunaan lensa kontak juga mengandung risiko besar, sampai pada kebutaan mata, jika mereka tidak mampu memelihara kesehatannya dengan baik. Oleh karena itu penting untuk mengetahui konstruksi budaya atas *trend* kecantikan terhadap pengguna lensa kontak di kalangan mahasiswi.

Penggunaan lensa kontak dipengaruhi oleh pengaruh kebudayaan lain, pelapisan sosial yang terbuka di masyarakat dan konsep diri seseorang. Tiga variabel tersebut diduga menjadi faktor mengapa para mahasiswa banyak yang memakai lensa kontak.