

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Masyarakat Yogyakarta Pada Umumnya

Dilihat pada karakteristik masyarakat Yogyakarta mempunyai beberapa karakteristik yang membedakan dengan masyarakat dari daerah lain, terutama karena sangat diwarnai kehidupan berbudaya yang melekat dalam perkembangan sosial masyarakat. Di antara karakteristik sosial dari masyarakat Yogya yang menonjol adalah sikap toleransi yang tinggi, menjunjung nilai-nilai budaya, norma-norma sosial serta moral. Laju pertumbuhan penduduk Yogyakarta sebesar 0.72 % per tahun, Yogyakarta termasuk ke dalam kota dengan laju pertumbuhan penduduk yang rendah di Indonesia, tetapi bukan berarti kota ini lepas dari permasalahan kependudukan. Salah satu hal yang memacu laju pertumbuhan penduduk Yogya adalah tingginya para pendatang dari berbagai wilayah untuk menempuh pendidikan di Yogya, yang dampaknya kemudian adalah tingginya kepadatan penduduk di lokasi-lokasi sentra pendidikan diselenggarakan. Di samping jumlah penduduknya yang terus bertambah, Jogja adalah kota kosmopolitan yang menawarkan berjuta mimpi bagi orang luar untuk datang ke Jogja.¹

¹<http://herdianmaulana.blogspot.com/2006/01/jogja-and-social-changes.html>
(Diakses pada tanggal 31 Agustus 2012)

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi maka tidak pelak lagi kota dengan luas 32,50 Km² ikut terbawa arus perubahan. Perubahan tersebut tidak saja apa yang tampak dari bentuk fisik kota dan masyarakatnya, tetapi juga lebih jauh lagi adalah perubahan sikap dan perilaku masyarakatnya. Bersama perjalanan waktu, Jogja akhirnya menjadi miniatur dunia. Manusia dari berbagai belahan dunia datang ke Jogja lengkap dengan perilaku budayanya dan kebiasaannya masing-masing. Kisah tentang Jogja, yang buram maupun yang gemilang, silih berganti menyertai perjalanannya.

Beragam manusia dengan latar belakang dan budaya yang berbeda berkumpul di Jogja, saling berinteraksi, dan terjadilah apa yang dinamakan akulturasi dari berbagai budaya yang ada ini, selanjutnya proses akulturasi tersebut tentunya memiliki dampak. Semua yang terjadi pada Jogja seperti apa yang digambarkan di atas, memiliki konsekuensi, baik itu positif maupun negatif. Tahun 90-an muncul fenomena mall. Pola kehidupan masyarakat berubah menjadi cenderung konsumtif. Warga Jogja dan warga pendatang berinteraksi di dalamnya. Para priyayi dan *pidak pedarakan* tak mau ketinggalan ramai-ramai memahami isyarat zaman modern yang disimbolkan melalui pakaian, kosmetik, makanan dan juga barang elektronik. Adanya perilaku manusia Jogja yang semula terselubung, akhirnya muncul ke permukaan secara terang-terangan.²

²<http://herdianmaulana.blogspot.com/2006/01/jogja-and-social-changes.html>
(Diakses pada tanggal 31 Agustus 2012)

B. Analisis *Trend* Pemakaian Lensa Kontak Pada Mahasiswi

1. Subyek

Berdasarkan hasil pengumpulan data, telah berhasil dikumpulkan sebanyak 10 orang subyek dengan lima karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Subyek Berdasarkan Usia, Semester, Status, Pendapatan orangtua, Pekerjaan orangtua, Pendidikan orangtua

Subyek	Usia	Semeter	Status	Pendapatan orangtua	Pekerjaan orangtua	Pendidikan orangtua	PT
MZ	20	4	Belum	3.000.000	Pensiunan PNS	Sarjana	Amikom
FA	21	8	Belum	3.000.000-5.000.000	Wiraswasta	SLTP	UPN
RN	21	8	Belum	>5.000.000	Karyawan	Akademi	UPN
RDP	21	8	Belum	3.000.000-5.000.000	Dokter	Sarjana	UPN
IN	22	8	Belum	3.000.000-5.000.000	PNS	Sarjana	UII
FL	21	4	Menikah	1.000.000-3.000.000	Wiraswasta	SLTP	UII
IG	19	4	Belum	>5.000.000	PNS	Sarjana	UGM
SRH	24	12	Belum	1.000.000-3.000.000	Polisi	SLTP	UNY
LH	22	10	Belum	3.000.000-5.000.000	PNS	SLTA	UNY
FKN	23	12	Belum	3.000.000-5.000.000	Karyawan	SLTA	UNY

Sumber: hasil penelitian, 2012

Berdasarkan pengumpulan data diketahui bahwa umur subyek penelitian berkisar antara 19 sampai 24 tahun. Mereka masih berkuliah di semester 4 sampai 12. Dari 10 subyek, diketahui terdapat satu subyek penelitian yang menikah dan sembilan orang subyek penelitian yang belum

menikah. Subyek yang sudah menikah ini masih menjadi tanggungan orangtua dan saudaranya (kakak kandung), karena suaminya masih sama-sama duduk dibangku kuliah dan sedang mengerjakan skripsi, belum mempunyai pendapatan tetap. Pendapatan orangtua berkisar antara Rp.1.000.000 sampai Rp.5.000.000. Pekerjaan yang menjadi profesi orangtua subyek adalah: PNS, wiraswasta, karyawan, dokter maupun polisi.

Dari aspek usia, empat dari 10 subyek memiliki usia 21 tahun atau kurang. Hal ini dapat disebut masa dewasa awal dimana mereka masih mencari berbagai bentuk jatidiri dengan mencoba-coba hal baru. Pada usia ini menurut psikologi perkembangan juga merupakan usia serius untuk mencari pendamping hidup karena banyak yang menikah pada usia 21-25 tahun.

Pendapatan orangtua yang secara mayoritas cukup besar, yakni lebih dari Rp.3.000.000/bulan, berimplikasi pada uang saku para mahasiswi juga cukup besar. Hal ini juga dapat dilihat dari besarnya pengeluaran para mahasiswi yang sebesar Rp.1.000.000/bulan. Dengan uang saku sebesar itu, maka mereka dapat saja menyisihkan uang bulanan untuk membeli lensa kontak sebesar rata-rata Rp.70.000-100.000/bulan. Mengacu pada besarnya upah minimum regional Yogyakarta yang sebesar Rp.890.000/bulan, maka mereka dapat saja menyisihkan uang sebesar Rp.110.000/bulan.

Pekerjaan orangtua berpengaruh pada besarnya pendapatan orangtua. Hal ini secara tidak langsung akan berpengaruh pada besarnya uang saku yang dikantongi oleh para mahasiswi per bulan. Tingkat pendidikan

orangtua subyek penelitian mulai dari bersekolah SLTP sampai tertinggi mempunyai pendidikan Sarjana.

Tabel 2. Karakteristik Subyek Berdasarkan Pengeluaran bulanan, Sumber informasi lensa kontak, Harga lensa kontak, Pekerjaan sambilan

Subyek	Pengeluaran	Sumber informasi	Harga beli lensa kontak	Pekerjaan sambilan	Tanggal wawancara
MZ	1.000.000	Teman	65.000	Tidak	3 Maret
FA	1.000.000-1.500.000	Majalah, teman, internet, inisiatif sendiri	70.000-100.000	Tidak	3 Maret
RN	1.000.000-3.000.000	Teman, majalah, internet	70.000-100.000	Tidak	3 Maret
RDP	500.000 – 1.000.000	Teman, majalah, internet	70.000-100.000	Parttimer di toko	3 Maret
IN	<500.000	Teman	70.000-100.000	Tidak	5 Maret
FL	500.000 – 1.000.000	Teman	70.000-100.000	Tidak	5 Maret
IG	>1.500.000	Inisiatif sendiri	>100.000	Tidak	12 Maret
SRH	<500.000	Teman	70.000-100.000	Tidak	12 Maret
LH	500.000 – 1.000.000	Majalah	>100.000	Tidak	13 Maret
FKN	500.000 – 1.000.000	Teman	70.000-100.000	Tidak	13 Maret

Sumber: hasil penelitian, 2012

Pengeluaran bulanan para subyek cukup bervariasi dari <Rp.500.000 sampai Rp.3.000.000. Sumber informasi tentang lensa kontak mayoritas berasal dari teman, tetapi ada juga yang mendapatkan informasi dari

majalah, internet, inisiatif sendiri. Harga lensa kontak berkisar antara Rp.65.000 sampai lebih dari Rp.100.000. Dari 10 subyek, hanya satu orang yang bekerja secara *parttimer*, dan sisanya sebagai mahasiswa.

Delapan dari 10 subyek memilih memakai lensa kontak karena alasan teman. Hal ini menunjukkan peranan teman sangat besar dalam pengambilan keputusan subyek memakai lensa kontak. Mereka lebih memilih teman sebagai sumber informasi terpercaya karena selain hanya opini, mereka juga mendapatkan bukti dari teman yang juga memakai lensa kontak. Bukti ini yang lebih sering dapat dipercaya daripada hanya sekedar opini.

Satu dari 10 subyek memilih bekerja sambilan untuk menambah uang saku bulanan. Hal ini menunjukkan bahwa sumber dari uang saku mahasiswa saja sudah cukup mencukupi bagi mereka untuk dapat membeli lensa kontak, meski memiliki sisa uang yang pas-pasan.

2. Penggunaan Lensa Kontak Sebagai Konstruksi Budaya

Berdasarkan pengakuan mahasiswa yang berhasil ditemui, mereka mengakui bahwa mahasiswi yang memakai lensa kontak itu lebih cantik, karena matanya terlihat lebih indah. Para laki-laki ini juga mengakui mereka lebih menyukai wanita yang memakai lensa kontak dibandingkan yang tidak memakai lensa kontak. Di kalangan mahasiswa sendiri pengguna lensa kontak didominasi oleh mahasiswi.

Persepsi mereka terhadap cantik adalah ketika aksesoris yang mereka pakai cocok dengan tubuh mereka. Mereka memakai lensa kontak sebagai gaya hidup yang sedang *trend*. Gaya hidup merupakan cara, selera, kebiasaan, pilihan serta objek-objek pendukung yang pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau kepercayaan tertentu. Hubungannya pun bersifat kausal atau dapat dikatakan bahwa gaya hidup dapat menghasilkan kombinasi objek-objek, dan sebaliknya kombinasi objek-objek dapat membentuk gaya hidup. Gaya hidup juga mengkondisikan setiap orang untuk membeli ilusi-ilusi tentang status, kelas, posisi sosial, *prestise*, yang dikomunikasikan secara intensif lewat iklan-iklan gaya hidup.³ Adanya suatu gaya hidup terkadang menjadi sebuah fenomena karena kepopulerannya dan menjadikannya pula sebagai kultur pop di kalangan tertentu melalui iklan atau media gaya hidup.

Peneliti berhasil mengambil data terhadap 10 orang subyek. Dari 10 subyek ini, sebanyak lima orang memakai lensa kontak netral, yakni tidak minus, silindris maupun positif, sedangkan lima orang memang mengalami mata minus.

Awal sebagian responden memakai lensa kontak adalah saat awal masuk kuliah, yakni antara 2007-2010. Hal ini menunjukkan bahwa pergaulan di masa kuliah cukup mempengaruhi seorang mahasiswi untuk mengkonsumsi sebuah produk tertentu. FKN menyatakan awal mula

³Yasraf Amir Pilang. *Hipersemiotika : Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra, 2003. Hlm. 291.

memakai lensa kontak, berikut keterangan darinya: “Waktu masuk kuliah (2007). Saat itu belum banyak yang memakai lensa kontak seperti sekarang. Mungkin karena barang baru maka masih pada takut untuk memakainya” (wawancara tanggal 13 Maret 2012). Ada juga yang menyatakan pada waktu masuk kuliah sudah memperhatikan temannya yang sudah memakai lensa kontak. Seperti pernyataan FA berikut ini: “Waktu masuk kuliah (2008). Saya masuk kuliah sudah ada teman yang pakai juga” (wawancara tanggal 3 Maret 2012) hal tersebut memicu ketertarikan untuk FA ikut menggunakan lensa kontak.

Sebagian yang lain menyatakan telah memakai lensa kontak sejak masih bersekolah di Sekolah Menengah Atas (SMA). Mereka yang telah menggunakan lensa kontak sejak SMA ini adalah anak-anak yang tinggal di kota. Seperti yang diungkapkan LH sebagai berikut: “Sejak SMA sekitar tahun 2008. Di lingkungan saya memang sudah ada yang memakai lensa kontak” (wawancara tanggal 13 Maret 2012). Sama dengan LH, IG pun menggunakan lensa kontak sejak SMA. Seperti yang di ungkapkan berikut ini: “Sejak SMA, tahun (2010) saya sudah memakai lensa kontak” (IG) (wawancara tanggal 12 Maret 2012). Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sebenarnya penggunaan lensa tersebut sudah bukan suatu budaya baru lagi.

Sebagian yang lain menyatakan bahwa mereka memakai lensa kontak hanya pada saat mereka keluar rumah, dan sejak tahun 2010 MZ

sudah mulai menggunakan lensa kontak, seperti yang MZ ungkapkan berikut: “Sejak tahun 2010, pada saat keluar rumah. Mata saya memang tidak minus, jadi lensa kontak bisa sekaligus melindungi mata dari debu dan radiasi sinar matahari juga” (wawancara tanggal 3 Maret 2012). Mereka merasakan memakai lensa kontak lebih nyaman dan memakainya sampai dengan sekarang.

Berdasarkan keterangan dari subyek penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa mereka mulai memakai lensa kontak antara tahun 2007 sampai 2010, saat mereka masih ada yang bersekolah maupun telah berada di bangku kuliah.

Para mahasiswi tertarik memakai lensa kontak karena alasan menarik untuk digunakan. Menarik karena pemakaian lensa kontak dapat menunjang penampilan mereka. Seperti yang diungkapkan oleh FL berikut: “pengen pakai buat nunjang penampilan. Lensa kontak kan sudah seperti fashion, yang bisa di mix match dengan baju-baju yang lain” (wawancara tanggal 5 Maret 2012). Namun ada juga yang hanya sekedar ikut-ikutan teman

Selain tampil lebih menarik, mereka juga ingin tampil beda dengan memakai lensa kontak. Memakai lensa kontak yang berwarna berbeda dengan warna kornea mata orang Asia. Orang Asia memiliki mata berwarna coklat atau hitam, sedangkan jika memakai lensa kontak maka dapat terlihat memiliki warna biru misalnya seperti orang barat atau orang Eropa.

Ada juga yang menggunakan lensa kontak karena ikut-ikutan artis idolanya yang juga menggunakan lensa kontak. Para artis itu terlihat cantik ketika menggunakan lensa kontak, sehingga mereka tertarik untuk ikut menggunakan lensa kontak juga. Seperti yang diungkapkan oleh RN berikut: “ikut-ikutan teman, melihat teman pakai jadi ikutan pakai, lihat artis yang pakai jadi tertarik pakai, lihat iklan juga sehingga jadi pengen beli buat dipakai.” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Keinginan untuk tampil beda, tampil lebih cantik seperti para artis merupakan hasrat yang umum diinginkan oleh wanita. Mereka ingin selalu tampil cantik, meski demikian, 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, 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.

Naomi Wolf⁴, mendorong perempuan membelanjakan uangnya, menjadi konsumen demi kecantikan yang sejalan dengan penciptaan mitos cantik secara massal. Semua orang ingin tampil cantik alasannya dapat bermacam-macam, contohnya orang yang memiliki wajah cantik akan

⁴Rogers, *Barbie Culture: Ikon Budaya Konsumerisme*. (Terjemahan). Yogyakarta: Relief, 2009. Hlm.5

mendapat berbagai macam kemudahan dalam hal mencari teman, pacar, suami idaman, dan juga pekerjaan. Kecantikan yang dieksploitasi juga menjadi sumber masalah. Banyak perusahaan 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 juga berusaha menjadi cantik walaupun dengan jalan pintas.

Alasan yang lain yang juga membuat para mahasiswi memakai lensa kontak adalah karena lensa kontak lebih *simple* dibandingkan dengan memakai kacamata. RDP merasakan kenyamanan dalam menggunakan lensa kontak, itu ia ungkapkan seperti berikut: “*simple* dan menarik untuk digunakan. Cara pemakaiannya pun mudah, tinggal ditempelkan pada retina mata setelah terlebih dulu disterilisasi” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Hampir senada dengan pendapat mahasiswi bahwa pemakaian lensa kontak adalah *simple*, subyek lain menyatakan bahwa kacamata yang biasa dia pakai dianggapnya terlalu berat, sehingga mereka mencoba *softlens* yang lebih ringan dan menyatu dengan retina mata.

Selain alasan diatas, ada juga mahasiswi yang memakai lensa kontak karena penasaran atau ingin mencoba bagaimana rasanya jika memakai lensa kontak. IN adalah salah satu contohnya yang penasaran tentang cara penggunaa lensa, berikut ungkapan darinya: “Pertama tertarik / pengen tau

cara pakai *softlens*. Yang kedua pengen karena melihat teman” (wawancara tanggal 5 Maret 2012).

Selain karena alasan-alasan tersebut, ada juga yang beralasan memakai lensa kontak untuk kesehatan, yakni karena matanya yang minus sehingga harus memakai alat ini agar dapat melihat secara jelas dan praktis. LH mempunyai masalah dengan penglihatannya, ukuran minusnya sudah banyak, LH menggunakan lensa kontak semata-mata demi kesehatan matanya, berikut penuturan LH: “karena matanya minus (biar praktis), memenuhi kebutuhan mata karena minus dan bukan buat *fashion*” (wawancara tanggal 13 Maret 2012). Begitu pun juga dengan MZ yang mempunyai masalah dengan kesehatan matanya yaitu silindris. MZ lebih memilih menggunakan lensa kontak daripada harus di lasik matanya, karena harga lensa kontak lebih murah daripada lensa kacamata atau di lasik. Inilah penuturan MZ: “karena matanya silindris, jadi selain kacamata ya dapat diganti dengan lensa kontak ini. Kalau harus dilasik masih terlalu mahal” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Berdasarkan keterangan responden, diketahui bahwa kelebihan dari lensa kontak adalah karena: lebih praktis, lebih ringan, lebih gaya, menambah percaya diri, mempercantik mata, berganti-ganti warna, alasan kesehatan.

Lensa kontak memang memiliki beban yang sangat ringan. Lensa kontak terbuat dari sejenis lateks yang ringan, *fleksible* dan *elastis* sehingga

mampu beradaptasi dengan kornea mata. Tidak salah jika para mahasiswi memilih alasan lebih praktis, lebih ringan memakai lensa kontak dibandingkan memakai kacamata. Berikut adalah kelebihan-kelebihan dari penggunaan lensa kontak: 1. Lebih praktis dibandingkan memakai kacamata dan lebih gaya. 2. *Simple* dan menarik. 3. Lebih ringan dibandingkan memakai kacamata. 4. Sebagai pengganti kacamata dengan fungsi kesehatan yang sama dengan kacamata. Lensa kontak memang diciptakan untuk membantu para penderita miopi atau rabun senja untuk melihat dengan jelas.

Selain kelebihan yang tersebut diatas penggunaan lensa kontak juga dapat menambah gaya pemakainya. Hal ini karena warna lensa kontak yang variatif dan cerah mengkilap sehingga mata kelihatan lebih hidup (menyala), lebih gaya, menambah percaya diri, mempercantik mata, dan bisa berganti-ganti warna. Pemakaian lensa kontak memang ada batas waktunya, misalnya: tiga bulan, enam bulan ataupun satu tahun, sehingga jika lewat masa kadaluarsa para pemakai bisa berganti merek atau sekedar berganti warna. Berikut keterangan dari IN: “Kelebihan : terlihat lebih menarik daripada tidak memakai. Hal ini karena kita bisa memilih warna yang menyala atau berbeda dari mata kebanyakan yakni: biru, hijau ataupun abu-abu” (wawancara tanggal 5 Maret 2012). Beraneka motif dan warna lensa kontak juga menjadi faktor FL untuk selalu menggunakan lensa kontak, seperti penuturannya berikut: “Kelebihan : bisa ganti-ganti

motif dan warna *softlens*, banyak variasinya” (wawancara tanggal 5 Maret 2012).

Ternyata ada juga responden yang mengaku tidak mengetahui kelebihan lensa kontak yang dipakainya. Dia hanya memakai lensa kontak karena ikut-ikutan teman-teman yang lain. Seperti pernyataan FKN berikut ini: “tidak tau kalau lebih detailnya, karena hanya ikut-ikutan teman. Yang saya tau, mereka terlihat lebih cantik jika memakainya” (wawancara tanggal 13 Maret 2012). Untuk itu bagi yang sekedar ikut-ikutan tanpa mengerti resiko nantinya, dikhawatirkan dalam penggunaan dan perawatan lensa kontak hanya asal-asalan saja.

Kekurangan dalam memakai lensa kontak adalah kurang baik bagi kesehatan jika tidak *steril* dalam pemakaian, terkadang tidak nyaman di mata, serta lebih boros dibandingkan memakai kacamata. Demi alasan kesehatan, karena subyek mengakui bahwa mereka sering merasakan iritasi pada mata. Hal ini disebabkan karena gesekan antara kelopak mata dan kornea dengan lensa kontak. Ditambah lagi jika mereka beraktivitas di ruangan yang ber-AC maka semakin dirasakan iritasi. Iritasi yang disertai pemakaian yang tidak *steril* akan dapat berakibat pada infeksi pada bola mata yang dapat saja mengakibatkan kebutaan. Maka para pengguna lensa kontak harus berhati-hati. Berikut pernyataan dari SRH: “Kekurangan dari lensa kontak matanya lebih sensitif, gampang iritasi kalau makainya terlalu lama apalagi jika dipakai di ruangan yang ber AC..” (wawancara tanggal 12 Maret 2012).

Selain mata bisa beriritasi pandangan mata juga bisa kabur dalam penggunaan jangka waktu lama. Perih juga dirasakan apabila perawatan kurang bersih dan penggunaan tidak terkontrol, karena kebanyakan lensa kontak yang digunakan oleh mahasiswi tersebut jenis lensa kontak yang dapat digunakan apabila mata terjaga saja dengan harga yang murah.

Hal ini berkaitan dengan jenis dan bentuk dari lensa kontak. Sementara dari waktu ke waktu pemakainnya, 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. Sementara bentuk-bentuk lensa kontak ada beberapa sebagai berikut:⁵

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

⁵<http://klinikmatanusantara.com/read/56/kornea-lensa-kontak#4>. (Diakses 18 Oktober 2011)

4. Lensa kotak torik, digunakan untuk mengoreksi astigmatisma, juga dapat digunakan untuk miopia dan hiperopia

Praktis dan nyaman dapat saja menjadi kelebihan lensa kontak, akan tetapi ternyata ada juga subyek penelitian yang merasakan ketidaknyamanan ketika menggunakan lensa kontak. Hal ini dikarenakan bentuk lensa kontak yang mengganjal diantara bola mata dengan kelopak mata sehingga terasa mengganjal. Untuk mengatasi kekeringan pada bola mata, biasanya mereka meneteskan tetes mata secara rutin dalam beberapa jam sekali.

Alasan tidak ekonomis nampaknya juga menjadi alasan yang masuk akal bagi mahasiswa. Lensa kontak mempunyai masa kadaluarsa antara tiga bulan sampai satu tahun, sehingga mau tidak mau mereka harus membeli lagi jika ingin memakai lensa kontak. Berikut keterangan dari RDP: “Kekurangan dari lensa kontak ini tidak tahan lama. Ada lensa kontak yang mempunyai masa pakai satu bulan, tiga bulan sampai dengan enam bulan” (wawancara tanggal 3 Maret 2012). 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.

Pada sisi lain, biasanya uang bulan mereka memang sudah “ngepas” digunakan untuk kebutuhan mereka sehari-hari, yakni: makan, minum, transportasi, komunikasi, biaya pendidikan. Jika dibandingkan

dengan pemakaian kaca mata, mereka dapat memakainya dalam waktu lama, bisa mencapai lima tahun.

Berdasarkan keterangan ini, dapat disimpulkan bahwa kelebihan lensa kontak adalah dapat menunjang penampilan mereka, dimana mereka akan tampil lebih cantik. Pada sisi lain, sebenarnya mereka menghadapi ancaman kebutaan dengan pemakaian lensa kontak. Hal ini menunjukkan sebagian mahasiswi lebih mementingkan untuk tampil cantik di mata orang lain (lawan jenis). Namun alasan kesehatan juga menjadi faktor penggunaan lensa kontak.

Memakai lensa kontak merupakan alasan mereka yang merasa tidak percaya diri dengan matanya. Selain alasan tidak percaya diri, ada juga yang karena kebutuhan, ataupun alasan ingin mencoba barang baru.

Bentuk mata yang tidak menarik boleh jadi membuat para mahasiswi merasa tidak percaya diri di lingkungannya. Untuk melengkapi atau meningkatkan kepercayaan diri (PD) mereka, maka lensa kontak adalah salah satu pilihan. FKN bermata sipit, ia tidak percaya diri karena hal itu, solusinya FKN menggunakan lensa kontak untuk menambah kepercayaan dirinya. Seperti yang diungkapkan FKN: “terus terang saya tidak PD, karena mata saya sipit” (wawancara tanggal 13 Maret 2012). Namun ada juga subyek yang menerima apa adanya bentuk fisik dirinya walaupun subyek tersebut sedikit tidak PD.

Kebutuhan merupakan alasan yang paling banyak menjadi dasar pemakaian kacamata. Konsekuensi dari mata minus adalah mereka tidak dapat melihat obyek yang jauh secara jelas. Hal ini tentu saja sangat berbahaya jika tidak dicarikan solusi, maka pemakaian lensa kontak merupakan jawaban.

Selain alasan tersebut, ada juga yang hanya ingin mencoba suatu penemuan baru yang sedang menjadi *trend*. Lensa kontak memang sudah cukup lama ditemukan, akan tetapi di Indonesia, khususnya Yogyakarta, baru mulai *trend* pada tahun 2007. Berikut keterangan dari SRH: “saya PD dengan mata saya cuman pengen aja tampil beda tanpa kacamata soalnya dari SMP saya sudah pakai kacamata jadi pengen sesuatu yang baru juga” (wawancara tanggal 12 Maret 2012).

Berdasarkan pada keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian subyek memang merasa tidak percaya diri dengan bentuk mata mereka, sehingga memakai lensa kontak agar penampilan mereka lebih menarik lagi.

Kepercayaan diri para subyek penelitian kemungkinan juga akan berdampak pada kepercayaan diri secara keseluruhan dari dalam mereka sendiri. Ada yang merasa tidak percaya diri dengan bagian tubuh mereka, sehingga dengan menonjolkan bagian lain mereka berharap akan dapat menutupi kekurangan itu. Seperti yang diungkapkan oleh MZ yaitu: “tidak

PD. Saya merasa kurang cantik tanpa berbagai aksesoris seperti itu”
(wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Akan tetapi memang ada juga subyek yang mereka sudah percaya diri dengan apa yang dimilikinya. Apapun yang dimilikinya adalah pemberian terbaik dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Berikut keterangan dari FA: “tidak juga. Saya percaya diri dengan apa yang saya punyai, ini adalah pemberian terbaik dari-Nya jadi saya berusaha selalu bersyukur”
(wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Hampir semua subyek responden berpendapat bahwa dengan pemakaian lensa kontak akan dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka. Hal ini karena mereka merasa lebih cantik ketika memakai lensa kontak daripada memakai kacamata minus mereka. Seperti yang diungkapkan oleh IG dengan penuh kepercayaan diri sambil menunjukkan foto dikamarnya, berikut pernyataannya:

“Iya jelas. Saya cantik banget kalau memakai lensa kontak, pas dilepas atau memakai kacamata kelihatan kurang. Itu saya ketahui dari perbandingan hasil foto-foto wajah saya ketika memakai kacamata dan memakai lensa kontak. Lihat saja mbak (sambil menunjukkan foto di kamarnya), hehehehe..narsis ya mbak?...”
(IG) (wawancara tanggal 12 Maret 2012)

Pada pertanyaan sebelumnya, sebagian subyek mengaku memang mereka terpengaruh atau ikut-ikutan dari temannya dalam menggunakan lensa kontak. Mereka ikut menggunakan tidak semata-mata ikut-ikutan, akan tetapi telah melihat teman-teman mereka memakai dan ternyata aman-aman saja dan lebih menambah percaya diri, oleh karena itu mereka ikut

juga memakai lensa kontak. SRH pun mengandalkan teman sebagai *supporter* untuk menggunakan lensa kontak. Berikut adalah pernyataan dari SRH: “temen yang jelas banyak yang mempengaruhi dari dorongan mereka maka saya jadi berpikir untuk memakai *sotflens*” (wawancara tanggal 12 Maret 2012).

Dalam memilih produk lensa kontak, mereka juga dipengaruhi oleh media massa atau iklan dari produsen di media massa. Sifat iklan memang membujuk seseorang untuk membeli produk perusahaan, sehingga wajar jika ada sebagian orang yang kemudian terbujuk dan membeli lensa kontak. Mereka lebih sering terbujuk dengan berbagai iklan yang ada di majalah maupun internet. Seperti pernyataan LH berikut ini: “sering di majalah sama internet. Karena memang saya sudah tertarik lebih dulu, jadi mencari informasi gitu” (wawancara tanggal 13 Maret 2012).

Kesimpulan yang dapat ditarik adalah, mereka membeli dan menggunakan produk lensa kontak tidak hanya dari pengaruh teman yang telah menggunakan tetapi juga dari iklan di media massa yang mereka baca. Namun, pengaruh dari teman nampaknya lebih besar dibandingkan hasil pengaruh dari mediamassa.

Pendapat keluarga/orang-orang terdekat dalam pemakaian lensa kontak adalah ada yang setuju dan tidak setuju. Bagi yang setuju mereka beralasan bahwa para mahasiswi ini sudah dewasa sehingga tau apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan. Sebelum memilih menggunakan lensa

kontak, mereka juga pasti telah mempertimbangkan untung rugi dari produk tersebut. Berikut keterangan dari FL: “Ada yang setuju ada yang tidak kalau yang setuju itu bilang katannya lebih terlihat menarik matanya kalau yang tidak setuju mereka bilang nanti bisa menyebabkan iritasi mata” (wawancara tanggal 5 Maret 2012).

Sebagian keluarga yang tidak setuju karena alasan kesehatan, yakni takut jika memakainya kemudian terjadi infeksi maka akan berakibat fatal pada mata. Sebagian lain berpendapat bahwa memakai lensa kontak itu tidak natural sehingga takut dicap buruk oleh masyarakat.

Berdasarkan keterangan tersebut, diketahui bahwa sebagian orangtua/keluarga memang keberatan mereka memakai lensa kontak, akan tetapi mereka tetap memakai karena mereka punya pertimbangan untung rugi sendiri yang telah dipertimbangan secara masak.

Hampir semua teman dari subyek mendukung para subyek memakai lensa kontak. Menurut mereka, malah lebih bagus dalam hal penampilan ketika mereka memakai lensa kontak sehingga mereka juga mendukung. LH mendapat respon yang baik dari teman-temanya, berikut pernyataan darinya:

“Asalkan bagiku nyaman mereka gak masalah terus teman bilang lebih bagus daripada memakai kacamata, berarti respon mereka positif, cuman ortu menyarankan agar biasa-biasa...yang penting jangan norak” (LH) (wawancara tanggal 13 Maret 2012).

Ada juga yang hanya merasa aneh ketika awalnya ada yang berkacamata tetapi akhirnya dilepas atau tidak dipakai lagi. Berikut pernyataan dari SRH:

“Kebanyakan dari mereka terlebih temen cewek pada menanggapi dengan baik, ada yang bilang lebih menarik dan wajah jadi *fresh*, tapi ada juga yang berpendapat aneh sebab saya selalu memakai kacamata dan sekarang sama sekali tidak memakai atau mengurangi pemakaian kacamatanya di luar rumah” (SRH) (wawancara tanggal 12 Maret 2012)

Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa teman-teman mereka mendukung untuk memakai lensa kontak. Mereka mendukung karena lensa kontak tersebut terlihat pas untuk dikenakan oleh subyek penelitian, sehingga mereka menggunakannya.

Usaha para subyek untuk dapat membeli lensa kontak umumnya adalah dengan menyisihkan uang saku. Maklum, mereka adalah mahasiswi yang alokasi uang bulanannya sudah disesuaikan dengan kebutuhan pokok mereka, sehingga tidak leluasa untuk membeli kebutuhan tidak pokok seperti lensa kontak. Selain menyisihkan uang bulanan, mereka juga ada yang meminta langsung kepada orangtua ataupun keluarga mereka. FL merupakan satu-satunya subyek yang sudah menikah, walaupun sudah menikah FL masih menjadi tanggungan orangtua dan saudaranya (kakak kandung). Seperti pernyataan FL berikut ini: “nabung uang sendiri dan minta kakak, karena kalau minta ke orangtua susah banget dikabulkan” (wawancara tanggal 5 Maret 2012).

Tidak disangkal lagi bahwa pemakaian lensa kontak bagi para penderita rabun senja adalah untuk kosmetik, kecantikan ataupun tampil lebih menarik. Akan tetapi, mahasiswi sebagai seorang yang mempunyai pendidikan tinggi dan mengasah tingkat intelektualitas juga memiliki daya tarik lain selain kecantikan. Ketika harus memilih, apa yang lebih dipentingkan, kemampuan intelektualitas atukah kecantikan maka sebagian mahasiswi menganggap keduanya adalah penting.

Sebagian subyek lain berpendapat bahwa kemampuan intelektualitas lebih penting dibandingkan kecantikan lahir. Hal ini tidak lepas dari apa yang telah mereka jalani, yakni perjalanan untuk menempuh pendidikan tinggi menuju kemampuan intelektualitas. Mereka berpendapat pinter dan intelek itu juga bentuk kecantikan, yakni kecantikan dari dalam (*inner beauty*). Mereka juga tidak ingin hanya disebut cantik saja akan tetapi tidak mempunyai otak atau otaknya kosong. Berikut ini pernyataan dari FL:

“Kemampuan intelektualitas, karena kecantikan itu bukan dari penampilan luar dalam arti fisik melainkan dari dalam diri seorang wanita itu sendiri atau *innerbeuty*-nya. Otomatis kalau wanita itu pinter atau pun berintelek pasti cantik akan mengikutinya sesuai dengan gaya dari wanita tersebut” (wawancara tanggal 5 Maret 2012).

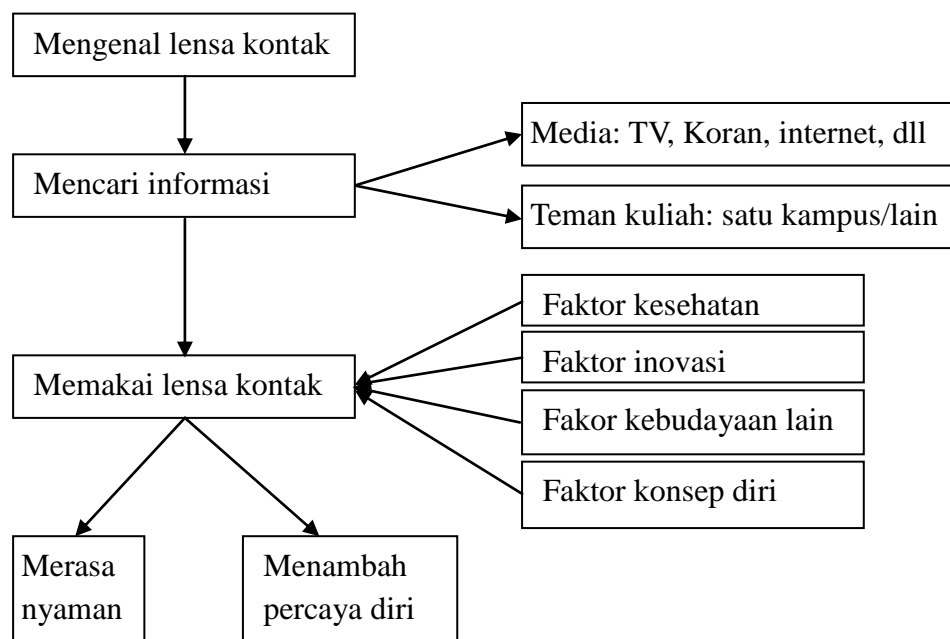
Berdasarkan keterangan-keterangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mereka lebih mempunyai keinginan untuk menyeimbangkan antara kecantikan lahir dengan kemampuan intelektualitas. Akan tetapi, mereka mengaku lebih mengasah kemampuan intelektualitas daripada kecantikan

lahir, karena mereka adalah calon intelektual yang harus dapat menularkan ilmunya kepada anak didik mereka nantinya.

Tentang konstruksi budaya penggunaan lensa kontak di kalangan mahasiswi di Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa adalah kodrat wanita untuk tampil cantik sehingga akan berusaha secara optimal dan semaksimal mungkin untuk dapat terlihat cantik. Mereka akan melakukan berbagai upaya untuk dapat tampil cantik, meski dengan dana yang terbatas. Mereka menggunakan lensa kontak dan berbagai aksesoris lain untuk dapat terlihat cantik dengan cara menonjolkan mata sebagai daya tarik dengan memakai lensa kontak. Pada usia 20-24 tahun, mereka sudah mulai memulai untuk membentuk keluarga sehingga usia ini digunakan untuk mencari calon pasangan atau ada kebutuhan untuk tampil cantik dan menarik lawan jenis. Akan tetapi, para mahasiswi ini menganggap bahwa cantik tidak hanya dari fisik tetapi juga harus seimbang dengan *inner beauty* juga, apalagi mereka sebagai calon intelektual harus memiliki otak yang bagus juga.

Mereka mulai mengenal lensa kontak sejak awal dating/kuliah di Yogyakarta. Sebagian diantara mereka berasal dari daerah sehingga ketersediaan lensa kontak relatif masih langka. Tahapan selanjutnya adalah mereka akan mencari informasi tentang lensa kontak di berbagai media ataupun bertanya langsung pada mahasiswi lain yang telah memakai lensa kontak. Setelah mereka mempertimbangan selanjutnya adalah memakai lensa kontak tersebut sehari-hari. Setelah mereka memakai, didapatkan

kenyamanan dan percaya diri karena mereka merasa lebih cantik, demikian pula dengan kata teman-teman mereka. Berdasarkan keterangan-keterangan tersebut, dapat disusun bagan hasil penelitian sebagai berikut.



Gambar 5. Bagan Konstruksi Budaya Pemakaian Lensa Kontak

Ada beberapa alasan mengapa mereka memakai lensa kontak, kebutuhan kesehatan mata. Mereka yang mengalami rabun senja harus memakai alat bantu untuk melihat, yakni kacamata, sebelum ditemukannya lensa kontak. Dengan memakai lensa kontak, berarti akan membantu mereka dapat melihat dengan baik. Diantara mahasiswi ada yang beralasan memakai lensa kontak karena mengikuti trend atau agar tampil lebih cantik, hal ini terkait dengan konsep diri tentang 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. Factor lain adalah adanya inovasi dari kebudayaan lain sehingga menyebabkan ingin

mencoba/meniru. Mereka juga terkesan dengan artis/orang bule yang terlihat lebih cantik karena memiliki bola mata biru, yang dapat dibantu dengan memakai lensa kontak warna biru.

3. Faktor-faktor Yang Menyebabkan Pemakaian Lensa Kontak pada Mahasiswi

a. Kesehatan

Faktor yang berpengaruh pada pemakaian lensa kontak adalah karena mata yang minus. Pilihan alat bantu untuk mata minus adalah memakai kacamata atau memakai lensa kontak. Kacamata sudah dipakai sejak lama, dan aman bagi kesehatan mata. Akan tetapi kacamata tidak praktis dan *ribet* karena sering menghalangi aktivitas pemakainya sehingga diciptakannya alat lain yakni lensa kontak. Sehingga tidak heran jika para subyek memiliki lensa kontak karena alasan ingin mencobanya dan tampil beda, hal ini karena mereka sudah sejak lama memakai kacamata dan berniat untuk mencari yang alternatif lain. Seperti yang dinyatakan oleh SRH berikut ini: “Karena selain mata minus, capek pakai kacamata terus dan pengen mencoba sesuatu yang baru dalam hidup saya” (wawancara tanggal 12 Maret 2012).

b. Konsep Diri

Pilihan jatuh pada lensa kontak, inovasi baru yang berguna untuk menunjang penampilan semakin menarik. Hal ini tentu saja makin menguatkan keinginan untuk membuat *trend* baru yang ada di masyarakat dengan penggunaan lensa kontak. Seperti pernyataan FKN berikut ini:

“Karena pengen tampil beda. Selama ini kan lensa kontak masih belum banyak dipakai oleh masyarakat sehingga ini *trend* baru” (wawancara tanggal 13 Maret 2012).

Dalam setiap masyarakat akan dijumpai suatu proses di mana seorang anggota masyarakat yang baru, dalam hal ini inovasi lensa kontak, akan mempelajari norma-norma dan kebudayaan masyarakat di mana dia ada. 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. Begitu juga dengan mahasiswa yang berada pada lingkungan yang selalu mengikuti *trend*, maka seseorang tersebut cenderung akan berperilaku mengikuti *trend* juga.

Konsep diri tentang cantik membuat mereka ingin tampil lebih menarik atau menambah gaya saja. Sebagian dari mereka menganggap cantik itu tak terpisahkan dari fisik yang menarik.

Cantik atau tidaknya seseorang dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang cantik. Perbedaan tentang makna cantik akan berdampak pada usaha yang dilakukannya untuk mendapatkan kecantikan.

Cantik bagi sebagian subyek adalah sederhana, tidak membosankan, enak dipandang. Cantik juga bukan berarti harus tampil seperti artis-artis di televisi dengan memakai make-up tebal dan riasan

yang aneh-aneh. Berikut pernyataan RN yang mendefinisikan tentang cantik:

“Cantik adalah ketika seseorang tampil menarik, enak dipandang tetapi dengan tampilan yang sederhana, asal bersih, terawat dan serasi antara badan dengan apa yang dipakai maka itu sudah cukup” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Pendapat lain menyatakan bahwa cantik itu adalah menarik dan menjadi pusat perhatian. Cantik yang menjadi pusat perhatian berarti harus ada yang bersifat *eye catching*, misalnya: warna yang mencolok, penampilan yang unik, dan sebagainya. Seperti yang dikemukakan FA berikut ini: “cantik itu relatif, menarik, jadi pusat perhatian. Relatif itu karena ada yang melihat seseorang itu cantik, sedangkan oranglain bisa saja menganggap itu tidak cantik” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Bagi yang berpendapat bahwa cantik itu berkaitan dengan barang-barang, aksesoris ataupun perawatan tubuh, mereka menjawab cantik itu mahal. Hal ini dikarenakan memang aksesoris untuk membuat lebih cantik memang berharga mahal, belum lagi perawatan tubuh yang sampai menghabiskan ratusan juta rupiah. FKN menilai untuk tampilan cantik itu membutuhkan pengorbanan terutama pengorbanan dari segi materi, seperti yang di ungkapkannya berikut ini:

“Cantik itu mahal. Jika ingin terlihat cantik maka biaya yang dikeluarkan akan mahal. Untuk perawatan muka, kuku, kulit, rambut, kulit secara rutin sudah mahal. Apalagi jika harus menambah berbagai aksesoris seperti behel, lensa kontak, berbagai baju, sepatu, sandal, tas dan sebagainya sangat mahal” (FKN) (wawancara tanggal 13 Maret 2012)

Ada juga yang berpendapat bahwa cantik adalah *inner beauty*, sehingga cantik itu terpancar dari dalam diri seseorang. Cantik itu hatinya, jika hatinya cantik maka wajah atau penampilan seseorang juga akan tampak cantik, meski tanpa aksesoris atau perawatan tubuh yang mahal dan lama. Seperti yang diungkapkan oleh RDP berikut ini: “cantik itu terpancar dari dalam hati seseorang. Seorang perempuan yang baik hatinya, mempunyai sopan santun, apalagi agama juga baik, maka akan nampak cantik juga fisiknya” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Berdasarkan pendapat-pendapat tersebut, dapat dirumuskan kesimpulan bahwa cantik adalah sesuatu yang sederhana, menarik, tidak membosankan, dan terpancar dari dalam diri seseorang.

Adalah kodrat wanita jika ingin selalu tampil cantik. Agar bisa tampil cantik dan menarik membuat sebagian wanita rela menghabiskan banyak waktu, uang, kebebasan, dan lainnya. Banyak wanita yang tersiksa dengan melakukan diet ketat agar mereka dapat terlihat langsing dan dapat mengenakan berbagai bentuk desain pakaian. Banyak juga yang rela memakai *highheel* agar terlihat cantik dan menarik di mata orang pada umumnya.

Di sisi lain, ada wanita yang tidak akan melakukan apapun untuk disebut tampil cantik. Mereka lebih memilih tampil apa adanya saja tanpa harus memaksakan diri untuk melakukan suatu hal.

Wolf berpendapat bahwa kecantikan (penampilan tubuh) tak ubahnya seperti mata uang yang ada dalam sistem perekonomian.⁶ Penampilan seseorang akan sangat mempengaruhi popularitas, kepuasan diri, promosi jabatan, kencan dan lain-lain. Saat ini perempuan seperti komoditas yang dijadikan sebagai lahan bisnis, profesi yang banyak menyerap tenaga kerja saat ini adalah frontliner ataupun marketing yang mengandalkan wajah cantik dan menggoda.

Adanya citraan 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.

Selain itu, ada juga yang berpendapat bahwa wanita harus mengupayakan secara maksimal untuk tampil cantik dan berpenampilan menarik, akan tetapi harus sesuai situasi dan kondisi serta kemampuan masing-masing orang. Tidak perlu memaksakan, akan tetapi harus juga berusaha untuk mencapainya. Berikut jawaban subyek tentang pertanyaan apakah mereka harus mengupayakan secara maksimal untuk dapat tampil

⁶Ibid. Hlm 174

cantik. IN menyatakan untuk tampil cantik itu tidak harus ngoyo, seperti yang dinyatakannya berikut ini: “Berusaha semaksimal mungkin dalam berpenampilan. Maksimal itu berarti memakai yang kita punyai, jadi tidak harus ngoyo untuk mencari yang tidak ada” (wawancara tanggal 5 Maret 2012).

Berdasarkan keterangan-keterangan tersebut, dapat dirumuskan kesimpulan bahwa wanita bagi mereka harus mengupayakan secara maksimal untuk tampil cantik dan berpenampilan menarik, akan tetapi harus sesuai situasi dan kondisi serta kemampuan masing-masing.

Faktor pengaruh dari oranglain yang menjadi penentu terbesar memakai lensa kontak adalah dari teman dekat. Orang yang sudah menjadi teman dekat biasanya lebih dipercaya dan mempunyai rekomendasi yang manjur. Hal ini telah diakui oleh subyek bahwa pengaruh dari teman adalah faktor terbesar mereka. Seperti yang diungkapkan SRH berikut ini:

“Iya faktor dari temen terdekatlah jadi penentu terbesar. Teman dekat ini sebagai pengganti saudara ataupun keluarga, jadi mereka yang saya dengarkan. Saya percaya mereka tidak akan membohongi atau menipu saya” (SRH) (wawancara tanggal 12 Maret 2012)

Meski demikian, ada juga yang tidak terpengaruh oleh ajakan teman dekat dan hanya menuruti kata hati sendiri. Mereka memang mendengarkan berbagai pendapat dari luar mereka, terutama teman yang sudah memakai lensa kontak, akan tetapi keputusan berada di tangan mereka sendiri. Hal ini diakui oleh para subyek penelitian. Keputusan

menggunakan lensa kontak memang berpengaruh pada kenyamanan mahasiswi dalam menggunakan lensa kontak tersebut, sama halnya yang diungkapkan oleh IN tentang keputusannya menggunakan lensa kontak. Berikut pernyataan dari IN: “tidak, saya tidak terlalu terpengaruh pendapat teman. Saya tetap mempunyai keyakinan sendiri yang menurut saya dapat menjadi yang terbaik” (wawancara tanggal 5 Maret 2012).

Faktor dari diri sendiri dan memiliki pendirian untuk memakai atau tidak memakai lensa kontak berarti mereka memiliki konsep diri yang baik. *Konsep diri* adalah semua ide, pikiran, kepercayaan dan sendirian yang diketahui individu tentang dirinya dan mempengaruhi individu dalam berhubungan dengan orang lain⁷. 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.

Keinginan untuk tampil cantik merupakan faktor pendorong utama bagi para wanita mahasiswi ini memakai lensa kontak. Hal ini sangat masuk akal, karena hampir semua yang memakai lensa kontak mengalami

⁷Stuart dan Sudeen, *Psikologi Perkembangan*. Jakarta, Erlangga, 1998. Hlm

mata minus sehingga mereka mengganti kacamata mereka dengan sesuatu yang membuat penampilan mereka cantik. Bagi mereka yang mempunyai mata normal, kelihatan sekali mereka ingin menambah penampilan mereka menjadi lebih memikat.

Sebagian yang lain berpendapat bahwa mereka tidak hanya memakai lensa kontak karena alasan cantik semata. Mereka memilih lensa kontak karena alasan praktis dan ringkas, sehingga tidak menghalangi mereka beraktivitas. Bagi mereka yang memakai jilbab, kacamata terkadang memang menjadi hambatan karena gagang kacamata harus diletakkan (dijepit) di atas telinga sedangkan telinga mereka ditutupi kain jilbab.

Kesimpulannya adalah bahwa para mahasiswi memakai lensa kontak karena ingin terlihat lebih cantik, praktis dan ringkas, lebih ringan di telinga. Faktor ingin kelihatan cantik merupakan faktor terbesar mereka sebagai alasan untuk memakai lensa kontak. Walaupun ada yang berpendapat bahwa kecantikan tidak semata-mata dari luarnya saja melainkan dari dalam dirinya (*inner beauty*).

c. Pengaruh Kebudayaan Lain

Pengaruh kebudayaan lain yakni adanya inovasi dan meniru artis. Itu yang dialami mahasiswi yang ingin mencoba inovasi baru berupa lensa kontak. Sebagian informan tertarik karena ingin menghargai inovasi baru dengan memakainya.

Pengaruh lensa kontak karena ingin meniru artis ternyata ada yang membenarkan juga. Mereka melihat artis di televisi yang memakai lensa kontak dan lebih cantik dibandingkan tidak memakai lensa kontak. Hal ini dikarenakan lensa kontak mempunyai warna lebih cerah dibandingkan bola mata, sehingga terlihat lebih menarik dan bersinar. LH yang mempunyai artis idola dan kebetulan wajahnya mirip dengan artis idolanya tersebut, ingin sekali selalu meniru apa yang dikenakan oleh idolanya termasuk penggunaan lensa kontak, berikut pernyataan LH: “ada meniru artis. Karena wajah saya mirip artis idola maka saya juga mencoba memakai lensa kontak supaya lebih kelihatan cantik seperti artis idola saya” (wawancara tanggal 13 Maret 2012).

Adanya keinginan atau perilaku dari mahasiswi memakai lensa kontak merupakan bukti kuatnya rangsang dari luar yang diterima mereka. Hal ini dikarenakan perilaku manusia merupakan semua kegiatan atau aktifitas manusia, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh orang lain. Menurut Skinner, bahwa perilaku manusia merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap *stimulus* (rangsangan dari luar).⁸ Perilaku manusia bisa berupa perilaku tertutup dan perilaku terbuka. Di dalam proses pembentukan dan perubahan perilaku dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berasal dari dalam diri individu itu sendiri. Faktor-faktor tersebut yaitu persepsi, motivasi, emosi, dan

⁸Hanum, Marimbi. *Sosiologi dan Antropologi Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Offset, 2009. Hlm.79-80

pengalaman yang dihasilkan dari panca indera. Selain itu perilaku manusia juga dipengaruhi dari lingkungan sekitar maupun faktor dari genetik (keturunan) serta kondisi sosial budaya masyarakat.⁹

Meskipun sebagian memang tertarik memakai lensa kontak karena tertarik melihat artis kesayangan mereka, akan tetapi ada juga yang bukan tertarik karena itu dan karena sudah berkeinginan memakai lensa kontak karena kecocokan dengan bentuk mata mereka.

Kesimpulan yang dapat ditarik dari keterangan tersebut adalah, mereka memang memakai kacamata karena tertarik melihat artis yang sedang memakai lensa kontak dan ternyata lebih cantik dibandingkan yang tidak memakai lensa kontak. Maka mahasiswi terpancing untuk menggunakan lensa kontak tersebut.

Ketertarikan subyek tentang lensa kontak juga dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap orang barat (bule) yang mempunyai mata biru. Sehingga mereka juga ingin terlihat seperti orang bule dengan memakai lensa kontak yang berwarna biru. Mata yang berwarna biru memang menjadi daya tarik karena di luar kebiasaan orang Indonesia yang memiliki mata coklat atau hitam. Hal ini dipertegas oleh pernyataan FA, sebagai berikut: “iya, biar bagus matanya. Dengan lensa kontak, mata akan dapat terlihat biru, dan mengkilat karena bahan *softlens* itu kan dapat memantulkan cahaya” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

⁹Ibid.

Sebagai orang yang mempunyai pendidikan tinggi, mereka cukup terbuka dengan hal-hal baru. Mereka terbuka terhadap inovasi yang dihasilkan oleh ilmu pengetahuan yang ada. Hal ini dibuktikan dengan mereka yang memakai inovasi lensa kontak ini. Keterbukaan yang memberikan manfaat bagi kehidupan kita dan masyarakat pasti akan membawa kita ke suatu ruang untuk kita mengekspresikan diri tampil didepan umum, seperti yang diungkapkan oleh LH sebagai berikut: “sangat terbuka asal membawa manfaat bagi kehidupan saya atau masyarakat pada umumnya” (wawancara tanggal 13 Maret 2012).

Meskipun bersikap *open minded*, mereka mengaku akan mempertimbangkan dahulu sebuah produk/inovasi baru sebelum mencoba. Mereka tidak akan mencoba produk yang baru meski belum mengetahui detail kelebihan dan kekurangannya. Akan tetapi memang ada juga yang langsung percaya dan mencoba sebuah produk baru, seperti pernyataan FA berikut:

“Kadang-kadang sich. Soalnya takut ketinggalan atau kehabisan *stock* gitu, produk apa saja pokoknya, tapi kadang juga tidak buru-buru, tidak mesti lah tergantung produknya apa termasuk *softlens* juga...” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Akan tetapi, sebagian besar subyek tetap menyeleksi dahulu dan mencari informasi sebanyak-banyaknya sebelum mereka memutuskan untuk membeli/menggunakan sebuah produk. MZ mengaku sebelum membeli lensa kontak MZ mencari informasi terlebih dahulu agar mengetahui kekurangan dan kelebihan, berikut pernyataan MZ:

“tidak. Saya harus mencari informasi dulu sebelum membeli. Tidak hanya itu, saya juga mencari orang yang sudah memakai dulu biar ada *testimoni* dari teman yang dekat” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Sebagai pribadi yang dewasa, para mahasiswi telah mempunyai pemikiran yang dapat menentukan berbagai keputusan dalam hidupnya, termasuk keputusan memakai lensa kontak. Mereka mengakui bahwa faktor pengaruh dari dalam diri sendiri yang menjadi penentu terbesar memakai lensa kontak. Keinginan untuk menggunakan lensa kontak tergantung kepada keputusan dalam diri mahasiswi tersebut, seperti yang dinyatakan FA berikut ini: “iya. Keputusan terbesar ada di tangan saya, untuk memakai atau tidak lensa kontak itu” (wawancara tanggal 3 Maret 2012).

Meskipun demikian, ternyata ada juga responden yang menganggap bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi mereka mengambil keputusan memakai lensa kontak adalah orang lain, bukan mereka sendiri. Orang lain itu adalah teman dekat mereka, yang telah terlebih dahulu memakai lensa kontak sebelum mereka memakainya. Hal ini dikarenakan pengalaman dari teman itu yang dianggap sebagai bukti bahwa lensa kontak adalah aman. Tampaknya FKN tidak percaya akan keputusan dirinya, FKN mempercayakan teman sebagai *motivator* dan penilai untuk penampilannya. Seperti yang dinyatakan berikut ini: “tidak. Saya sangat percaya dengan teman saya, jadi ketika ada teman yang juga

pakai dan menyarankan ya saya ikut aja” (wawancara tanggal 13 Maret 2012).

Berdasarkan pendapat di atas, dapat diketahui bahwa keputusan terbesar untuk seorang mahasiswi menggunakan lensa kontak adalah diri mereka sendiri. Mereka telah mampu secara mandiri mengambil keputusan yang terbaik bagi mereka. Hal ini dapat diketahui dari pertanyaan sebelumnya yang menyatakan bahwa mereka telah mempelajari terlebih dahulu tentang untung rugi dari lensa kontak yang mereka pakai.

Berdasarkan keterangan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keputusan untuk memakai lensa kontak adalah para mahasiswa sendiri, meski demikian ada juga yang mempercayakan kepada oranglain atau bukan keputusan sendiri.

Faktor-faktor yang menyebabkan penggunaan lensa kontak oleh para mahasiswi di Yogyakarta adalah: adanya inovasi yang mendorong adanya budaya meniru, keterbukaan informasi sehingga mereka dapat mengakses produk-produk inovasi baru, maupun konsep diri mereka sendiri.

Adanya pengaruh budaya baru yakni ditemukannya lensa kontak mendorong masyarakat ingin meniru para artis yang menjadi duta produk dari lensa kontak. Mereka juga meniru orang barat (bule) yang memiliki warna bola mata biru atau berbeda dengan bola mata orang Indonesia yang berwarna coklat.

Keterbukaan informasi sehingga mereka dapat mengakses produk-produk inovasi baru yang dijual di pasaran. Mereka juga dapat bertukar informasi dengan teman-teman yang sudah pernah memakai lensa kontak. Faktor teman juga merupakan alasan utama sumber informasi tentang lensa kontak didapatkan karena mereka lebih percaya pada informasi dari orang dekat.

Konsep diri berpengaruh pada definisi cantik. Mereka yang kurang percaya diri dengan kecantikan yang dalam tubuhnya cenderung memilih untuk menjadikan berbagai aksesoris untuk menyempurnakan penampilan, salah satunya dengan memilih lensa kontak. Mereka mengakui dengan memakai lensa kontak makin membuat cantik.

C. Pembahasan

Keinginan untuk tampil cantik dengan memakai lensa kontak merupakan suatu hal yang alamiah. Organ mata merupakan panca indra yang langsung terlihat oleh lawan bicara ketika berbincang-bincang. Dari tatapan pertama ini, akan muncul kesan mendalam jika mata lawan bicara indah. Ini yang membuat wanita lebih percaya diri karena pada tatapan pertama sudah muncul kesan cantik dari lawan bicara.

Ada juga ibarat cinta itu dari mata jatuh ke hati. Hal ini menunjukkan betapa mata merupakan organ tubuh wanita yang mampu menjadi daya pikat terhadap lawan jenis. Hal ini juga memicu para mahasiswi yang tidak minus

untuk ikut-ikutan memakai lensa kontak berwarna-warni, karena lebih mempercantik mata mereka.

Lensa kontak merupakan budaya karena merupakan hasil cipta manusia. Hal ini sesuai dengan definisi budaya dimana budaya atau kebudayaan berasal dari bahasa Sanskerta yaitu *buddhayah*, yang merupakan bentuk jamak dari *buddhi* (budi atau akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut *culture*, yang berasal dari kata Latin *Colere*, yaitu mengolah atau mengerjakan. Bisa diartikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani. Kata *culture* juga kadang diterjemahkan sebagai "kultur" dalam bahasa Indonesia.¹⁰ Lensa kontak merupakan hasil industrialisasi, bukan dari hasil kebudayaan agraris. Lensa kontak dapat menggantikan peran kacamata yang sudah dihasilkan dalam oleh kebudayaan sebelumnya, yang bermanfaat bagi penderita miopi untuk dapat melihat lebih jelas.

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsur yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Bahasa, sebagaimana juga budaya, merupakan bagian tak terpisahkan dari diri manusia sehingga banyak orang cenderung menganggapnya diwariskan secara genetis. Ketika seseorang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda

¹⁰Koentjaraningrat. *Kebudayaan dan Mentalitet Pembangunan*. Jakarta: Djambatan. 1971. Hlm. 72

budaya dan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, membuktikan bahwa budaya itu dipelajari. Budaya adalah suatu pola hidup menyeluruh. budaya bersifat kompleks, abstrak, dan luas. Banyak aspek budaya turut menentukan perilaku komunikatif.¹¹

Konstruksi budaya dalam penggunaan lensa kontak adalah budaya populer yang dipicu oleh penemuan lensa kontak. Konstruksi dapat diartikan sebagai struktur atau bentuk sedangkan budaya adalah hasil daya cipta manusia, sehingga konstruksi budaya lensa kontak mahasiswa dapat diartikan sebagai bentuk dari struktur pemakaian hasil (bentuk/wujud) daya cipta berupa lensa kontak di kalangan mahasiswa di Yogyakarta.

Bentuk atau wujud dari kebudayaan menurut J.J. Hoenigman dibedakan menjadi tiga: gagasan, aktivitas, dan artefak.¹² Gagasan (Wujud ideal), Wujud ideal kebudayaan adalah kebudayaan yang berbentuk kumpulan ide-ide, gagasan, nilai-nilai, norma-norma, peraturan, dan sebagainya yang sifatnya abstrak; tidak dapat diraba atau disentuh. Wujud kebudayaan ini terletak dalam kepala-kepala atau di alam pemikiran warga masyarakat. Jika masyarakat tersebut menyatakan gagasan mereka itu dalam bentuk tulisan, maka lokasi dari kebudayaan ideal itu berada dalam karangan dan buku-buku hasil karya para penulis warga masyarakat tersebut. Aktivitas (tindakan), Aktivitas adalah wujud kebudayaan sebagai suatu tindakan berpola dari manusia dalam

¹¹Koentjaraningrat. *Ibid*

¹²Ritzer, G dan Goodman. *Teori Sosiologi Modern* (terjemahan). Jakarta: Kencana. 2007. Hlm. 235

masyarakat itu. Wujud ini sering pula disebut dengan sistem sosial. Sistem sosial ini terdiri dari aktivitas-aktivitas manusia yang saling berinteraksi, mengadakan kontak, serta bergaul dengan manusia lainnya menurut pola-pola tertentu yang berdasarkan adat tata kelakuan. Sifatnya konkret, terjadi dalam kehidupan sehari-hari, dan dapat diamati dan didokumentasikan. Artefak (karya), Artefak adalah wujud kebudayaan fisik yang berupa hasil dari aktivitas, perbuatan, dan karya semua manusia dalam masyarakat berupa benda-benda atau hal-hal yang dapat diraba, dilihat, dan didokumentasikan. Sifatnya paling konkret di antara ketiga wujud kebudayaan. Dalam kenyataan kehidupan bermasyarakat, antara wujud kebudayaan yang satu tidak bisa dipisahkan dari wujud kebudayaan yang lain. Sebagai contoh: wujud kebudayaan ideal mengatur dan memberi arah kepada tindakan (aktivitas) dan karya (artefak) manusia.

Lensa kontak merupakan bentuk dari gagasan, aktivitas, dan artefak dimana lensa kontak mengandung ide-ide dan gagasan untuk membantu penderita miopi dapat melihat secara jelas dan sekaligus memikirkan sisi estetika (kecantikan). Aktivitas pemakaian lensa kontak adalah wujud kebudayaan sebagai suatu tindakan berpola dari manusia, dimana seseorang memakai lensa kontak dengan memperhatikan kecocokan dengan dirinya. Artefak adalah wujud kebudayaan fisik yang berupa benda, dimana lensa kontak merupakan benda (produk) industrialisasi yang dijual di toko-toko optik dan kemudian dibeli oleh para konsumen untuk dipakai.

Berdasarkan wujudnya tersebut, budaya memiliki beberapa elemen atau komponen, menurut ahli antropologi Cateora, yaitu: kebudayaan material, kebudayaan nonmaterial, lembaga sosial, sistem kepercayaan, estetika, dan bahasa.¹³ Dalam kasus lensa kontak ini, wujud kebudayaan dapat dilihat dari bentuk: kebudayaan material, sistem kepercayaan dan estetika.

Kebudayaan material mengacu pada semua ciptaan masyarakat yang nyata, konkret. Termasuk dalam kebudayaan material ini adalah temuan-temuan yang dihasilkan dari suatu penggalian arkeologi: mangkuk tanah liat, perhisalan, senjata, dan seterusnya. Kebudayaan material juga mencakup barang-barang yang ditemukan manusia pada jaman modern sekarang ini, seperti: lensa kontak, televisi, pesawat terbang, stadion olahraga, pakaian, gedung pencakar langit, dan mesin cuci.

Kebudayaan sistem kepercayaan adalah bagaimana masyarakat mengembangkan dan membangun sistem kepercayaan atau keyakinan terhadap sesuatu, hal ini akan mempengaruhi sistem penilaian yang ada dalam masyarakat. Sistem keyakinan ini akan mempengaruhi dalam kebiasaan, bagaimana memandang hidup dan kehidupan, cara mereka berkonsumsi, sampai dengan cara bagaimana berkomunikasi. Penemuan lensa kontak dan diimbangi dengan meningkatkan pendapatan masyarakat membuat cara konsumsi berubah dibandingkan pada masa krisis ekonomi tahun 1997. Dengan pendapatan yang melebihi konsumsi pokok (makan) mereka dapat

¹³Ritzer, G dan Goodman. 2007. Ibid

membeli (merubah pola konsumsi) dengan benda-benda yang dapat menunjang penampilan seperti lensa kontak.

Kebudayaan estetika adalah berhubungan dengan seni dan kesenian, musik, cerita, dongeng, hikayat, drama dan tari-tarian, yang berlaku dan berkembang dalam masyarakat. Seperti di Indonesia setiap masyarakatnya memiliki nilai estetika sendiri. Nilai estetika ini perlu dipahami dalam segala peran, agar pesan yang akan kita sampaikan dapat mencapai tujuan dan efektif. Misalkan di beberapa wilayah dan bersifat kedaerahan akan memiliki nilai estetika sendiri. Akan tetapi pada era globalisasi seperti sekarang ini, sifat kebudayaan kedaerahan semakin terkikis dan cenderung membentuk kebudayaan yang sama sejangat. Di kota besar seperti Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Surabaya, Bandung dan kota lain mungkin lensa kontak sudah diterima sebagai salah satu alat untuk mempercantik diri atau meningkatkan budaya estetika.

Para mahasiswi dengan kisaran umur 20-24 tahun merupakan usia-usia serius untuk mencari sosok pasangan hidup. Mereka akan berusaha menarik lawan jenis dengan kecantikan mereka, dengan berbagai macam cara. Salah satu cara yang ditempuh adalah dengan mempercantik diri yakni memakai lensa kontak seperti penelitian ini. Mereka melakukan bentuk budaya estetika yang merupakan budaya baru karena ditemukannya lensa kontak sebagai bentuk budaya material. Budaya estetika di sini disebut baru karena pada masa atau kebudayaan sebelumnya orang tidak memakai lensa kontak untuk mendapatkan estetika. Orang menggunakan kacamata atau berbagai bentuk

riasan di sekitar mata untuk mendapatkan estetika, akan tetapi setelah ditemukan lensa kontak maka manusia dapat menciptakan budaya aktivitas baru.

Konstruksi budaya terjadi akibat hadirnya banyak informasi yang melakukan penetrasi terhadap nilai-nilai lama budaya, sedangkan kebudayaan lama tak mampu membendung terjadinya konstruksi budaya baru dengan nilai-nilai baru melalui media yang ada saat ini¹⁴. Penggunaan lensa kontak adalah bentuk konkret dari nilai-nilai budaya baru yang menggantikan kacamata yang dianggap sebagai bentuk konkretnya nilai-nilai budaya lama. Maraknya penggunaan lensa kontak tidak lepas dari informasi media yang berkembang saat ini. Media cetak maupun elektronik ikut serta memasarkan produk lensa kontak dengan berbagai *merk*, motif, dan warna. Konstruksi budaya seperti ini memiliki dua kemungkinan, yaitu bersifat positif dan negatif. Bersifat positif ketika konstruksi budaya itu dapat meruntuhkan nilai-nilai lama yang memang tidak sesuai lagi dengan keadaan kontekstual zaman sekarang. Sedangkan bersifat negatif, ketika konstruksi budaya tersebut menghancurkan nilai-nilai yang memang telah memiliki nilai kebenaran dan kebaikan di masyarakat¹⁵. Penggunaan lensa kontak dianggap tidak meruntuhkan nilai-nilai lama, karena tidak menentang penggunaan kacamata yang dianggap produk lama atau produk

¹⁴<http://www.balairungpress.com/2009/12/menilik-konstruksi-budaya-massa-aryadi-sukmana-fib-ui>. (Diakses pada 29 Januari 2013)

¹⁵ Ibid

sebelum lensa kontak diciptakan. Penggunaan lensa kontak oleh mahasiswi disini hanya mengonstruksikan fungsi dari lensa kontak tersebut yaitu sebagai penunjang penampilan atau sebagai pengganti kacamata dengan fungsi yang sama (kesehatan).

Konstruksi budaya lensa kontak terjadi dimulai ketika mereka mulai mengenal lensa kontak sejak masuk kuliah. Kemudian mereka melihat dari teman atau iklan di tv, majalah, internet maka kemudian mereka mulai mencoba memakai. Ada beberapa informan yang terlebih dahulu bertanya pada orang yang telah memakai lensa kontak sebelum mengambil keputusan. Mereka juga terlebih dahulu mencari berbagai informasi terkait lensa kontak dari berbagai sumber. Kemudian mereka mulai memakai dan merasa nyaman serta hal itu menambah kepercayaan diri mereka. Mereka dan teman-teman mengakui lebih cantik saat memakai lensa kontak. Pengakuan tersebut membuat pemakai ingin terus memakai lensa kontak, sehingga menjadi budaya baru dalam berpenampilan. Terlebih lagi ada keluarga yang juga ikut mendukung penggunaan lensa kontak.

Konstruksi budaya penggunaan lensa kontak di kalangan mahasiswi dibentuk dari adanya penemuan lensa kontak sebagai bentuk inovasi dalam bidang kesehatan. Pemakaian lensa kontak dapat menggantikan fungsi kacamata untuk melihat bagi penderita mata minus. Inovasi ini mendorong informan untuk memakainya, terlebih setelah produk inovasi itu dipresentasikan oleh para artis yang cantik. Adanya definisi tentang cantik yang cukup beragam membuat sebagian mahasiswi memilih memakai lensa

kontak agar terlihat lebih cantik. Sebagian menganggap bahwa untuk menjadi cantik perlu mengeluarkan biaya, seperti halnya mereka yang mengeluarkan biaya untuk membeli lensa kontak.

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.¹⁶ 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.
2. Pengaruh kebudayaan masyarakat lain.¹⁷ 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.

¹⁶Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta, Rajawali, 2004.
Hlm 318

¹⁷Ibid. Hlm 324

3. Sistem terbuka lapisan masyarakat.¹⁸ 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 lain¹⁹. Hal ini termasuk persepsi 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

¹⁸Ibid. Hlm 328

¹⁹Stuart dan Sudeen, *Psikologi Perkembangan*. Jakarta, Erlangga, 1998.
Hlm 58

menyebut dirinya cantik, tetapi disesuaikan dengan potensi yang dimiliki oleh seseorang.²⁰

Faktor-faktor yang menyebabkan penggunaan lensa kontak oleh mahasiswi di Yogyakarta adalah:

1. Adanya inovasi tentang lensa kontak, banyaknya produsen lensa kontak yang menawarkan produk terbaru mereka dengan promosi harga yang terjangkau oleh kantong mahasiswi serta banyaknya optik-optik yang bermunculan baik optik yang sudah dikenal maupun optik kecil yang baru dikenal dengan penawaran-penawaran yang menarik dan merupakan faktor pertama yang mendorong penggunaan, sebab tanpa ditemukannya produk ini maka tidak mungkin lensa kontak dipakai. 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.²¹
2. Pengaruh dari budaya lain yakni orang-orang barat (bule), melalui informasi media elektronik seperti televisi, menyuguhkan film-film luar negeri yang mempertontonkan budaya mereka dan memberikan dampak langsung secara visual bahwa dengan

²⁰Ibid.

²¹Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta, Rajawali, 2004.

memperhatikan dan menonton film-film luar negeri tersebut secara tidak langsung mahasiswi mengamati dan memperhatikan mata orang-orang asing (bule) yang beda tersebut dengan warna mata orang Indonesia khususnya di daerah Yogyakarta yang berwarna hitam atau coklat memicu mahasiswi pengguna lensa kontak untuk memiliki warna yang sama dengan mereka. Selain itu turis-turis asing yang datang ke Indonesia khususnya di Yogyakarta juga memberikan dampak langsung dengan interaksi mereka terhadap masyarakat Yogyakarta yang diwakili oleh mahasiswi yang berkuliah di Yogyakarta. Sebagian masyarakat Indonesia khususnya mahasiswi yang ada di Yogyakarta yang menggunakan lensa kontak 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 pemakainya²². Sedangkan pengaruh budaya lainnya yaitu melalui teman adalah teman sebagai orang yang dekat dengan kita selain keluarga yang mungkin juga berbeda budaya atau karakteristik memberikan dampak langsung dari jalinan pertemanan para mahasiswi, karena penilaian dari teman sangat mempengaruhi penampilan mahasiswi tersebut.

²²Soerjono Soekanto, 2004, op cit Hlm 324

3. Sistem keterbukaan yang ada di masyarakat. Adanya lapisan masyarakat yang mempunyai tingkatan-tingkatan status berbeda, membuat kesenjangan dan jarak antar kedudukan-kedudukan serta status yang ada di masyarakat, dengan adanya penggunaan lensa kontak ini dapat mengikis kesenjangan tersebut. Penggunaan lensa yang dulunya hanya dipakai oleh kaum minoritas seperti artis-artis papan atas, sosialita-sosialita yang bergelimpang harta atau mereka yang mempunyai uang banyak. Sekarang lensa kontak dapat digunakan oleh masyarakat kelas menengah ke bawah dengan varian harga yang bervariasi dan terjangkau oleh kantong mahasiswi.
4. Konsep diri tentang cantik. 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. Mahasiswi sebagai calon intelektual dapat mengukur potensi dari dalam dirinya. Sehingga dalam mengambil keputusan penggunaan lensa tersebut mahasiswi didasarkan pada sebuah kebutuhan akan penampilan saja atau kebutuhan kesehatan yaitu fungsi lensa kontak sebagai pengganti kacamata yang memberikan kenyamanan lebih praktis daripada menggunakan kacamata.

Faktor-faktor tersebut bergabung menjadi satu dan sulit dipisahkan satu sama lain.

Mereka juga menyusun keputusan dari diri sendiri, dimana mereka mencari informasi dari berbagai sumber seperti: majalah, internet, televisi untuk mengambil keputusan memakai lensa kontak ataupun tidak memakai. Artinya, mereka juga tidak hanya percaya dari informasi yang didapatkan dari para teman-teman, akan tetapi juga kritis dalam mencari sumber informasi lain yang terpercaya. Sebenarnya kecantikan pun tidak dieksplorasi dari bentuk fisik atau luarnya saja. Istilah *inner beauty* pun sangat nyata terlihat jika seorang perempuan pintar-pintar dalam mengaktualisasikan kecantikan dari dalam itu melalui sesuatu yang berguna bagi orang lain dan dirinya sendiri. Sehingga penggunaan lensa kontak hanya sebagai faktor pendukung saja, bukan faktor utama yang dimiliki oleh seorang mahasiswa sebagai calon intelektual.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang meneliti *trend* kawat gigi.²³ Pemakaian kawat gigi pada kalangan mahasiswa digunakan untuk kesehatan gigi dan juga sebagai media untuk mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Sebagai sebuah *trend*, tidak heran jika para mahasiswa yang lain, yang tidak mempunyai masalah dengan gigi mereka juga ikut memasang kawat gigi dengan alasan kosmetika (kecantikan).

²³Arinna Bayurinindya *Trend* Pemakaian Kawat Gigi di Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: FISE-UNY, 2011.

Penelitian ini juga mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Tanti Anggraeni Ratnasari²⁴, Pendidikan Sosiologi yang meneliti *Trend* Pemakaian Batik Di Kalangan Mahasiswa UNY Ditinjau Dari Aspek Sosial-Budaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang melatarbelakangi pemakaian batik di kalangan mahasiswa UNY dan untuk mengetahui bagaimana respon mahasiswa UNY terhadap pemakaian batik ditinjau dari perubahan sosial-budaya. Hasil Penelitian ini menyimpulkan bahwa terjadinya *trend* pemakaian batik dipengaruhi oleh faktor *intern* dan faktor *ekstern*. Faktor *intern* meliputi pemahaman mahasiswa UNY terhadap batik dan motivasi. Motivasi adalah keadaan dalam diri individu yang mendorong perilaku kearah tujuan. Pemahaman mahasiswa UNY mengenai batik meliputi pemahaman terhadap penggunaan batik dan pemahaman terhadap nilai filosofis batik. Faktor *ekstern* meliputi dorongan dari orang lain, pengaruh kualitas dan harga batik, pengaruh lingkungan mahasiswa dan adanya kebijakan pemerintah. Perubahan yang terjadi dari *trend* pemakaian batik ini adalah terjadinya perubahan simbol status pemakaian batik, terjadinya perubahan dari cara berpakaian batik dan perubahan makna dari pemakaian batik. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Tanti dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian ini sama-sama mengkaji tentang *trend* yang sedang berkembang di kalangan mahasiswa dimana penelitian yang

²⁴Tanti Anggraeni Ratnasari. “*Trend* Pemakaian Batik Di Kalangan Mahasiswa UNY Ditinjau Dari Aspek Sosial-Budaya”. *Skripsi*. FISE UNY. 2010.

dilakukan Tanti fokus masalahnya terletak pada pemakaian batik dan objek yang dikaji mahasiswa UNY.