



OBSESI KEPADA KECANTIKAN DARI PERSPEKTIF TEORI KEBERGANTUNGAN MEDIA

(Obsession To Beauty From The Perspective Of Media Dependence Theory)

Noor Aziah Abdullah^{1*}, Nur Diyanaa Abu Kasim¹, Rohana Mijan¹

¹ Pusat Pengajian Teknologi Multimedia dan Komunikasi, Universiti Utara Malaysia, 06010, Sintok, Kedah, Malaysia

*Corresponding Author Email: - nooraziah@uum.edu.my

Received: 26 November 2020 • Accepted: 20 December 2020 • Published: 30 December 2020

Abstract

The study of obsession with beauty from the perspective of Media Dependence Theory is to look at the role and influence of the media on the issue of obsession especially on beauty which carries various negative rather than positive implications. The obsession with beauty refers to individual thinking too much about perfection in terms of his or her beauty. Therefore, the objective of the study is to identify the factors that drive an individual's obsession with beauty. While the second factor is to explore the role of the media itself on the tendency of individual obsession with beauty by applying the Theory of Media Dependence. The in-depth interview technique was conducted to explore the experience and comprehend the views of informants to obtain research results. Interviews were conducted with 5 informants. There are the entertainment personalities who had underwent beauty procedures, aesthetic expert, psychologists expert, and the public. The results of the study indicated that factors of lack of self-confidence, media influence, and environmental factors lead to individual obsession with beauty leading to decision-making to choose to undergo beauty procedures. This study is expected to give public awareness of the effects and impact of obsession on beauty.

Keywords: *Obsession, Beauty, Health, Media Dependency Theory*

Abstrak

Kajian obsesi kepada kecantikan dari perspektif Teori Kebergantungan Media adalah untuk melihat peranan dan pengaruh media terhadap isu obsesi terutama kepada kecantikan yang jelas membawa pelbagai implikasi yang negatif berbanding positif. Obsesi kepada kecantikan merujuk kepada seseorang individu itu terlalu memikirkan kesempurnaan dari aspek kecantikan dirinya. Oleh yang demikian, objektif kajian adalah untuk mengenal pasti faktor yang mendorong seseorang individu itu obsesi kepada kecantikan. Manakala faktor yang kedua adalah untuk

meneroka akan peranan media itu sendiri terhadap kecenderungan obsesi individu kepada kecantikan dengan mengaplikasikan Teori Kebergantungan Media. Teknik temu bual mendalam dijalankan adalah bagi meneroka pengalaman dan mencungkil pandangan informan bagi mendapatkan hasil kajian. Temu bual dijalankan terhadap 5 orang informan yang mana terdiri dari personaliti hiburan yang menjalani prosedur kecantikan, pakar estetik, pakar psikologi, dan orang ramai. Hasil dapatan kajian mendapati bahawa faktor kurang keyakinan diri, pengaruh media dan faktor persekitaran mendorong kepada obsesi individu kepada kecantikan yang membawa kepada pembuatan keputusan untuk memilih menjalani prosedur kecantikan. Kajian ini diharapkan dapat memberi kesedaran kepada khalayak akan kesan dan impak obsesi kepada kecantikan.

Kata kunci: Obsesi, Kecantikan, Kesihatan, Teori Kebergantungan Media

Cite as: Abdullah (2020). Obsession to Beauty from The Perspective of Media Dependency Theory, *Asian People Journal*, 3(SI1), 65-71

PENGENALAN

Dari sudut fitrahnya setiap insan yang lahir di muka bumi ini mempunyai kecantikan yang tersendiri dan cukup sempurna. Sepertimana dalam firman Allah yang berbunyi: Sesungguhnya kami telah menciptakan manusia dalam bentuk sebaik-baiknya (Surah At Tin ayat 4 [QS. 95:4]). Namun, hakikat ini tidak semua insan menerima dengan hati yang redha dan ikhlas. Maka, hasil dari tidak berpuas hati dan tidak menerima keadaan yang difitrahkan dengan rasa syukur melahirkan rasa obsesi terhadap kecantikan. Islam memandang kecantikan berdasarkan keterampilan, kecerdasan dan ketakwaan terhadap aturan Allah (Fauziah, 2015).

Obsesi dalam terma psikologi ditakrifkan sebagai pemikiran berterusan, konsep, gambar, atau dorongan yang dialami sebagai invasif dan tidak wajar, dan mengakibatkan ketakutan, kesusahan, atau ketidakselesaan yang ketara (N. & Pam, 2018). Peranan kecantikan pula menurut para sarjana yang telah mengkaji peranan daya tarikan fizikal dalam persepsi peribadi, dan mendapati bahawa individu yang menarik dinilai dengan lebih baik (Miller, 1970), dilihat sebagai lebih wajar (Dion, Bersheid & Walster, 1972) dan lebih berjaya dalam interaksi sosial (Reis, Nazlek & Wheeler, 1980).

Prosedur kecantikan atau dikenali sebagai pembedahan kosmetik yang merupakan salah satu cabang utama dalam perkhidmatan perubatan umum di Korea, telah menunjukkan peningkatan yang ketara dalam pengukuran pasaran yang mana mencecah nilai ke ratusan ribu dolar sehingga tercipta sebagai salah satu bidang industri yang sangat berjaya di Korea. Pakar melaporkan pembedahan kosmetik meningkat sehingga 17 peratus dari tahun 1999 sehingga ke tahun 2000 yang menjangkau sehingga 170 bilion Won iaitu bersamaan 144 million dolar (Woo, 2004).

Pembedahan kosmetik bukan merupakan prosedur untuk rawatan dan penjagaan kesihatan umum. Sebaliknya, ia adalah domain ideologi di mana obsesi wanita terhadap penampilan (merupakan gabungan antara perintah sosial dan keseronokan peribadi) serta kerangka idea sosiobudaya mengenai obsesi terhadap penampilan yang berlaku secara rumit. Domain ini merangkumi sistem yang telah mencipta logik tertentu di mana modal teknologi menembusi norma-norma sosiobudaya, yang membantu mengembangkan kepentingannya (Woo, 2004).

Manakala kajian di negara Barat oleh Barnett (2014) menyatakan bahawa kecenderungan gadis dan wanita serta lelaki menghabiskan lebih sedikit masa untuk bekerja dan lebih banyak kepada penampilan mereka adalah

disebabkan ekonomi Barat yang semakin merosot dan pendedahan yang semakin meningkat terhadap media. Jelas, pengaruh media turut memainkan peranan dalam mendesak kehendak gadis, wanita dan juga lelaki obsesi kepada kecantikan.

Justeru, apakah yang menjadikan kebanyakan wanita terlalu obsesi kepada kecantikan sehingga mengabaikan faktor kesihatan dan mengadaikan nyawa demi penampilan yang sempurna? Apakah kebaikan atau faedah yang diterima hasil dari tindakan ini? Adakah media turut memainkan peranan dalam mendorong seseorang individu itu untuk cenderung melakukan prosedur kecantikan? Justeru, kajian ini menggunakan Teori Kebergantungan Media yang dipopularkan oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach (1985) dengan andaian bahawa semakin kerap seseorang individu itu bergantung kepada media bagi memenuhi kehendaknya, maka semakin penting peranan media dalam kehidupan individu tersebut dan akhirnya semakin berpengaruh media tersebut ke atas individu berkenaan.

Namun, apa yang mengejutkan, trend ini bukan sahaja menghantui kaum wanita, malah turut menjengah kaum adam iaitu lelaki. Selaras dengan itu, kajian ini memilih informan yang terdiri dari personaliti hiburan yang menjalani prosedur kecantikan, pakar estetik, pakar psikologi, dan orang ramai yang obsesi kepada kecantikan dan meneroka pengaruh media dalam membentuk pemikiran individu obsesi kepada kecantikan.

PERMASALAHAN KAJIAN

Kematian mengejutkan seorang ahli perniagaan wanita di Manila, Filipina yang berusia 29 tahun selepas dari menjalani pelbagai pembedahan plastik pada satu sesi pembedahan telah dilaporkan dalam akhbar Harian Metro telah mengemparkan bukan sahaja penduduk tempatan malah turut memberi tempias kepada kalangan penduduk negara berhampiran seperti Malaysia. Antara pembedahan kecantikan yang dijalankan adalah pembedahan buah dada, punggung dan turut menjalani proses sedutan lemak. Pembedahan tersebut telah mengakibatkan denyutan jantungnya terhenti.

Hakikatnya, “Obses Terhadap Kecantikan” ini boleh membawa pengaruh yang tidak baik kepada masyarakat mahupun orang sekeliling. Menurut laporan akhbar Berita Harian bertarikh 25 April 2019, yang bertajuk “Payudara Bernanah Bahana Suntik Filler” (Mutalib & Annuar, 2019). Kes ini berlaku di Putrajaya, apabila seorang wanita terpaksa menanggung kesakitan yang amat sangat apabila melakukan rawatan kecantikan bagi tujuan membesarkan payu daranya. Terkini, kes yang melibatkan kematian seorang wanita akibat dari mendapatkan rawatan kecantikan dari mereka yang tidak bertauliah dilaporkan dalam akhbar pada Oktober 19, 2020 (Razali, 2020) Berdasarkan rentetan kes-kes yang berlaku di mana kematian menjadi titik penamat kepada rancangan rawatan kecantikan ini tidak memberi apa-apa kesedaran kepada individu yang ingin mendapatkan rawatan kecantikan. Malah kes kematian ekoran dari menjalani pembedahan kecantikan turut melibatkan kes di luar negara seperti mana yang berlaku di negara Jerman seorang wanita menemui ajal Ketika menjalani pembedahan plastik yang mana ketika rawatan jantung wanita tersebut terhenti (Sinar Harian, 2019). Justeru, terbit persoalan adakah nyawa dan kesihatan tidak lagi bernilai berbanding dengan kecantikan fizikal sehingga mendorong seseorang individu melakukan pelbagai rawatan yang membawa risiko?

Manakala, dalam membicarakan Teori Kebergantungan Media pula, kebanyakan kajian melihat perubahan sikap individu terhadap kebergantungan kepada media. Seperti mana kajian oleh Ho, S.S., Liao, Y., & Rosentha (2015) yang menerapkan teori Tingkah Laku Terancang dan Teori Ketergantungan Media, kajian ini mengkaji

kesan sikap, norma subjektif, kawalan tingkah laku yang dirasakan, ketergantungan media, perhatian media tradisional, perhatian Internet, dan interpersonal komunikasi mengenai dua jenis tingkah laku pro-persekitaran (PEB) —pembeli hijau dan penglibatan sivik alam sekitar di Singapura.

Teori Kebergantungan Media turut digunakan dalam kajian Lowrey, W. (2004) yang mengkaji peranan media selepas serangan penganas 11 September. Hasil kajian menunjukkan tahap ancaman yang dirasakan berbeza mengikut usia peramal yang bergantung kepada media secara keseluruhan. Ancaman juga merupakan komunikasi interpersonal yang sangat penting mengenai peristiwa yang berlaku.

Berdasarkan tinjauan terhadap kajian lepas mengenai Teori Kebergantungan Media, terdapat kekurangan kajian yang melihat kesan ketergantungan media terhadap obsesi kepada kecantikan. Oleh yang demikian, pengkaji merasakan adalah perlu untuk meneroka peranan dan pengaruh media terhadap obsesi kepada kecantikan ini. Bagi mencapai matlamat kajian, maka beberapa objektif telah dibentuk seperti berikut:

1. Mengenal pasti faktor yang mendorong seseorang individu itu obsesi kepada kecantikan.
2. Meneroka akan peranan media itu sendiri terhadap kecenderungan obsesi individu kepada kecantikan dengan mengaplikasikan Teori Kebergantungan Media.

Kajian ini akan menumpukan kepada media sosial yang turut dikenali sebagai media alternatif selain dari menjalankan tugas utama sebagai penyampai maklumat turut bertindak sebagai agen sosialisasi kepada masyarakat dewasa kini. Pendedahan imej dan watak dalam media sosial mampu membentuk daya berfikir dan persepsi individu itu sendiri terhadap sesuatu perkara. Teori Kebergantungan Media yang diperkenalkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Defleur (1976) memfokuskan bahawa pengaruh media akan lebih tinggi kepada masyarakat sekiranya tahap penggantungan khalayak kepada media adalah tinggi. Normah et. al (2013) menjalankan kajian dengan mengaplikasikan Teori Kebergantungan Media, bagi mengenal pasti punca utama kebergantungan remaja di sekitar Lembah Kelang terhadap Internet. Hasil kajian menunjukkan bahawa remaja bergantung kepada Internet untuk memahami persekitaran sosial, untuk berinteraksi dan juga memenuhi keperluan sosial berbanding keperluan sendiri.

METODOLOGI

Bagi mendapatkan dapatan kajian, kaedah kualitatif digunakan iaitu temu bual mendalam bersama informan. Kaedah temu bual mendalam dilaksanakan adalah bagi meneroka dan mencungkil dengan lebih mendalam pengalaman dan pandangan informan bagi isu yang dikaji. Temu bual yang dijalankan adalah semi struktur bagi membolehkan maklumat diperolehi sehingga tepu. Pemilihan informan terdiri dari individu yang pernah menjalani prosedur rawatan kecantikan, pakar estetik yang menjalankan tugas rawatan kecantikan di klinik persendirian, pakar psikologi yang terlibat mengendalikan kes-kes psikologi dan golongan remaja yang dominan dalam industri kecantikan. Selain dari rakaman peti suara, kaedah rakaman video turut dilaksanakan bagi mendapatkan data dengan lebih jelas.

HASIL KAJIAN

Dapatan kajian mendapati bahawa faktor yang membawa kepada informan obsesi kepada kecantikan adalah faktor dalaman iaitu kurang keyakinan dengan penampilan diri sendiri dan juga faktor persekitaran, pengaruh media

sosial. Ini disebabkan informan merupakan personaliti di industri media hiburan. Ini dijelaskan informan seperti kenyataan di bawah:

“Sampailah saya bekerja dengan H-Live ataupun saya mula keluar di kaca televisyen, saya mempunyai persepsi tertentu terhadap apa itu fizikal apa itu kecantikan, apa yang boleh apa yang dianggap boleh diterima oleh masyarakat. Oleh sedemikian rupa, saya mengambil tindakan yang agak drastik iaitu saya membuat beberapa prosedur seperti mencucuk Botox ke wajah saya juga Fillers dan berbagai macam lagilah”

Kenyataan ini turut disokong oleh informan ke 2 (pakar estetik):

“Ada juga lelaki yang tiada masalah tapi dia still mendapatkan rawatan, untuk tampil lebih confident la. So, perempuan semestinya. Apa apa pun perempuan dia pentingkan kecantikan”.

Selain dari faktor diri sendiri, faktor persekitaran turut membawa kepada kecenderungan individu itu untuk obsesi kepada kecantikan seperti mana kenyataan salah seorang informan:

“Sebenarnya bila saya sudah tidak tahan sangat apabila setiap kali muncul di kaca televisyen, ramai rakan-rakan menegur yang saya perlukan lebih rehat memandangkan terdapat lingkaran hitam di bawah mata saya yang seringkali orang kaitkan dengan tidak cukup tidur. Pada hakikatnya, saya mempunyai tidur dan rehat yang cukup. Cuma masalah lingkaran di hitam di bawah mata adalah rupa saya yang semula jadi. Ramai rakan-rakan ingat yang saya tidak mempunyai cukup tidur dan rehat serta tidak ambil kisah akan penampilan saya di kaca TV. Walhal itu tidak berlaku”.

Kenyataan ini turut disokong oleh informan yang merupakan pakar psikologi seperti kenyataan berikutnya:

“Faktor yang pertama adalah persekitaran. Persekitaran hari ini kalau kita tengok kebanyakan orang, fokus utama mereka adalah kepada kecantikan. Oleh itu, dia mempengaruhi tindakan, sikap dan pemikiran orang lain untuk bergerak ke arah memperbaiki iaitu memperbaharui kecantikan pada diri mereka”.

Penemuan kajian turut menemui kenyataan yang lebih memeranjatkan iaitu faktor pakar kecantikan. Ini adalah kerana sebagai contoh, Doktor yang menawarkan perkhidmatan rawatan kecantikan turut mempengaruhi individu untuk melakukan prosedur kecantikan ini seperti kenyataan yang disuarakan oleh informan:

“Setiap kali saya melakukan rawatan susulan di klinik berkenaan, Doktor yang sama akan turut mengesyorkan saya untuk menjalani lain-lain rawatan kecantikan dengan memberi jaminan yang fizikal saya akan lebih sempurna dan cantik sekiranya saya mengambil tindakan menjalani rawatan kecantikan yang seperti disyorkan oleh beliau. Lama kelamaan saya pun terpengaruh dengan syor dan pandangan dari doktor berkenaan dengan meneruskan rawatan kecantikan yang lain, contoh, membentuk dagu.”

Kajian ini turut menemui bahawa peranan media sosial turut mempengaruhi keputusan dan membentuk persepsi informan untuk bertindak mengambil keputusan menjalani prosedur kecantikan sebagaimana yang diterangkan oleh informan (pakar psikologi) seperti berikut:

“Tidak dinafikan faktor teknologi maklumat merupakan faktor utama yang menyumbang kepada gejala obses terhadap kecantikan. Kenapa? Kerana melalui teknologi maklumat, melalui media sosial terutamanya.

Masyarakat kita lebih terdedah kepada dunia-dunia hiburan, dunia-dunia modeling yang mana di situ mereka melihat model-model yang cantik jadi keinginan untuk jadi cantik seperti model, seperti artis, seperti Instafamous dan sebagainya menjadi salah satu faktor yang menyumbang kepada obsesi kepada kecantikan ini”.

Hakikatnya, media sosial yang merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi maklumat turut memainkan peranan dalam mempengaruhi minda individu dalam membentuk persepsi, tingkah laku dan kecenderungan seseorang terhadap kecantikan. Jelas, sebagai agen pembentuk pemikiran manusia, media turut membentuk pemikiran manusia untuk melihat kecantikan itu adalah sebagai salah perkara utama yang harus dipertimbangkan dalam kehidupan seharian individu. Ini dipersetujui oleh informan yang merupakan pakar psikologi sebagai mana berikut:

“Untuk psikoterapi, kita banyak menggunakan rawatan untuk memulihkan minda iaitu kita menggunakan Cognitive Behavior Therapy (CBT) untuk kita reshape dia punya pemikiran, mengubah bahawa tidak melihat kecantikan itu sebagai satu perkara yang utama. Faktor utama adalah pemikiran yang dibentuk iaitu melihat kecantikan adalah sebagai salah satu elemen yang paling besar untuk mereka fokus jadi mereka menjadi obsesi terhadap kecantikan”.

Berdasarkan kenyataan di atas, jelas dapat dilihat pemikiran yang terbentuk melalui ketergantungan kepada media membawa kepada obsesi kepada kecantikan.

KESIMPULAN

Obsesi terhadap kecantikan bukan sahaja melibatkan kaum wanita malah turut menjangkiti kaum lelaki. Selain dari faktor dalaman iaitu kurang keyakinan diri, faktor luaran seperti persekitaran dan pengaruh media yang merupakan hasil dari perkembangan teknologi maklumat turut mendorong seseorang individu itu untuk obsesi kepada kecantikan. Namun demikian, apabila disalami akan faktor dalam iaitu kurang keyakinan diri ini dapat dikaitkan dengan persepsi yang terbentuk ekoran dari ketergantungan individu terhadap media.

Media sosial pada era kini dikatakan paling berkuasa dalam membentuk persepsi dan pemikiran khalayak yang mana sering terdedah kepadanya. Oleh yang demikian, dapat disimpulkan di sini bahawa ketergantungan terhadap media jelas memberi kesan kepada kecenderungan seseorang individu itu kepada obsesi kepada kecantikan. Ini adalah disebabkan paparan media yang sering menonjolkan personaliti yang cantik dan mendapat perhatian khalayak. Ini ditambah pula dengan kelebihan platform media sosial ini yang membenarkan komunikasi dua hala seperti mana di *Facebook* yang memberi hak untuk khalayak melontarkan pujian dan penghargaan ke atas kecantikan seseorang di *Facebook*. Justeru, dengan kelebihan yang dimiliki oleh media sosial yang kini merupakan platform yang paling ramai pengikutnya turut memberi kesan kepada pemikiran individu untuk turut sama mengikut jejak langkah *influencer* yang ada di media sosial.

Ternyata, rata-rata mereka ini terdiri dari golongan yang sentiasa mementingkan dan mengutamakan kecantikan dan kesempurnaan dalam segala aspek. Pemaparan imej model-model yang cantik dan sempurna di media sosial, serta kebanjiran personaliti “insta famous” di laman media sosial seperti Instagram turut memberi impak kepada keinginan dan obsesi seseorang individu itu sehingga nekad untuk menjalani prosedur kecantikan sehingga mengabaikan faktor keselamatan kesihatan.

RUJUKAN

- Ball-Rokeach, S. (1985). The origins of individual media-system dependency: A sociological framework. *Communication Research*, 12 (1), 485–510.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, 3 (1), 3-21.
- Barnett, E. (2014). *An obsession with beauty is a sign of a declining culture*. [online] Brill. Available at: <https://doi.org/10.1163/9781848881259_010> [Accessed 14 December 2020].
- Dion, K., Bersheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24 (1), 285–290
- Fauziah, A. (2015) *Tinjauan hukum islam terhadap penggunaan serbuk emas dalam kosmetik. Konsentrasi perbandingan mazhab dan fikh*. Program Studi Perbandingan Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum Syarif Uin Hidayatullah, Jakarta. Skripsi. Tidak diterbitkan.
- Ho, S.S., Liao, Y., & Rosenthal, S. (2015) Applying the theory of planned behavior and media dependency theory: Predictors of public pro-environmental behavioral intentions in Singapore. *Environmental Communication*, 9 (1), 77-99.
- Lowrey, W. (2004) Media dependency during a large-scale social disruption: The case of September 11. *Mass Communication and Society*, 7 (3), 339-357.
- Miller, A. (1970). Role of physical attractiveness in impression formation. *Psychonomic Science*, 19 (1), 241–243.
- Mutalib, A.,Z & Annuar, S.S.. (2019, April 25). *Payudara bernanah bahana suntik filler*. Berita Harian. <https://www.bharian.com.my/wanita/rias/2019/04/557037/payudara-bernanah-bahana-suntik-filler>
- N., Pam, M.S. (2018, November 28). *What is OBSESSIVE-COMPULSIVE REACTION? definition of OBSESSIVE-COMPULSIVE REACTION (Psychology Dictionary)*. Psychology Dictionary. <https://psychologydictionary.org/obsessive-compulsive-reaction/>
- Normah, M., Wan Amizah, W.M., Fauziah, A. Maizatul Haizan, M., & Mohd Helmi, A.R. (2013), Kebergantungan internet dan aktiviti online remaja di Lembah Kelang, *Malaysian Journal of Communication*, 29 (1),199 - 212
- Razali, S. A. (2020, October 19). *Dua beranak ditahan susulan wanita maut dapatkan rawatan kecantikan*. Berita Harian. <https://www.bharian.com.my/berita/kes/2020/10/743623/dua-beranak-susulan-wanita-maut-dapatkan-rawatan-kecantikan>
- Reis, H., Nazlek, J., & Wheeler, L. (1980). Physical attractiveness in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 604–617.
- Sinar Harian (2019, December 23). *Wanita maut selepas jalani pembedahan plastik*. Sinarharian. <https://www.sinarharian.com.my/article/63144/GLOBAL/Wanita-maut-selepas-jalani-pembedahan-plastik>
- Surah at Tin ayat 4 [QS. 95:4] » Tafsir Alquran (Surah nomor 95 ayat 4)*. (n.d.). RisalahMuslim. Retrieved December 14, 2020, from <https://risalahmuslim.id/quran/at-tin/95-4/>
- Woo, K.J. (2004). The beauty complex and the cosmetic surgery industry. *The Korean Journal*, 44 (2), 52-82.