

BAB V

PENUTUP

Studi komunikasi ini menggambarkan tentang pengalaman individu perempuan atau komunikator dalam berinteraksi dengan berbagai informasi yang berkonten tindakan *body modification* dari sejumlah media sosial, media massa dan *primary group* dalam aktivitas kehidupannya sehari-hari. Hal-hal yang dikaji dalam studi ini khususnya membahas bagaimana individu melakukan pemrosesan informasi terhadap sejumlah informasi yang berkonten *body modification* di dalam sistem kognitifnya. Pemrosesan informasi yang dilakukan secara aktif oleh para individu mengenai tindakan *body modification*, mendorong adanya perubahan skema kognitif dan sikap atau suasana emosional mereka yang telah terbentuk sebelumnya. Oleh karena itu, di dalam sistem kognitif mereka terbentuk pemahaman individu mengenai informasi *body modification* dan fenomena standar kecantikan masa kini yang secara dominan menjadi realitas digital pada situasi saat ini.

5.1 Simpulan

Beberapa penemuan dari penelitian ini dapat disimpulkan menjadi beberapa poin penting yaitu:

- 1) Pada kehidupan sehari-hari, para individu berinteraksi dengan informasi *body modification* khususnya yang berasal dari internet. Interaksi tersebut adalah sebagai salah satu akibat dari tingginya intensitas pengaksesan Internet yang dilakukan oleh para informan, yaitu kurang lebih selama 8 hingga 10 jam. Kemunculan media internet mendorong individu untuk

menggunakannya sebagai saluran informasi dan komunikasi yang lebih diutamakan. Sejumlah platform dari internet yang diakses untuk keperluan bersosialisasi dengan teman dan kerabat, serta untuk memperoleh dan berbagi informasi yaitu antara lain seperti Google, *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Youtube*, hingga *Tiktok*. Selain itu *Twitter* dan *Telegram* juga pernah diakses sesekali oleh salah satu individu.

- 2) Jenis media lain yaitu televisi (acara dangdut, infotainment, film *Hollywood*, maupun film dalam negeri) serta *word of mouth* (WOM), cenderung menjadi sumber atau saluran informasi tambahan bagi para individu.
- 3) Dalam penelitian ini tidak ditemukan adanya pengaruh dari faktor latar belakang atau tingkat pendidikan terhadap variasi media sosial dan sumber informasi yang diakses oleh para informan seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Nikolaus Ageng Pratama mengenai “Pemrosesan Informasi SARA Dari Media Sosial”. Individu yang berpendidikan dari yang paling rendah (SMA) hingga yang berpendidikan paling tinggi (S1) mengakses media sosial yang sama yaitu *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsapp*, dengan waktu penggunaan sekitar 8 hingga 10 jam, serta dengan tujuan penggunaan yang hampir sama pula yaitu untuk mengakses informasi yang berkaitan dengan aktivitas sehari-hari, pekerjaan, membagi dan mencari informasi, mengunggah foto-foto pribadi, hingga mencari video-video hiburan. Yang menjadi pembeda dalam penggunaan media sosial justru adalah tujuan individu dalam memanfaatkan jejaring sosial tersebut. Terdapat 3 informan yang sering memanfaatkan media sosial untuk kegiatan komersil pribadi

mereka disamping kegiatan pencarian informasi. Dan ada pula 3 informan yang tidak memanfaatkan media sosial untuk kegiatan komersil, mereka lebih cenderung menggunakan media sosial untuk mengunggah foto kegiatan tentang dirinya pribadi saja serta membagikan video hiburan-hiburan yang ia tonton.

- 4) Informasi berkonten tindakan *body modification* relatif mudah ditemukan melalui *Facebook* dan *Instagram* yang terhubung dengan jaringan internet. Namun demikian, informasi yang berkonten *body modification* juga dapat ditemukan pada konten-konten acara-acara di TV (acara dangdut, *infotainment*, dan film-film baik film dalam maupun luar negeri), serta *Word of Mouth* (WOM) dalam aktivitas *face to face interaction* maupun ketika terkoneksi melalui obrolan pada aplikasi *Whatsapp*.
- 5) Informasi berkonten tindakan *body modification* merupakan informasi yang berkaitan atau berkonten mengenai solusi mempercantik diri dengan cara merubah bentuk anggota tubuh dengan cara bedah agar penampilan menjadi semakin menarik. Informasi tindakan bedah yang dimaksud yaitu misalnya seperti informasi mengenai cara mengencangkan atau memperbesar payudara yang ditawarkan oleh dokter kecantikan maupun ahli bedah. Modifikasi payudara ini pun banyak jenis tawarannya seperti pengencangan payudara dengan cara operasi, implan, maupun dengan cara transfusi lemak tubuh. Kemudian informasi mengenai cara mengencangkan perut setelah melahirkan. Pada dasarnya hampir seluruh wanita mengalami kekendoran di bagian perut setelah hamil dan melahirkan. Hal ini menjadi segmen pasar

bagi para ahli bedah untuk menawarkan jasa pengencangan perut atau *tummy tuck* seperti yang dilakukan oleh Nikita Mirzani. Lalu terdapat juga informasi mengenai perbaikan wajah yang relatif terjangkau dan jauh lebih aman dibandingkan dengan operasi plastik yaitu *Filler*, *Botox*, dan Tanam Benang. Bagian wajah yang bisa diperbaiki dengan terobosan baru ini yaitu mampu memunculkan hidung, membuat pipi menjadi lebih tirus, dagu menjadi lebih lancip bibir menjadi lebih ber-*volume*, alis menjadi lebih terangkat atau tidak kendur, serta bawah mata menjadi lebih kencang.

- 6) Jenis media atau saluran informasi dan komunikasi mempengaruhi bentuk fisik dari informasi *body modification*. Informasi yang berwujud gambar *video* secara *audio visual* diberitakan oleh stasiun televisi serta juga *Youtube* dan *Tiktok*. Wujud fisik informasi berkonten *body modification* yang disebarkan melalui *Facebook* dan *Instagram* dapat berupa video (*audiovisual*), gambar, narasi tulisan, serta komentar atau testimoni dari para *netizen* yang merupakan pasien yang pernah ditangani. Sedangkan informasi yang disebarkan melalui *word of mouth*, berwujud cerita (lisan) dari teman atau orang-orang yang dikenal yang didengar secara berkelanjutan. Dan tentu saja terdapat informasi lain yang berbentuk lisan yang bukan berasal dari lingkaran pergaulan para informan yaitu informasi langsung yang diberikan oleh para dokter ahli kecantikan maupun ahli bedah yang disampaikan secara langsung dengan cara tatap muka dengan para informan.
- 7) Pada awal kemunculan informasi berkonten *body modification*, para individu dihadapkan pada situasi *unaware* sehingga mendorong munculnya

involuntary attention secara individual, karena secara dominan informasi-informasi yang muncul tersebut tidak menjadi bagian dari informational goal mereka sehari-hari. Kemunculan informasi-informasi berkonten *body modification* merupakan dampak lain, yang merupakan *secondary effect* dalam aktivitas mereka memilih serta mengakses informasi sehari-hari dari saluran informasi. Oleh karena itu, mereka melakukan *information grouping* untuk informasi aktual-domestik, informasi tambahan pengetahuan, dan informasi *body modification*.

- 8) Perkembangan informasi yang berkaitan dengan modifikasi tubuh disebarakan melalui *Facebook* dan *Instagram* secara terus-menerus, sehingga mendorong rasa penasaran terhadap individu hingga mereka tertarik untuk membaca konten pesannya secara berkelanjutan. Selain itu mereka juga akhirnya tertarik untuk membaca testimoni dari para *netizen* yang merupakan pasien atau mantan pasien yang pernah ditangani oleh klinik tersebut.
- 9) Informasi yang berasal dari para Selebriti juga memberi pengaruh kognitif bagi 4 informan. Informasi ini adalah informasi berupa tayangan iklan dan wujud nyata dari orang-orang yang telah melakukan tindakan *body modification*. Tayangan iklan yaitu iklan yang secara terang-terangan mengiklankan suatu produk atau klinik kecantikan. Sedangkan wujud nyata yaitu tampilan perubahan wajah para Selebriti yang kian hari nampak makin cantik yang ditayangkan melalui saluran TV namun tanpa menampilkan unsur iklan. Tampilan para Selebriti yang nampak makin cantik menimbulkan rasa penasaran dan obsesi terhadap penonton atau

penggemarnya. Hal tersebut mendorong beberapa informan untuk mencari tahu rahasia kecantikan mereka melalui Google dan selanjutnya menimbulkan minat dan ketertarikan yang lebih mendalam.

10) Sejumlah informasi *body modification* khususnya tindakan *Filler*, *Botox*, dan Tanam Benang lebih digemari oleh sebagian besar informan dibandingkan dengan informasi mengenai operasi plastik. Hal tersebut dikarenakan tindakan *filler*, *botox*, dan Tanam Benang merupakan jawaban bagi para individu yang merasa tidak berani melakukan operasi plastik. Para individu ini pada awalnya merasa tertarik oleh tindakan operasi plastik namun setelah mereka mencoba menggali informasi tentang tindakan tersebut maka mereka memutuskan untuk mengundurkan diri. Selain itu juga tindakan operasi plastik saat itu masih sangat tabu di kalangan masyarakat. Informasi awal yang mereka dapatkan mengenai operasi plastik yaitu bahwa biayanya yang tinggi serta juga proses tindakannya yang menyeramkan. Oleh sebab itu kini mereka lebih tertarik untuk menggali informasi mengenai *Filler*, *Botox*, dan Tanam Benang sebagai pilihan lain selain operasi plastik. Karena menurut informasi yang mereka dapatkan bahwa resiko dari *Filler* sangat kecil dibandingkan dengan operasi plastik.

11) Dua informan mengikuti perkembangan informasi *body modification* sejak lama. Seorang informan mengaku telah mengenal *body modification* sejak tahun 2012, dan salah satunya lagi telah mengenal tindakan *body modification* sejak tahun 2014. Perkembangan informasi yang mereka ikuti saat itu dimulai dari informasi yang berkaitan tentang operasi plastik, suntik

Silicon, hingga kemunculan tren alternatif lain seperti *Filler*, *Botox*, dan Tanam Benang seperti saat ini. Mereka terus mengikuti perkembangan informasi *body modification* karena mereka benar-benar terobsesi untuk melaksanakan tindakan tersebut. Informasi yang mereka dapatkan pada saat itu sangat minim karena pada tahun-tahun tersebut peminat *body modification* sangat sedikit. Kurangnya sumber informasi atau narasumber yang bisa memberikan testimoni mendorong kedua informan ini untuk lebih berhati-hati dan teliti dalam mengumpulkan informasi sehingga kehati-hatian tersebut membuat mereka membutuhkan waktu yang cukup lama dalam mendalami informasi. Mereka juga cenderung mengumpulkan informasi sebanyak mungkin dari berbagai sumber informasi atau referensi yang bervariasi.

12) 4 informan lainnya merupakan individu yang tergolong baru mengenal dunia *body modification*. Para informan yang baru mengenal *body modification* nampak lebih mudah dalam mengambil keputusan karena mereka mengalami kemudahan dalam mengumpulkan testimoni dari orang yang dikenal. Karena testimoni dari orang yang dikenal memberi pengaruh yang besar terhadap pengambilan keputusan.

13) Informasi yang didapatkan dari orang-orang yang dikenal yaitu informasi yang bersifat verbal dan non-verbal. Informasi yang bersifat verbal yaitu informasi yang diceritakan secara lisan oleh para narasumber yang telah melakukan tindakan *body modification*. Sedangkan Informasi *body modification* yang bersifat non-verbal yaitu informasi visual berupa

perbedaan nyata tampilan sebelum atau sesudah (*before-after*) tindakan para pasien yang dikenal. Informasi non-verbal cenderung lebih diperhatikan dan memberi pengaruh besar. Seluruh informan yang mengenal orang-orang yang pernah melakukan tindakan *body modification* rata-rata merasa sangat tertarik untuk melakukan transformasi karena mereka telah melihat langsung hasil polesan tangan sang dokter kepada temannya. Para informan sangat mengetahui betul wajah para pasien tersebut sebelum dan sesudah (*before-after*) tindakan. Perubahan *before-after* yang terjadi pada para pasien tersebut merupakan informasi *non-verbal* yang paling kuat dalam mempengaruhi para individu dibandingkan dengan informasi-informasi lainnya. Bahkan salah satu individu tidak perlu berpikir panjang dalam mengambil keputusan karena ia melihat perubahan dokter yang menangani tindakan tersebut yang tampil begitu cantik. Kecantikan dokter tersebut merupakan bukti nyata baginya yang tidak bisa diragukan lagi.

14) Salah satu informan yang masuk ke dalam kelompok informan yang baru mengenal tindakan *body modification* tidak memiliki sumber informasi atau referensi yang bervariasi seperti informan lainnya. Individu ini begitu banyak mengenal orang-orang yang pernah merubah anggota tubuhnya sehingga ia merasa bahwa testimoni dari sekian banyak orang sudah cukup baginya untuk memutuskan dokter dan klinik yang cocok baginya. Walaupun informasi yang dikumpulkan berasal dari testimoni orang-orang yang dikenal saja, namun ia cukup teliti dan hati-hati dalam mengumpulkan dan menyimpulkan seluruh testimoni tersebut sebelum akhirnya mengambil

tindakan. Informasi yang berasal dari Google, iklan, testimoni dari *netizen* maupun Selebriti tidak penting baginya karena informasi-informasi tersebut tidaklah nyata dan bisa saja dimanipulasi. Ia bahkan tidak pernah berkonsultasi atau membanding-bandingkan dokter satu dengan dokter lainnya karena baginya testimoni dari teman-temannya mengenai dokter yang dianjurkan tidak mungkin salah.

15) fenomena yang dapat dilihat yaitu bahwa para informan dibagi menjadi dua golongan berdasarkan cara mereka mengolah informasi yaitu bahwa jenis informan yang memproses informasi dengan cara kritis dan kurang kritis. Dalam penelitian ini terdapat 3 orang informan yang melakukan pemrosesan pesan dengan cara kritis, dan mereka adalah orang-orang yang sudah lama mengenal dunia *body modification*. Sedangkan adapula 3 informan yang kurang kritis dalam memproses informasi, yaitu mereka yang baru-baru ini terjun ke dalam dunia *body modification*. Sedangkan esensi yang bisa diambil yaitu kritis atau tidaknya para individu, mereka tetap memberi kepercayaan tertinggi terhadap informasi yang berasal dari *word of mouth* dari orang-orang yang dikenal serta juga informasi yang berasal dari dokter yang mampu membuat mereka nyaman.

16) Setelah para informan telah mengumpulkan begitu banyak informasi maka muara dari seluruh informasi tersebut tentunya adalah dokter ahli yang menangani tindakan *body modification*. Bagaimanapun, segala informasi yang berhasil dikumpulkan dari berbagai sumber telah dikonfirmasi dengan ahlinya terlebih dahulu sebelum para informan mengambil keputusan.

Rentetan pencarian informasi telah dilakukan oleh para informan hingga mencapai keputusan. Dibutuhkan banyak informasi untuk merubah sikap yang terdiri dari sejumlah kepercayaan yang sudah ada.

17) Adanya informasi berkonten *body modification*, juga mendorong individu untuk mencermati berbagai macam kontennya. Realitas ini mendorong adanya kesadaran (*awareness*) diantara mereka mengenai informasi yang diterima dan diprosesnya sebagai berita faktual atau hanya strategi iklan semata. Oleh karena itu, diperlukan beberapa pengamatan yang cermat dan teliti seperti membaca atau mendengarkan keterangan-keterangan yang terdapat pada iklan dengan teliti secara berulang-ulang. Berpikir dari sudut pandang yang berbeda dengan cara mencari referensi yang mendukung kebenaran informasi yang disampaikan oleh iklan. Mencari referensi tersebut yaitu dengan melakukan komparasi dengan berita dari sumber lain yang dapat diperoleh melalui mesin pencarian Google atau televisi. bertanya kepada sumber langsung yaitu para pasien yang dikenal dan tentunya dari para dokter yang terpercaya.

18) Secara keseluruhan para informan dapat mempercayai segala sumber informasi yang mampu memberikan pengetahuan lebih mendalam terhadap mereka. Yang membedakan masing-masing informasi adalah tingkat kepercayaan para informan terhadap masing-masing informasi. Ada 3 informan yang mempercayai iklan, ada 2 informan yang meragukan iklan, ada pula 1 informan yang sama sekali tidak mempercayai iklan. Ada 5 informan yang merasa mendapat pencerahan dari Google, namun ada 1

informan yang merasa bahwa informasi dari Google tidaklah penting. Ada 3 informan yang mempercayai testimoni dari para netizen, ada 2 informan yang menanggapi testimoni *netizen* biasa saja, ada pula 1 informan yang tidak tertarik dengan testimoni yang berasal dari orang yang tidak dikenal dalam kehidupan nyata seperti itu. Namun esensi yang bisa diambil yaitu bahwa para informan memberi kepercayaan sepenuhnya tentu saja kepada testimoni langsung dari rekan, kerabat, atau orang-orang yang mereka kenal, serta penjelasan atau edukasi dari dokter.

19) Terdapat 2 informan mengalami kendala dalam mencari testimoni dari orang di sekitarnya dikarenakan mereka tidak memiliki teman yang tertarik untuk melakukan tindakan *body modification*. Jadi, segala pengumpulan informasi ia lakukan sendiri dengan bersandar kepada informasi yang berasal dari dokter. Jadi kesimpulannya, jika tidak ada informasi yang bisa didapatkan dari teman atau *primary group* maka cara pendekatan serta informasi dari dokter sangat mempengaruhi pasien dalam mengambil keputusan.

20) Ciri-ciri informasi dari dokter yang bisa diterima oleh para informan adalah informasi yang bersifat edukasi, memberi motivasi, namun tidak menakutkan. Para informan merasa nyaman ketika para dokter memberikan edukasi terlebih dahulu sebelum tindakan karena hal tersebut menunjukkan profesionalisme dan kecerdasan para dokter. Edukasi ini tidak hanya sebatas pertemuan di awal saja, pendekatan dokter terhadap pasien dengan memberi sentuhan perhatian dan informasi berkelanjutan baik sebelum atau setelah tindakan juga menjadi nilai plus bagi mereka. Salah satu informan mengaku

bahwa ia tidak tertarik dengan dokter yang menurunkan semangatnya untuk maju ke tahap tindakan karena ia membutuhkan seorang dokter yang memberinya motivasi. Ia lebih tertarik kepada dokter yang memberikan informasi-informasi mengenai keunggulan atau kecantikan yang dihasilkan oleh teknologi *body modification* ini, ia tidak merasa simpatik terhadap dokter lain yang ia temui sebelumnya dimana dokter tersebut lebih menonjolkan informasi mengenai akibat buruk dari tindakan *body modification* jika mengalami kegagalan dibandingkan keunggulan-keunggulannya.

- 21) Para informan berhasil menghimpun dan mengingat beberapa informasi dari berbagai sumber seperti bahwa tidak semua klinik hebat dalam menangani *Filler* maupun *Botox*. Masing-masing klinik memiliki keunggulan masing-masing. Tampilan hasil *before-after* dari orang terdekat merupakan hasil nyata bahwa klinik yang dipilih oleh orang-orang yang mereka kenal tersebut benar-benar mampu dan kompeten dalam merubah pasien menjadi cantik. Adapun informasi lengkap dari dokter yang berhasil dikumpulkan oleh para informan yaitu seperti misalnya perbedaan dari kegunaan *Filler*, *Botox*, dan Tanam Benang. Para informan berhasil mengingat keterangan dari dokter yang mengatakan bahwa *Filler* adalah operasi ringan yang dilakukan dengan cara menyuntikkan cairan ke dalam tubuh yang dalam kurun waktu tertentu yaitu 1 hingga 2 tahun di dalam tubuh lalu akan memuai dengan sendirinya. *Filler* tidaklah seperti operasi plastik yang bertahan secara permanen. Bertahannya *Filler* di dalam tubuh pada dahulu kala bergantung pada pola

hidup individu. Jika pengguna *Filler* sering meminum alkohol atau berjemur di terik matahari maka *Filler* tersebut lebih cepat memuai. Namun *Filler* dengan teknologi terbaru kini sudah semakin canggih sehingga bahan atau kandungan *Filler* bisa bertahan lebih lama. *Filler*, *Botox*, maupun Tanam Benang tergolong operasi ringan dengan efek samping yang sangat minim. Adapun aturan yang diberikan oleh para dokter pasca tindakan *Filler* yaitu bahwa setelah *Filler* para pasien dianjurkan untuk tidur terlentang agar hidung yang baru dibentuk tidak menjadi bengkok. Selain itu, hidung yang sudah di-*Filler* juga tidak boleh disentuh karena bisa merusak bentuk *Filler* yang sedang dalam proses pengerasan. Pantangan tersebut berlangsung selama 2 x 24 jam. Informan lain menyebutkan juga bahwa kendala lain setelah *Filler* yaitu bahwa para pasien tidak boleh tersenyum lebar dan makan makanan keras hingga dalam kurun waktu 3 hari. Ia bahkan mendapatkan informasi bahwa larangan tersebut harus dipatuhi selama minimal 2 minggu agar bisa kembali normal. Salah satu dokter menjelaskan bahwa takaran cairan *Filler* yang disuntikkan ke dalam tubuh juga harus disesuaikan dengan ukuran dan bentuk bibir maupun dagu yang diinginkan oleh pasien, dan semua itu harus diobservasi terlebih dahulu.

22) Berdasarkan pengetahuan yang cukup banyak yang mereka himpun dari iklan, testimoni *netizen*, Google, testimoni teman, dan keterangan dokter maka mereka merasa yakin akan keberhasilan tindakan *body modification* tersebut. Adapun berita kegagalan yang banyak ditemui melalui siaran televisi maupun berita *online* tidak menyurutkan niat para informan karena

mereka yakin bahawa jika para pasien mengikuti arahan atau informasi dari dokter terutama mengenai pantangan-pantangan pasca tindakan maka segala resiko kegagalan bisa dihindari.

5.2 Implikasi Hasil Penelitian

Pencarian informasi (*information seeking*), yang secara konseptual diperkenalkan oleh ahli informasi dan kepustakaan, merupakan bagian dari gagasan *information seeking behavior*. Konsep ini ditujukan bagi individu yang memiliki atribut atau predikat khusus yaitu Dosen, Pustakawan, dan masyarakat akademik lainnya. Namun pada perkembangannya, pencarian informasi juga menjadi fokus kajian dari bidang lain seperti komunikasi pemasaran untuk studi *consumer behavior*. Berdasarkan hasil penelitian ini, perilaku individu dalam melakukan pencarian informasi terpercaya dan meyakinkan, berkaitan dengan sejumlah faktor yang mendorongnya. Faktor-faktor tersebut antara lain tingkat kebutuhan akan informasi, rasa ingin tampil cantik, menghilangkan rasa takut terhadap operasi plastik, tingkat kepercayaan terhadap sumber informasi, tingkat ketelitian, serta ketersediaan testimoni yang terbatas dari para teman atau kerabat yang pernah menjadi pasien *body modification*.

Gagasan pemikiran teoritik *Information Seeking Theory* dan Teori Integrasi Informasi yang diusulkan oleh para ahli, cenderung masih hanya terbatas membahas aspek-aspek umum yang dialami individu dalam aktivitas pencarian informasi teraktual seperti karakter pencarian informasi, sehingga terkesan kurang fleksibel serta realistis dalam penggunaannya untuk penelitian

komunikator pada ilmu komunikasi khususnya dalam bidang pemasaran. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa faktor-faktor individual seperti pemanfaatan jejaring sosial, jenis media sosial yang diakses, jenis Selebriti yang diikuti, jumlah kegiatan, durasi (lama waktu) mengakses informasi dari media, ketersediaan perangkat teknologi di sekitar individu, serta ketersediaan referensi dari orang lain atau yang disebut dengan testimoni, baik dari pasien, teman, maupun dokter berkaitan dan menunjang aktivitas pencarian informasi (*information seeking*) yang paling meyakinkan yang dilakukan oleh individu. Keberadaan faktor-faktor tersebut dapat dipertimbangkan untuk pengembangan gagasan pemikiran *Information Seeking Theory* dan Teori Integrasi Informasi. Perlu ditekankan kembali bahwa tidak ditemukan adanya keterkaitan antara faktor jenjang pendidikan dengan cara pemilihan sumber informasi maupun jenis media sosial yang diakses, sehingga faktor pendidikan tidak menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam konsep pencarian informasi dalam penelitian ini.

Pada dasarnya, para individu perempuan sering melakukan pencarian informasi seputar kecantikan sehingga konsep pemrosesan informasi yang secara dominan berada di dalam wilayah kajian ilmu komunikasi pemasaran (*consumer behavior*), periklanan, psikologi komunikasi, atau komunikasi massa (khalayak aktif dan efek media), cukup berkaitan dengan perilaku individu mengakses maupun mencari informasi terpercaya walaupun pencarian informasi tersebut bukanlah aktivitas atau kebutuhan utamanya sehari-hari. Informasi tindakan *body modification* tidak bersifat kebutuhan informasi sehari-

hari namun mampu mendorong munculnya perhatian yang tidak disengaja (*involuntary attention*), sehingga mendorong perubahan sikap atau suasana emosional individu, yang memunculkan rasa penasaran dan memotivasi individu untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut dan mendalam. Pada proses ini, individu melakukan komparasi informasi dari sumber atau saluran informasi yang berbeda serta mengikuti perkembangan dari kelanjutan informasinya, hingga menggiring para informan ke tahap kepercayaan dan pengambilan keputusan, berikut bagan ilustrasinya:

Konsep <i>Information Seeking Theory</i> dan Teori Integrasi Informasi	Penambahan Konsep
Dorongan kebutuhan informasi <i>body modification</i>	Kebutuhan muncul karena keinginan yang sudah ada yang didukung oleh ketersediaan informasi <i>word of mouth</i> . Sifat keakraban di Indonesia yang masih kental maka bertanya kepada kerabat untuk mendapatkan informasi <i>word of mouth</i> masih sangat memungkinkan.
Ketika semua kebutuhan sudah terpenuhi, maka seseorang menginginkan hal yang lebih untuk mencapai kebutuhan (informasi) lainnya	Kebutuhan informasi yang lebih akan dilanjutkan ketika adanya faktor pendukung lainnya yang memungkinkan (contohnya dalam kasus ini ketersediaan dokter ahli).

Tabel 5.1 Saran penambahan konsep *Information Seeking Theory* dan Teori Integrasi Informasi

Pada sudut pandang teoritis atau akademis, bangunan teoritik yang mengkaji pengalaman individu dalam memproses informasi berkonten *body modification* melalui gagasan *Elaboration Likelihood Theory* (ELT), masih terbatas pada gagasan para ahli mengenai pembahasan faktor motivasi dan kemampuan individu yang mempengaruhi cara individu memproses serta

mengevaluasi pesan atau informasi. Realitas pada kasus ini memperlihatkan bahwa dalam aktivitas pemrosesan informasi berkonten *body modification*, terdapat faktor-faktor lain yaitu perhatian (*attention*), motivasi (*motivation*), kesadaran (*awareness*), serta ketersediaan informasi pendukung sehingga individu dapat memperoleh struktur kognitif yaitu berupa ketertarikan, pendalaman informasi, kepercayaan, hingga dorongan dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, cakupan teoritis (*theoretical scope*) dari *Elaboration Likelihood Theory* (ELT) perlu diperluas atau dikembangkan dengan mempertimbangkan adanya faktor-faktor psikologis di dalam internal individu maupun faktor eksternal, sehingga terdapat variasi di dalam asumsi teoritiknya, berikut bagan ilustrasinya:

Konsep Teori Kemungkinan Elaborasi	Penambahan Konsep
Cara orang ketika mengevaluasi informasi yang diterima yaitu dengan cara kritis maupun kurang kritis	<ul style="list-style-type: none"> ● Kritis tidaknya seseorang tergantung dari tingkat perhatian (<i>attention</i>), motivasi (<i>motivation</i>), kesadaran (<i>awareness</i>),
	<ul style="list-style-type: none"> ● Ketersediaan informasi pendukung. Dalam penelitian ini, individu dengan rasa ketertarikan yang tinggi namun kekurangan referensi menjadi lebih kritis, sebaliknya individu yang dibanjiri informasi cenderung mudah membuat keputusan

Tabel 5.2 Saran penambahan konsep Teori Kemungkinan Elaborasi

Sedangkan pada sudut pandang Teori Presentasi Diri atau *Self Presentation Theory*, masih terbatas pada peran yang ditampilkan adalah

merupakan hasil dari membaca situasi lingkungan yang dihadapi oleh individu saat itu. Dimana para individu membaca situasi lalu setelah itu mereka menentukan tampilan diri yang akan disodorkan ke muka umum agar mendapatkan penilaian yang baik. Penilaian itu tentunya bersifat dan mengharap timbal balik antara individu yang satu dengan individu lainnya. Dimana individu satu menyodorkan tampilan diri atau peran yang telah ia pilih agar mampu menciptakan sebuah kesan yang hebat akan dirinya dengan membaca situasi yang berada di sekitar mereka terlebih dahulu. Sedangkan pada kasus ini memperlihatkan bahwa tampilan yang dipilih oleh individu bukan hanya merupakan hasil dari membaca situasi lingkungan saja, namun juga merupakan hasil dari membaca situasi yang ditampilkan oleh media. Lingkungan sekitar memang akan tetap memberi pengaruh terhadap para individu dalam menentukan sikap atau wajah yang akan ditampilkan di muka masyarakat. Dalam kasus ini dapat dilihat ketika para individu merasa dituntut untuk menampilkan suatu peran ketika mereka mendapati bahwa orang-orang sekitar mereka atau teman sepergaulan mereka telah memenuhi standar kecantikan masa kini. Dengan begitu maka sinyal yang mereka tangkap adalah mereka juga harus bisa mengikuti standar kecantikan masa kini agar kecantikan mereka sesuai dengan jamannya. Sedangkan pengaruh media dalam memicu para individu dalam memilih peran dapat dilihat ketika para individu menentukan karakter diri mereka yang ditampilkan setelah mereka mengikuti perkembangan kecantikan para Selebriti maupun *Influencer* atau orang-orang berpengaruh melalui media. Ketika media menampilkan standar kecantikan

masa kini melalui para *Influencer* maka hal tersebut memicu para individu untuk membaca situasi terkini sehingga mereka mendapatkan kesimpulan bahwa ada standar kecantikan masa kini yang harus mereka penuhi agar mereka bisa tampil seperti standar tersebut. Pengaruh media dalam membentuk karakter seseorang ini bisa dijadikan sebagai rujukan dalam penggunaan teori Presentasi Diri dalam penelitian komunikator pada ilmu komunikasi khususnya dalam bidang pemasaran, berikut bagan ilustrasinya:

Konsep Teori Presentasi Diri	Penambahan Konsep
Individu membaca situasi lingkungan agar bisa memilih karakter diri yang akan ditampilkan	Teori ini sesuai dengan situasi di Indonesia dimana masyarakat indonesia masih mempertimbangkan pendapat orang lain ketika ingin menampilkan dirinya di publik. Selain lingkungan, ada pengaruh tampilan atau tayangan media yang kuat yang juga mempengaruhi keputusan individu dalam memilih karakter diri yang akan ditampilkan.

Tabel 5.3 Saran penambahan konsep Teori Presentasi Diri

Hasil penelitian ini memberikan penjelasan tentang pengalaman individu yang memproses informasi berkonten *body modification*, sehingga memperoleh pemahaman mengenai informasi *body modification* dan fenomena kecantikan masa kini yang cenderung telah menjadi tren tak terhindarkan pada situasi saat ini. Setiap pengalaman individu dalam penelitian ini menggambarkan berbagai upaya yang variatif dari para individu ketika memproses terpaan informasi berkonten *body modification* yang bukan merupakan informational *goal* individu sehari-hari. Gambaran pengalaman individu dalam melakukan berbagai cara dalam memproses informasi *body*

modification ini dapat digunakan sebagai referensi atau rujukan bagi individu yang mengalami situasi yang hampir sama.

Gambaran pengalaman individu dalam memproses informasi berkonten *body modification* memberikan penjelasan bahwa informasi *body modification* relatif mudah ditemukan dalam aktivitas sehari-hari mengakses informasi terpercaya, dalam interaksi, serta menggunakan media atau saluran informasi, terutama melalui *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsapp* yang terhubung dengan jaringan aktif internet. Oleh karena itu, sebagai komunikator dan pengguna media informasi yang aktif, pengalaman para individu dapat bermanfaat sebagai materi penambah pengetahuan dan rujukan ketika berinteraksi dengan informasi berkonten *body modification*, sehingga cenderung lebih teliti dan tepat dalam memilih produk, klinik maupun dokter kecantikan.

5.3. Rekomendasi

- a) Studi aktivitas pemrosesan informasi tindakan *body modification* dari media sosial ini, menggunakan paradigma atau *genre* interpretif, serta tradisi Sibernetika dan tradisi Sosiopsikologis. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan Fenomenologi yang berfokus pada pengalaman sadar individu dalam memproses serta mengevaluasi informasi berkonten *body modification* di dalam sistem kognitifnya. Studi berikutnya dapat menggunakan tipe penelitian dan paradigma yang berbeda yaitu penelitian kuantitatif dengan paradigma positivist yang melakukan perhitungan serta pengukuran variabel untuk memperoleh data kuantitatif yang berkaitan

dengan terpaan informasi berkonten *body modification* terhadap individu pengguna *Instagram*, karena *Instagram* merupakan jejaring sosial yang paling banyak mengandung unsur penampilan diri dan Selebriti, sehingga memiliki peluang yang lebih tinggi dalam jumlah atau intensitas terpaan informasi berkonten *body modification* yang dapat diakses pengguna.

- b) Informan dalam penelitian ini adalah para individu yang sedang atau telah melaksanakan tindakan *body modification*. Studi berikutnya dapat menggunakan pendekatan studi Etnografi untuk melihat dan mendapatkan data mengenai perjalanan atau pengalaman subjektif individu yang akan melakukan tindakan *body modification* yang dimulai dari awal munculnya keinginan untuk melakukan tindakan *body modification* hingga pasca tindakan *body modification*.
- c) Penelitian ini menghasilkan struktur pengetahuan (kognitif) individu mengenai fenomena *body modification* yang berasal dari interpretasi dan pemahaman subyektif mereka. Mengingat standar kecantikan yang diciptakan berubah-ubah sesuai masanya maka studi selanjutnya dapat menggunakan pendekatan atau metode lain seperti analisis resepsi untuk mengetahui dan memahami wacana yang ada di *Facebook* atau *Instagram* sebagai saluran atau sumber informasi berkonten *body modification* dan tren kecantikan serta penerimaan yang muncul dari (interpretasi) individu sebagai khalayak atau pengguna media, yang terterpa informasi *body modification* dalam konteks kasus yang lebih spesifik, sehingga dapat diketahui kategori pemaknaan yang dapat dikelompokkan yaitu *The*

Dominant-Hegemonic Position, The Negotiated-Code or Position, dan The Oppositional Code, yang dapat memberikan variasi pemaknaan individu mengenai fenomena *body modification* dan tren kecantikan yang diciptakan yang selalu berubah-ubah setiap masa.