

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Inovasi teknologi menyandang sebagai peranan penting, yang mana kini diasumsikan hampir semua orang memiliki *smartphone*. *Smartphone* tidak hanya membantu dalam komunikasi jarak jauh, tetapi juga menyediakan aplikasi yang memungkinkan diakses setiap waktu dan di seluruh tempat melalui jaringan data seluler atau *WiFi*. Pada masa sekarang, media sosial telah berkembang menjadi satu dari yang lainnya *platform* aplikasi yang mana rutin dilihat dan dipakai oleh banyak orang. Media sosial didefinisikan sebagai seperangkat sistem dunia maya yang mengadopsi prinsip dan teknologi dari ‘Web 2.0’, yang memfasilitasi setiap pengguna untuk menghasilkan dan mendistribusikan konten yang telah mereka buat sebelumnya (Kaplan dan Haenlein, 2014). Generasi milenial saat ini sering kali menggantungkan media sosial layaknya jembatan untuk mencari informasi ataupun sekedar mencari hiburan.

Menurut survei *We Are Social* tahun 2023, Indonesia menjadi negara terbesar nomor 2 dengan jumlah pemakai media sosial terbesar di dunia, yang memiliki pengguna aktif media sosial sebesar 167 juta (60,4% dari total banyaknya populasi). Secara nilai rata, masyarakat Indonesia mengalokasikan durasi hampir 3 jam 18 menit sehari-hari dalam penggunaan media sosial. Dengan *platform* yang paling luas digunakan meliputi Instagram (86,5%), Facebook (83,8%), dan Tiktok (70,8%) masing-masing. Menurut temuan Survei Statistik Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2023 (APJII), dapat dilihat 215,63 juta warga di Indonesia adalah pengguna Internet pada tahun 2023. Kuantitas ini melonjak 2,67% dari periode lalu dengan total 210,03 juta *user* atau 78,19% dari populasi total Indonesia yang melampaui 275,77 juta individu.

Sebuah *platform* media sosial terpopuler yang menyita perhatian sejumlah besar orang saat ini yakni *Instagram*, dimana pada tahun 2023 mayoritas pengguna *Instagram* adalah remaja berusia 18 hingga 24 tahun (GoodStats, 2023). Berdasarkan Laporan Napoleon Cat pada Mei 2021, 52,6% pengakses *Instagram*

di Indonesia yakni perempuan, sementara 47,4% sisanya yaitu kaum pria. Kaplan dan Haelein (2014) *instagram* merupakan sekelompok aplikasi yang menggunakan basis teknologi internet yang memungkinkan pertukaran dan pembuatan konten, memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, video, dan cerita pendek dengan pengikut mereka, juga menawarkan berbagai fitur seperti *instagram Stories*, *Reels*, dan IGTV yang memberikan pengguna berbagai cara untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi dengan orang lain. Selain itu, *instagram* juga banyak digunakan oleh bisnis dan *influencer* untuk berinteraksi dengan *audiens* mereka. Maharani (2022) *instagram* menawarkan banyak keuntungan, seperti mengunggah foto dan video, membuat konten, melakukan *live product* dan sebagai sarana *online shopping*, juga adanya fitur “*filter*” pada *instagram* membuat penggunaanya cenderung menggunakan fitur tersebut dalam aktivitas mengunggah fotonya, salah satu permasalahan yang ditimbulkan dari fitur tersebut adalah kemungkinan untuk memanipulasi foto yang sebenarnya dengan menggunakan teknik *retouching* yang sering kali berpotensi penggunaanya untuk mendapatkan “*perfect picture*”.

Garcia (2022) *instagram* menawarkan dan menampilkan tubuh atau penampilan wanita cantik dan menarik, dengan sosok yang ideal, yang saat ini menjadi standarisasi di masyarakat Indonesia yang telah bervariasi dan berubah seiring berjalannya waktu, dan saat ini sebagian besar wanita berusaha mengubah dirinya agar sesuai dengan citra ideal yang terbentuk saat ini. Zalda (2020) sebagian besar individu memperoleh inspirasi mengenai tubuh yang ideal dari *selebgram* atau *influencer*, saat ini banyak *figure* terkenal di *instagram* yang menunjukkan postur tubuh yang sempurna, sehingga muncul istilah “*body goals*” yang menimbulkan keinginan dalam diri seseorang untuk memiliki bentuk tubuh sebagai tujuannya, kondisi ini menyebabkan individu merasa tidak cukup dengan apa yang dimilikinya. Amanda (2020) aplikasi *Instagram* menggabungkan budaya lokal dengan budaya asing, dengan adanya budaya asing tersebut, masyarakat Indonesia mempunyai standar tersendiri, salah satu contohnya adalah obsesi terhadap kulit putih, tinggi badan, langsing, dan lain-lain, dimana budaya Indonesia sendiri mempunyai warna kulit coklat, postur tubuh yang tidak terlalu

tinggi. Hal inilah yang mendorong masyarakat Indonesia untuk semakin ingin mengikuti budaya asing yang mereka yakini ideal dan kemudian menjadi standar kecantikan mereka.

Pada *Instagram* dapat menemukan berbagai foto dan video orang-orang yang berpenampilan menarik, momen yang sering ditemukan di *Instagram* adalah postingan selfie, ketika seseorang membagikan foto dirinya di *Instagram*, baik itu foto seluruh badan, atau sekadar *selfie*, mereka sudah pasti telah memilih foto terbaik dari mereka untuk diperlihatkan kepada orang lain, hal tersebut yang cenderung membuat individu menginginkan tampilan menarik seperti yang mereka lihat di aplikasi tersebut (Agianto, 2020). Sebuah dampak mengenai kondisi ini merupakan bentuk emosi iri hati berkenaan dengan penampilan, bentuk fisik, dan pigmentasi kulit pada orang lain, perempuan menganggap apabila ada seseorang yang memiliki daya tarik lebih besar daripada dirinya sendiri, dia akan menganggap tubuhnya tidak semenarik perempuan lain yang dia lihat, hal ini jelas dapat dipengaruhi oleh konten di *Instagram* (Ariani, 2020)

Peneliti menemukan beberapa fenomena pada lingkungan sekitarnya yang berkaitan dengan *body dissatisfaction*. Berawal dari keresahan orang-orang yang berada di sekitar peneliti, tentang ketidakpuasan perempuan terhadap bentuk tubuhnya. Seperti yang dikemukakan oleh Rosen dan Reiter, mereka yang tidak merasa puas terhadap fisiknya, ciri-cirinya ialah merasa minder, membuat perbandingan antara tubuhnya dan tubuh orang lain yang dia yakini memiliki kualitas yang lebih ideal, menjadi sensitif terhadap informasi tentang tubuhnya, sangat senang jika memperoleh pujian. Berdasarkan teori diatas, peneliti menemukan beberapa teman peneliti merasa tidak puas dengan kondisi fisiknya, mereka menunjukkan ketidakpuasan terhadap bentuk tubuhnya antara lain adalah dengan merasa insecure dengan bentuk tubuhnya, merasa tidak cantik, merasa tidak menarik, dan apabila ada di situasi sosial cenderung merasa minder dan tidak percaya diri. Temuan dari wawancara awal dan observasi berikut ini, yang mana sudah dilaksanakan pada ketiga perempuan tersebut, yang menggunakan *platform Instagram*, yang menunjukkan bahwa diduga mengalami *body dissatisfaction* dalam menggunakan *Instagram*.

Mahasiswi pertama berinisial M mengungkapkan bahwa ia sangat menginginkan untuk memiliki kulit yang putih, terkadang saat ia sedang mengakses *instagram* ia seringkali melihat produk-produk kecantikan yang dipromosikan oleh *selebgram* atau artis yang memiliki kulit putih. Ia merasa antusias dengan adanya promosi tersebut apabila lewat pada beranda *instagram*nya. Karena dengan informasi produk pencerah kulit yang di dapat dari tersebut yang kemudian ia beli dan pakai, ia merasa dapat menghilangkan sedikitnya rasa malu terhadap bentuk tubuhnya. Berdasarkan informasi yang M berikan, hingga saat ini ia masih menggunakan beberapa produk pencerah kulit. Seperti yang kita ketahui pada pembahasan sebelumnya, kondisi diatas sejalan dengan aspek-aspek Rosen dan Reiter terkait *body dissatisfaction* bahwa mahasiswi pertama memiliki perasaan malu terhadap tubuhnya, serta mencoba untuk menyamarkan kondisi pigmentasi kulitnya yang asli.

Wawancara kedua dilakukan pada mahasiswi berinisial RR, ia mengungkapkan bahwa ketika ia memasuki periode menstruasi akan muncul beberapa jerawat. Menurutnya dengan jerawat tersebut dapat mengganggu kenyamanan dirinya, ia merasa tidak nyaman untuk bertemu orang lain. Oleh karena itu ia selalu menggunakan filter pada *Instagram* untuk menutupi atau menyamarkan jerawat tersebut. RR juga mengungkapkan bahwa ia merasa jauh lebih cantik dan percaya diri untuk selfie apabila ia menggunakan fitur filter tersebut. Ia kerap kali menutupi jerawatnya menggunakan *acne patch* untuk menutupi atau menyamarkan jerawatnya dalam kesehariannya. Mahasiswi kedua disimpulkan menggunakan filter kecantikan dikarenakan ia senang bahwa filter dapat menyembunyikan jerawat atau noda dengan mudah, juga dapat memberikan tampilan yang ia inginkan. Kemudian ia merasa lebih cantik ketika menggunakan filter kecantikan yang *instagram* berikan. Seperti yang kita ketahui pada pembahasan sebelumnya, kondisi diatas sejalan dengan aspek-aspek Rosen dan Reiter terkait *body dissatisfaction* bahwa mahasiswi kedua kerap menyamarkan wajahnya menggunakan *filter* dan menghindari lingkungan sosial.

Selanjutnya untuk wawancara pada mahasiswi ketiga berinisial C, didapatkan bahwa C tidak percaya diri dengan bentuk tubuhnya. C

mengungkapkan bahwa ketika ia mengambil foto untuk di *post* pada *story* dan *feeds Instagramnya*, ia akan memastikan terlebih dahulu apakah foto tersebut diambil dari *angle* yang pas atau tidak. Ia beranggapan apabila *angle* foto tersebut tidak pas, dia akan merasa terlihat gemuk. C juga menambahkan bahwa foto-foto yang ia *post* akan di edit menggunakan filter terlebih dahulu, apabila tidak ia merasa dirinya yang ada di dalam foto tersebut gendut, kusam, dan berjerawat, sehingga menjadikan foto tersebut tidak terlihat bagus. Seperti yang kita ketahui pada pembahasan sebelumnya, kondisi diatas sejalan dengan aspek-aspek Rosen dan Reiter terkait *body dissatisfaction* bahwa mahasiswi ketiga kerap melakukan penilaian negatif dan focus pada orientasi penampilan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga narasumber tersebut diatas, peneliti menyimpulkan bahwa ketiga narasumber tersebut mengalami ketidakpuasan terhadap tubuh yang menghasilkan mereka tidak merasa puas pada dirinya, rasa kekurangan, serta menganggap kurang layak untuk berada di tengah Masyarakat sosial. Ketiga narasumber pun kurang menghargai tubuhnya. Melihat fenomena di atas, tidak menutup kemungkinan timbul masalah bagi perempuan yang mengalami ciri-ciri itu. Sehubungan dengan konsep yang disampaikan dari Rosen & Reiter (1995), pada aspek *body dissatisfaction*, hal ini tercermin dari berbagai perilaku ketidakpuasan terhadap diri sendiri, yakni penilaian negatif terhadap beberapa komponen tubuh yang dimiliki, menjauh lingkup sosial, kurang yakin terhadap penampilan, dan menutupi dengan berbagai cara pada beberapa bagian tubuh yang dirasa kurang. Situasi seperti itu seringkali mengakibatkan seseorang tidak dapat menerima kondisinya dalam bentuk aslinya, yang memunculkan perasaan kurang puas hati terhadap fisiknya atau *body dissatisfaction*.

Riset sebelumnya yang dijalankan oleh Sastri et al., yang didapat dari beberapa responden perempuan di Bandung, bahwa mayoritas responden memiliki *body dissatisfaction* tinggi (88,20%) dari 34 sampel. Grogan (2017) menyatakan perasaan puas atau tidaknya seseorang terhadap suatu bagian tubuhnya dimaknai sebagai fungsi atau objek keindahan, di masa kini tubuh sekadar terlihat dari segi penampilan luar dan mengabaikan perannya selaku

fungsi utama. Orang-orang tersebut dipandang menarik jika mempunyai paras wajah dengan indah, massa tubuh ideal, serta struktur tubuh sempurna. Ketika seseorang mempunyai karakteristik fisik paling sesuai, namun percaya pada konsepnya bahwa tubuhnya tidak memenuhi kriteria tersebut, hal ini yang dapat menyebabkan timbulnya *body dissatisfaction*.

Ketidakpuasan terhadap tubuh dapat disebabkan oleh pengguna media sosial, yang, antara lain karena standar kecantikan yang ada dalam kehidupan luar serta tendensi untuk membandingkan tampilan diri sendiri dengan tampilan orang lain (Thompson; Van den Berg, dalam Fardouly J, 2018). Banyaknya foto atau video yang memperlihatkan wanita dengan tubuh ideal dapat mendorong hasrat kaum hawa untuk secara terus-menerus mengupayakan struktur fisik yang ideal. Tak setiap perempuan memiliki keadaan lahir sesuai yang diinginkan. Sebagian besar Perempuan merasakan ketidakpuasan terhadap aspek visual atau kondisi fisiknya karena ketidaksesuaian antara kecantikan di kalangan masyarakat dan tampilan fisik perempuan (Alifa dan Rizal, 2020). Penelitian Fardouly dkk. (2015) menemukan bahwa pemakaian media dapat menimbulkan ketidakpuasan atau *body dissatisfaction* dengan norma kecantikan serta kecenderungan untuk mengkomparasikan bagaimana tampilan orang yang berbeda, ditambah pula beberapa ada yang kerap mendapat kritik negatif di akun *instagram*nya tentang berat badan, tinggi badan, atau warna kulit yang menyebabkan mereka mengalami ketidakpuasan.

Menurut Sunartio, dkk (dalam Putra, 2019) salah satu dari sekian yang dapat mempengaruhi *body dissatisfaction* ialah *social comparison* atau perbandingan sosial. Menurut Varga dalam Shahyad (2015), perbandingan sosial adalah proses di mana seseorang mempertimbangkan dirinya sendiri dan membandingkannya dengan orang lain untuk menilai pendapatnya, termasuk kemampuan dan status sosialnya. Sedangkan menurut Festinger (dalam Nayenggita, 2021), seseorang dapat melakukan perbandingan sosial antara strata yang lebih tinggi ataupun lebih rendah, yang pertama berlangsung saat seseorang menganalisis perbedaan dia dengan orang tersebut yang memiliki kualitas yang lebih baik, yang kedua

berlangsung saat seseorang menganalisis perbedaan dia dengan orang tersebut yang memiliki kualitas yang lebih rendah.

Social comparison juga dapat dipengaruhi langsung oleh sebuah foto, sehingga dapat pula menimbulkan perasaan rendah diri maupun cemburu, menurut Rizki (2017). Dari uraian tersebut, mampu menggambarkan bagaimana mekanisme perbandingan sosial yang mana dilakukan oleh pemakai *Instagram*. Perempuan sangat mementingkan fisiknya, mereka sering membandingkan struktur tubuhnya terutama struktur tubuhnya dengan struktur tubuh seseorang yang lebih mempesona dan sempurna, menurut suatu penelitian dimana dengan responden wanita lebih banyak melakukan perbandingan sosial, menunjukkan adanya kecenderungan terhadap dorongan perilaku penurunan berat badan, terlebih banyak ketidakpuasan terhadap diri sendiri, dan lebih banyak mengontrol makan, ditambah pembatasan diet yang lebih ketat (Puspitasari, 2017). Pada tahun 1954, Festinger menyatakan *social comparison* ialah kecenderungan seseorang untuk membuat perbandingan dirinya sendiri dibandingkan dan orang lain yang diyakini memenuhi standarnya, adanya kompetisi di tengah interaksi sosial menciptakan kebutuhan yang diperlukan akan melakukan perbandingan sosial. Secara tidak disadari, orang-orang yang ingin mendapatkan penampilan yang ideal seringkali mengevaluasi penampilannya melalui *social comparison*.

Berdasarkan hasil observasi pada 3 perempuan usia sekitar 21 tahun, ditemukan beberapa fenomena *social comparison*, berikut hasil observasi dan wawancara awal kepada ketiga perempuan tersebut yang menggunakan *platform Instagram*, yang menunjukan bahwa diduga mengalami *social comparison* dalam menggunakan *instagram*. Mahasiswa pertama berinisial M mengklaim bahwa ia kerap membandingkan dirinya dengan perempuan lain yang ia rasa lebih menarik. Mahasiswa kedua berinisial RR juga mengungkapkan bahwa membuat perbandingan dengan orang lain adalah suatu hal yang wajar dilakukan oleh perempuan. Mahasiswa ketiga berinisial C menambahkan bahwa ia kerap kali membandingkan dirinya dengan perempuan lain yang lebih baik di *instagram*. Ketiga kondisi diatas sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Festinger (1954) yaitu perbandingan keatas dimana seseorang membuat perbandingan

antara dirinya dan orang lain yang diyakini memiliki kualitas yang lebih pada dirinya sendiri. Juga sejalan dengan teori Schaefer dan Thompson (2014) yaitu *physical appearance* dimana ketiga mahasiswi tersebut melihat bagaimana penampilan orang lain, kemudian membuat perbandingan tampilan fisik dirinya dan tampilan fisik orang lain.

Riset sebelumnya yang dijalankan oleh Auliannisa pada 2020 didapat mayoritas responden wanita di Bandung berada pada kategori *social comparison* negatif sebanyak 55,4% dari 112 responden. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menguji apakah ada hubungan antara perbandingan sosial dan ketidakpuasan terhadap tubuh. Salah satu penelitian yang dilakukan oleh Farisa dan Hermien (2021) yang bertajuk “Hubungan antara Komparasi Sosial dan Ketidakpuasan Tubuh Pada Perempuan Pengguna Instagram di Surabaya” membuktikan bahwa adanya korelasi yang signifikan antara *body dissatisfaction* dan *social comparison*. Studi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji korelasi adalah $0,000 \leq 0,05$. *Output* analisis itu mendukung hipotesis penelitian, yaitu ada kaitan antara perbandingan sosial dan ketidakpuasan terhadap tubuh perempuan Surabaya yang menggunakan Instagram.

Mengacu pada fenomena yang dibahas dalam konteks permasalahan yang dijelaskan, peneliti menyimpulkan bahwasanya *social comparison* berkaitan dengan *body dissatisfaction* perempuan di *platform Instagram*. Peneliti melakukan kajian perihal “Hubungan Antara *Social Comparison* dengan *Body Dissatisfaction* pada Perempuan Pengguna *Instagram* di Bandung”

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang diteliti dalam studi ini adalah “Apakah ada hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan pengguna *Instagram* di Bandung.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah guna menyelidiki hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan pengguna *Instagram* di Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara konseptual, tujuan penelitian ini adalah guna memberikan informasi yang dapat menjadi landasan bagi pengembangan disiplin ilmu psikologi dalam hal *body dissatisfaction* dan *social comparison*.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Mengenai topiknya, semoga kajian ini mampu membantu pembaca, khususnya wanita, untuk belajar menghargai dan mencintai tubuh mereka termasuk semua aspek positif dan negatif tanpa membandingkannya pada individu lain.
- b. Fakultas serta pihak terkait, menambah sumber dalam penelitian.
- c. Bagi peneliti selanjutnya dapat memberikan tambahan informasi dan menjadi pedoman bagi sumber penelitian mendatang. Peneliti berharap dapat bermanfaat menjadi bahan acuan dan diperhitungkan pada penelitian yang akan datang.