

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Menurut Hurlock (1980) usia dewasa awal seseorang dimulai saat ia memasuki rentang usia 18-40 tahun. Ketika memasuki rentang usia tersebut, individu cenderung memerhatikan penampilan fisiknya sebagai daya tarik utama yang menguntungkan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dinyatakan oleh Mathes & Kahn (dalam Hurlock, 1980) bahwa dalam interaksi sehari-hari, penampilan fisik yang menarik merupakan suatu potensi yang menguntungkan bagi diri individu. Keuntungan yang dapat diperoleh diantaranya lebih mudah diterima secara sosial baik dalam pergaulan, dan dipandang memiliki nilai lebih positif dalam pekerjaan maupun percintaan, terkhusus bagi para wanita. Pada umumnya wanita yang memasuki masa dewasa awal akan merasa bahagia apabila mereka mendapatkan pujian mengenai penampilan fisiknya yang sesuai dengan hal yang dianggap “hippie” di kalangan masyarakat (Hurlock, 1980).

Seiring berjalannya waktu, hal yang dianggap “hippie” atau cantik di kalangan masyarakat mengalami perkembangan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Saraswati (2013) diketahui bahwa globalisasi yang terjadi di Indonesia berdampak pada setiap informasi yang didapat melalui media. Salah satu dampak yang dirasakan ialah standar kecantikan yang ditampilkan oleh para model wanita. Dari wawancara yang dilakukan Saraswati (2013) diketahui para pria di Indonesia menganggap wanita dengan kulit lebih gelap kurang menarik. Dengan adanya standar kecantikan di kalangan masyarakat membuat beberapa wanita merasa sering diabaikan karena tidak memiliki kulit terang seperti yang ditampilkan para model.

Melekatnya standar kecantikan di kalangan wanita, menyebabkan industri kosmetik yang dipromosikan oleh para model iklan di tv, majalah, dan internet pun turut berkembang. Dengan adanya produk-produk kecantikan tersebut membuat wanita selalu ingin menutupi kekurangannya. Pada kenyataannya, sulit bagi wanita mengakui bahwa dirinya cantik ketika terus-menerus membandingkan diri dengan wanita lain. Dapat diketahui dari hasil *survey* yang dilakukan oleh *Dove Beauty Confidence Report 2017* di Indonesia, 84% wanita Indonesia tidak mengetahui betapa cantiknya diri mereka, dan 72% wanita percaya bahwa untuk mencapai kesuksesan, mereka harus memenuhi standar kecantikan tertentu (Viva.com, 2018).

Masalah kecantikan yang terjadi pada wanita dewasa awal, kembali diperkuat dengan adanya *survey* yang dilakukan oleh Lembaga Riset Independen BMI *Research* yang diadakan di Jakarta, Surabaya, dan Medan. Dalam *survey* tersebut melibatkan 300 responden wanita dari usia 18-64 tahun, diketahui bahwa 8 dari 19 wanita Indonesia merasa puas terhadap penampilan fisik dan wajahnya, akan tetapi hanya 1 dari 10 orang yang menyebutkan bahwa dirinya cantik (Cnnindonesia.com, 2015). Dengan adanya perasaan-perasaan negatif dalam diri wanita semakin menunjukkan bahwa wanita sangat rentan terhadap masalah penampilan fisik seperti bentuk tubuh dan berat badan. Hal ini kembali diperkuat dengan adanya fenomena "*Fat Talk*" yang diketahui membahas lebih dalam mengenai hal-hal negatif seperti berat badan, bentuk tubuh, serta pola makan yang tidak bisa terlepas dalam percakapan sehari-hari antar individu (Guertin Barbeau & Pelletier, 2017). Dengan adanya pembahasan mengenai berat badan, wanita semakin memerhatikan bentuk tubuhnya masing-masing apakah sudah sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku atau belum. Hal ini juga turut diperhatikan oleh wanita yang sudah menikah dan memiliki anak, masalah yang paling diresahkan adalah memiliki perut buncit dan dagu yang sudah mulai mengendur (Hurlock, 1980).

Dengan adanya fenomena-fenomena yang disajikan sebelumnya menunjukkan bahwa kecantikan para wanita seringkali dikaitkan dengan bentuk tubuh seseorang. Gambaran atau penilaian seseorang akan bentuk tubuhnya disebut dengan citra tubuh.

Menurut teori yang dikemukakan oleh Cash & Pruzinsky (2002), *body image* dibagi menjadi dua jenis yaitu *positive body image*, yang merupakan perasaan puas terhadap bentuk tubuhnya dan menerima diri apa adanya. Jenis yang kedua adalah *negative body image*, dimana terdapat perasaan tidak puas terhadap bentuk tubuhnya, tidak percaya diri, bahkan merasa perlu mengubah bentuk tubuhnya. Fenomena yang saat ini marak di kalangan wanita ialah *negative body image* atau biasa disebut dengan *body dissatisfaction*.

*Body dissatisfaction* merupakan masalah peringkat teratas yang telah meningkat di seluruh dunia selama 30 tahun terakhir (*National Eating Disorders Collaboration* – Departemen Kesehatan Pemerintah Australia, 2011). Fenomena ini menjadi perhatian bagi kaum muda khususnya para wanita. Dibuktikan dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Winzeler (dalam Prima & Sari, 2013) diketahui bahwa 73% pria dewasa awal merasa lebih bangga dengan penampilannya, dibandingkan wanita dewasa awal yang hanya berkisar 47%. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Stice & Whitenton (dalam Kim & Lennon, 2007) bahwa wanita memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh yang lebih tinggi dibandingkan pria. Ketidakpuasan tubuh jika dilihat dari segi *gender* dan usia akan lebih rentan menyerang para wanita di usia dewasa awal. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Esnaola Rodriguez, dan Goni (2010) menunjukkan bahwa wanita dewasa awal memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh lebih tinggi dibandingkan usia yang lebih tua.

Sebuah penelitian di India menjelaskan bahwa fenomena *body dissatisfaction* tidak hanya marak diperbincangkan di negara barat saja, melainkan sudah melekat pada beberapa negara di benua Asia (Rajagopalan & Shejwal, 2014). Selain di India, terdapat studi lain di salah satu Universitas Jepang yang menunjukkan bahwa hampir 70% mahasiswi memiliki rata-rata berat badan normal, namun tetap menunjukkan ketidakpuasan terhadap bentuk tubuhnya. Selain itu > 60% mahasiswi tersebut diketahui mencoba untuk menurunkan berat badan (Okita & Tashiro dalam Taniguchi & Hubbard, 2019). Masalah ketidakpuasan tubuh ini memprihatinkan karena masyarakat menilai terlalu tinggi mengenai citra tubuhnya sehingga dapat

memengaruhi harga diri seseorang (*National Eating Disorders Collaboration – Departemen Kesehatan pemerintah Australia, 2011*). Penelitian tersebut selaras dengan pengungkapan ketidakpuasan terhadap citra tubuh secara verbal yang terbukti memiliki hubungan yang signifikan terhadap *body dissatisfaction* dan rendahnya *self esteem* pada diri individu (Arroyo & Harwood, 2012).

Pada kenyataannya tidak semua wanita di dunia ini terlahir dengan bentuk tubuh seperti yang diharapkan, sehingga banyak wanita merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya dan kurang percaya diri. Beranjak ke negara Indonesia, fenomena *body dissatisfaction* sudah tidak asing lagi untuk diperbincangkan. Dapat dilihat dari adanya data statistik berdasarkan *Top Brand Index* diketahui minat pembelian dan penjualan pil pelangsing dari tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan dari 7,6% menjadi 18,3% (*topbrand-award.com*). Selain pil pelangsing, tempat *fitness* juga dipercaya sebagai salah satu tempat olahraga agar pria dan wanita dapat mempertahankan bentuk tubuhnya.

Hal ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh Margaretta & Rozali (2018) pada anggota *Clark Hatch Fitness Center* di Jakarta diketahui subjek wanita yang memiliki *body image* negatif sebesar 53,3%, dengan rincian pada rentang usia 20 – 25 tahun memiliki *body image negative* sebesar 56,5%, lalu rentang usia 26 – 30 tahun dan rentang usia 31-35 tahun sama-sama memiliki persentase *body image negative* sebesar 53,3%. Selanjutnya pada rentang usia 36 – 40 tahun memiliki *body image* negatif sebesar 54,5%. Jumlah anggota pada tempat *fitness* tersebut terdapat 697 anggota yang terdaftar dengan rincian 319 wanita dan 378 pria aktif melakukan latihan kebugaran.

Masih dengan fenomena yang berasal dari kota Jakarta, diketahui Jakarta merupakan salah satu kawasan metropolitan (*urban*) yang besar di Indonesia. Hal ini diperkuat dengan adanya Lembaga Riset Chusman & Wakefield (dalam Rosalinda & Fricilla, 2015) yang menyatakan bahwa Jakarta menjadi target ekspansi peritel internasional, kota yang sangat berkembang, baik di bidang *fashion* maupun *food and*

*beverage*. Dengan adanya perkembangan *retail fashion* yang melekat pada warga Jakarta, diprediksi bahwa para wanita yang berdomisili di Jakarta memiliki kecenderungan untuk membandingkan kecantikan dirinya dengan hal yang dianggap ideal. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosalinda & Fricilla (2015) menunjukkan bahwa 53,7% partisipan wanita usia remaja akhir sampai dewasa awal mengalami *body dissatisfaction*.

Hal ini diperkuat kembali dengan adanya fenomena yang berasal dari kota Jakarta, dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Herawati pada tahun 2003 diketahui sebanyak 40% perempuan berusia 18-25 tahun mengalami *body dissatisfaction* dalam kategori tinggi, dan 38% dalam kategori sedang (Suprpto dan Aditomo dalam Kartikasari, 2013). Beberapa fenomena yang telah dipaparkan diatas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Craike (2016), yang menyatakan bahwa wilayah metropolitan secara signifikan memengaruhi ketidakpuasan tubuh seseorang.

Selaras dengan fenomena - fenomena yang dijabarkan sebelumnya, fenomena *body dissatisfaction* kembali menarik minat para wanita yang ditunjukkan dengan adanya film Indonesia yang berjudul *Imperfect*. Sebuah karya dari sutradara Ernest Prakasa yang ditayangkan pada bulan Desember 2019, diketahui telah mencapai 2,6 juta penonton (lifestyle.bisnis.com, 2019). Berangkat dari kisah nyata sosok Meira Anastasia yang diperankan oleh Jessica Mila (Rara). Tokoh Rara sebagai pemeran utama yang bekerja di perusahaan bidang *fashion* ternama merasa sangat *insecure* dan tertekan akan bentuk tubuhnya. Ia mendapat tekanan dari atasan kerjanya, teman kantor, serta ibunya, agar memiliki bentuk tubuh ideal. Ia dikritik agar lebih memerhatikan penampilan fisiknya serta mengurangi berat badannya. Dari *review* film yang diberikan, banyak wanita mengaku ikut merasakan hal serupa seperti Rara. Jika diperhatikan, ketidakpuasan tubuh yang Rara rasakan bersumber dari faktor eksternal salah satunya adalah hubungan interpersonal. Ia mendapat tekanan dari sang ibu yang dahulu pernah berprofesi sebagai model majalah, diikuti pula dengan perbandingan bentuk tubuh secara verbal dari teman-teman kantornya, serta budaya kecantikan yang direpresentasikan melalui beberapa *platforms* media sosial bahwa

definisi cantik masih dinilai berdasarkan bentuk tubuh yang langsing (magazine.job-like.com, 2019).

Timbulnya ketidakpuasan tubuh dalam diri individu dapat disebabkan oleh beberapa faktor umum menurut Grogan (2016), diantaranya ialah hubungan interpersonal, media massa, dan budaya. Hubungan interpersonal biasanya memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap timbulnya ketidakpuasan tubuh. Pendapat kelompok mengenai penampilan seseorang memengaruhi individu dalam berpikir mengenai citra tubuhnya (Cash & Pruzinsky, 2002). Menurut teori tekanan sosio-kultural terdapat 3 faktor penting yang diidentifikasi sebagai prediktor timbulnya ketidakpuasan tubuh, diantaranya orang tua, teman sebaya dan media massa (Smolak, 2012). Penelitian lain juga menjelaskan bahwa seorang anak mendapatkan tekanan atau motivasi, komentar dan kritik negatif untuk menurunkan berat badannya yang bersumber dari keluarga atau teman-teman. (Vincent & McCabe, 2000). Salah satu kontributor eksternal yang paling kuat berperan terhadap ketidakpuasan tubuh adalah media massa (*National Eating Disorders Collaboration* – Departemen Kesehatan pemerintah Australia, 2011).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Craike (2016) terkait penggunaan media sosial yang memiliki pengaruh negatif pada citra tubuh, mengingat tingginya penggunaan internet dan situs media sosial pada remaja di Australia dimana 72,8% responden menjadikan internet sebagai sumber informasi utama mengenai kecantikan, dan 21,3% responden menghabiskan waktu kurang lebih 20 jam dalam seminggu untuk menggunakan situs jejaring sosial. Beranjak ke Indonesia dilansir dari *survey* yang dilakukan Hootsuite (2020), jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 272,1 juta, diketahui bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta, dengan keterangan pengguna media sosial aktif mencapai 160 juta, rata-rata setiap hari waktu menggunakan media sosial melalui berbagai macam aplikasi mencapai 3 jam, 26 menit, dan rata-rata setiap hari waktu menonton televisi (*broadcast, streaming, atau menonton video*) mencapai 3 jam, 4 menit. Diketahui 4 *platforms* media sosial yang paling aktif dan sering digunakan adalah *youtube*

sebanyak 88%, *whatsapp* sebanyak 84%, *facebook* sebanyak 82%, dan *instagram* sebanyak 79% dari jumlah penduduk di Indonesia.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Thompson (dalam Birkeland *et al*, 2005) diketahui bahwa media massa memiliki peran yang besar dalam menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan bentuk tubuh ideal. Pesan-pesan ini disampaikan melalui tayangan-tayangan TV seperti yang ditampilkan para aktris, model iklan, majalah, serta internet sekalipun. Ketika mempromosikan suatu produk yang berkaitan dengan kecantikan dan kesehatan, media jarang menampilkan model yang memiliki tubuh *overweight*.

Selain itu media massa dapat berperan penting dalam meningkatkan gangguan makan yang mendukung secara nyata tubuh langsing yang ditampilkan melalui media. (Dinc dalam Fitriyah, 2017). Menurut penelitian *Pew Internet & American Life Project* (dalam Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E., 2017) media sosial memberikan peluang terhadap munculnya perbandingan terhadap penampilan seseorang secara terus-menerus sehingga media sosial menimbulkan dampak yang lebih berbahaya. Semakin sering melihat kehidupan wanita lain yang lebih baik dari diri individu, maka perasaan *insecure* semakin meningkat. Selain itu, persepsi wanita dewasa awal terkait citra tubuhnya dipengaruhi oleh internalisasi tubuh wanita ideal yang ditampilkan dari majalah maupun media sehingga dapat menimbulkan rasa ketidakpercayaan diri, merasa lebih tertekan, lebih malu, dan tidak puas dengan tubuh mereka (Stice & Shaw, 2004).

Gambar ideal yang ditampilkan seorang model pada media massa akan memengaruhi persepsi tubuh seorang wanita, dalam hal ini budaya turut serta berperan sebagai prediktor terciptanya ketidakpuasan tubuh (Fitriyah, 2017). Dapat dilihat dengan adanya perkembangan modernisasi dari budaya barat yang telah menjadi nilai *sociocultural* pada beberapa budaya timur termasuk Indonesia. Standar penilaian kecantikan yang ditujukan untuk model *miss universe* telah diadopsi oleh beberapa negara. Kriteria model yang dianggap cantik adalah memiliki hidung

mancung, gigi putih, leher yang panjang, serta tubuh yang langsing (Nelson & Morrison dalam Myers, 2012). Beberapa negara telah mengadopsi standar kecantikan budaya barat. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh Morrison, T.G., Kalin, R., Morrison (2004) yang menyatakan bahwa ketidakpuasan tubuh wanita berasal dari: (1) tubuh kurus ideal yang ditetapkan dalam masyarakat Barat, (2) kecenderungan perempuan untuk mengadopsi sebuah orientasi "*body as object*" daripada "*body as process*" dan (3) tubuh yang ideal adalah tubuh yang kurus (Stice & Schupak-Neuherg dalam Morrison, 2004).

Para peneliti menemukan bahwa 69,1% aktris perempuan langsing lebih populer dibandingkan dengan 17,5% aktor laki-laki (*Ladies Home Journal and Vogue* dalam Morrison, 2004). Seorang wanita yang menarik adalah mereka yang memiliki bentuk tubuh kurus yang ideal. Dengan menginternalisasikan tubuh kurus ideal dalam diri wanita melalui lingkungan dan budaya, media massa, serta hubungan interpersonal, wanita berkecenderungan untuk lebih mudah merasa tidak puas terhadap bentuk tubuhnya.

Menurut Thompson, Schaefer & Manzel (2012), internalisasi merupakan sebuah penerimaan dan penggabungan kepercayaan atau standar orang lain yang dijadikan sebagai sistem maupun kepercayaannya sendiri. Para peneliti telah menempatkan *thin ideal internalization* sebagai faktor risiko ketidakpuasan tubuh dan gangguan makan di kalangan wanita (Thompson & Stice, 2001). *Thin ideal Internalization* mengacu pada sejauh mana seseorang secara kognitif "memahami" daya tarik ideal dan terlibat dalam usaha agar dapat mencapai perkiraan bentuk tubuh yang ideal (Thompson, Heinberg, Al tabe, & Tant leff- Dunn, dalam Thompson, J.K & Stice, 2001).

Selain dari internalisasi tubuh kurus, terdapat juga tiga model *tripartite* yang menjadi sumber tekanan untuk para wanita dalam mengadopsi nilai ideal tubuh kurus. Model *tripartite* yang dimaksud disini adalah keluarga, teman, dan media. Keluarga dan teman sebaya merupakan agen sosialisasi yang secara langsung dapat

memberikan penilaian terkait pujian untuk bentuk tubuh yang langsing atau kritik terkait berat badan, dan dorongan untuk diet jika penampilan fisik individu tersebut tidak sesuai dengan berat badan ideal (Hohlstein, Smith, & Atlas, dalam Thompson, J.K & Stice, 2001). Selain itu, pentingnya media massa seperti radio, televisi, majalah, iklan, dan internet dianggap sebagai peramal yang merepresentasikan standar kecantikan dan daya tarik tubuh yang disukai masyarakat (Izydorczyk, 2020).

*Thin Ideal Internalization* dianggap secara langsung menumbuhkan ketidakpuasan tubuh karena hal yang dianggap ideal ini hampir tidak dapat dicapai oleh sebagian besar wanita (Thompson, J.K & Stice, 2001). Apabila tekanan untuk menjadi kurus semakin meningkat maka internalisasi tubuh kurus juga dapat bekerja bersama dengan faktor lain yang dapat menyebabkan risiko timbulnya pengaruh negatif akan tubuh, ketidakpuasan tubuh, perilaku diet, bahkan gangguan makan (Killen *et al*, 1996). Begitu juga jika pengaruh pesan dalam media yang diterima secara kontinum dapat menanamkan suatu nilai, dan membentuk sebuah keyakinan akan bentuk tubuh yang ideal kedalam diri seseorang, maka dapat memunculkan perilaku dan usaha-usaha untuk mencapai bentuk tubuh 'kurus ideal' sebagaimana yang ditampilkan oleh media.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Shin, You, & Kim (2016) pada salah satu Universitas di Korea yang menunjukkan bahwa setelah responden penelitian mengecek BMI, diketahui efek yang terbesar dalam memengaruhi tekanan bersumber dari media, diikuti dengan tekanan teman sebaya, orang tua, serta internalisasi tubuh kurus yang ditampilkan. Selain itu dari hasil penelitian yang dilakukan Nursyaifuddin (2016) menunjukkan bahwa perbandingan sosial, *self esteem*, dan *thin ideal internalization* dapat memengaruhi *body dissatisfaction* pada wanita di Jakarta Selatan sebesar 47,4%.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh *thin ideal internalization* terhadap *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal di Jakarta.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal di Jakarta?
2. Bagaimana gambaran *thin ideal internalization* pada wanita dewasa awal di Jakarta?
3. Apakah *thin ideal internalization* memengaruhi *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal di Jakarta?
4. Seberapa besar pengaruh *thin ideal internalization* terhadap *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal di Jakarta?

## 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka fokus permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh *thin ideal internalization* terhadap *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal di Jakarta.

## 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah pada penelitian, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

“Apakah terdapat pengaruh *thin ideal internalization* terhadap *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal di Jakarta?”

## 1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *thin ideal internalization* terhadap *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal di Jakarta

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1.6.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dapat bermanfaat dalam memberikan kontribusi teoritis atau referensi bagi perkembangan ilmu psikologi terutama di bidang psikologi sosial, perkembangan dan klinis, serta mengkaji masalah perihal *body dissatisfaction* yang masih erat kaitannya di kalangan wanita dewasa awal di Jakarta.

### **1.6.2. Manfaat Praktis**

#### **1.6.2.1. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat bahwa setiap wanita memiliki bentuk tubuh yang berbeda-beda, serta masyarakat mengetahui seberapa besar pengaruh *thin ideal internalization* terhadap *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal.

#### **1.6.2.2. Bagi Wanita Usia Dewasa Awal**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh *thin ideal internalization* terhadap *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal, sehingga wanita dewasa awal dapat menyaring setiap informasi yang diperoleh berkaitan dengan bentuk tubuh ideal yang diinternalisasikan lewat media massa, serta tekanan yang diperoleh dari keluarga dan teman sebaya berkaitan dengan citra tubuhnya.