

# BAB 1

## PENDAHULUAN

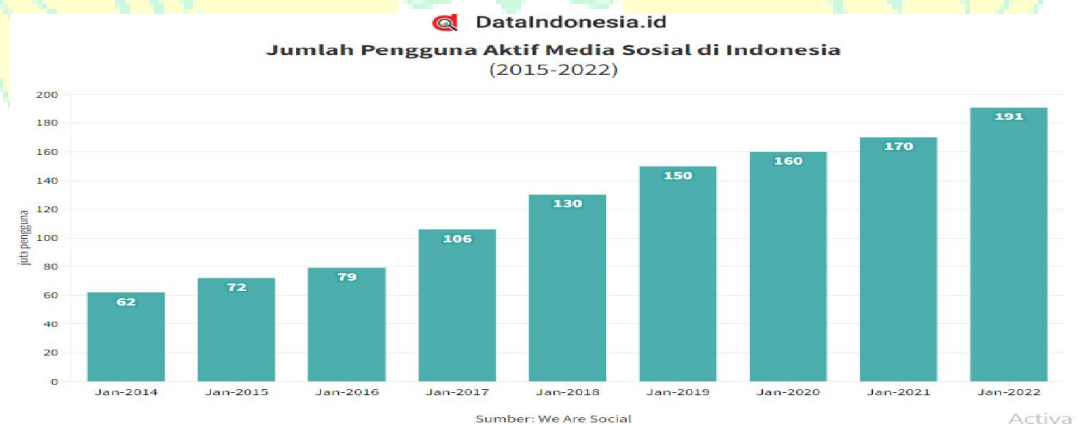
### 1.1 Latar Belakang Masalah

Intensitas penggunaan sosial media menjadi lebih meningkat. Salah satunya ialah penggunaan media sosial berupa Instagram dengan total kenaikan sebanyak 40% selama masa awal pandemi di Indonesia yang dikutip dari Fahmi Ahmad Burhan dalam Katadata.co.id (2021). Instagram yang didirikan oleh Kevin Systrom pada 06 Oktober 2010, merupakan media sosial yang awalnya digunakan untuk berbagi foto, komentar dan *likes*. Dikutip pada Kompas.com yang ditulis oleh Nur Firiatus Shalihah pada hari pertama peluncurannya Instagram telah mendapatkan 25.000 pengguna dan setelah satu dekade lamanya yakni pada tahun 2020 pengguna Instagram semakin berkembang pesat dengan total pengguna sebanyak lebih dari satu miliar pengguna.

Seiring dengan perkembangan zaman fitur-fitur Instagram semakin bervariasi seperti *reels*, *Instagram story*, *highlight*, *direct message*, *video*, *photos filter* serta *Instagram shopping*. Dikutip dari databoks (2021) Indonesia menempati urutan nomor empat dengan pengguna Instagram terbanyak di dunia dengan total 93,77 juta pengguna pada Juli 2021. Dengan persentase mayoritas pengguna Instagram terbanyak adalah pada rentang kelompok usia 18-25 tahun, yang berjumlah sebanyak 33,90 juta. Berdasarkan paparan data yang dikutip dari databoks, mayoritas pemakai Instagram adalah perempuan atau wanita dengan rentang usia mayoritas terdapat pada usia 18-25 tahun atau biasa dikenal fase perkembangan dewasa awal. Selaras dengan pendapat Santrock (2008) yang mengemukakan mengenai rentang usia masa perkembangan ini yaitu, usia 18 – 25 tahun. Masa dewasa awal juga masa di mana perkembangan fisik individu sebagai manusia juga sedang berada di puncaknya. Hal ini mengakibatkan munculnya keinginan individu untuk memiliki penampilan menarik dihadapan orang lain. Keinginan tersebut muncul dengan tujuan untuk menarik lawan jenis.

Dewasa awal merupakan tahap perkembangan transisi dari masa remaja akhir menuju fase dewasa. Pada tahap perkembangan ini banyak sekali konflik yang mulai terjadi dan menuntut individu – individu pada fase ini harus dapat menyelesaikan segala permasalahan yang mereka hadapi (Chorudin, 2015). Hurlock (2009) membagi tugas perkembangan dewasa awal, antara lain, sebagai berikut: (a) mendapatkan suatu pekerjaan, memilih seorang teman hidup, belajar hidup bersama dengan suami istri membentuk suatu keluarga, membesarkan anak-anak, mengelola sebuah rumah tangga, menerima tanggung jawab sebagai warga negara, bergabung dalam suatu kelompok sosial. Pada masa dewasa awal sangat beragam dan kompleks di antaranya adalah penyesuaian diri terhadap suatu kelompok atau lingkungan tertentu, tentunya penampilan menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan. Berbicara mengenai penampilan, pada era digital seperti saat ini penampilan adalah hal yang paling menunjang khususnya untuk para wanita..

Pada masa era revolusi industri 4.0 hampir setiap individu memiliki platform media sosial, khususnya Instagram. Berikut data mengenai jumlah aktif media sosial di Indonesia yang terdapat dari we are social.com pada tahun 2015-2022:



*Gambar 1 1* Grafik Pengguna Media Sosial 2022

Dikutip berdasarkan dataIndonesia.id dan laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang pada Januari 2022. Jumlah itu telah meningkat 12,35% dibandingkan pada tahun sebelumnya

yang sebanyak 170 juta orang. Kemudian media sosial Instagram mendapatkan persentase sebanyak 84,8% yang digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya di wilayah Jabodetabek (Mahdi I, 2022). Berdasarkan data paparan yang dikutip dari databoks pengguna Instagram adalah perempuan atau wanita dan rentang usia mayoritas juga terdapat pada usia 18-25 tahun atau biasa dikenal fase perkembangan dewasa awal.

Masalah utama di masyarakat saat ini, adalah kerap kali merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya terutama di kalangan generasi millennial atau biasa disebut dengan *Body Dissatisfaction* (Ruotsi, 2017). Generasi millennial khususnya wanita dewasa awal tidak pernah tertinggal atau bahkan selalu berdampingan dengan teknologi, karena inilah terjadi dorongan oleh banyak individu apakah pengaruh media ada hubungannya dengan ketidakpuasan tubuh atau *Body Dissatisfaction* (Ruotsi, 2017).

Banyak sekali *role model* khususnya para selebgram atau selebriti instagram yang memiliki bentuk tubuh yang nyaris sempurna. Hal ini tidak jarang pula menyebabkan adanya perbandingan antara satu wanita dengan wanita lainnya yang menyebabkan terjadinya ketidakpuasan bentuk tubuh. Selaras dengan pernyataan Ruotsi, (2007) tentang faktor yang terus muncul dalam memainkan peran besar sebagai *role model* dalam ketidakpuasan atas bentuk tubuh yang merupakan menjadikan kecenderungan individu untuk membandingkan dengan bentuk ideal masyarakat.

*Body Dissatisfaction* adalah bentuk ketidakpuasan terhadap tubuh yang merupakan sebuah perwujudan dari interaksi dan pengalaman individu dalam hal pengamatan lingkungan sekitar (Bearman-Martinece & Stich 2006). Terdapat terwujud atau terciptanya perbedaan antara persepsi individu mengenai ukuran tubuh mereka yang sebenarnya, mereka membandingkan dengan ukuran ideal mereka atau sebagai perasaan ketidakpuasan dengan ukuran bentuk tubuh. Selaras dengan Arthur dan Emily (2010; dalam Diah (2019) *Body Dissatisfaction* merupakan imajinasi subyektif yang dimiliki seseorang tentang tubuhnya. Khususnya yang terkait dengan penilaian orang lain, dan seberapa baik tubuhnya

harus disesuaikan dengan persepsi-persepsi ini, adapun dengan beberapa peneliti atau pemikir menggunakan istilah ini hanya terkait tampilan fisik, sementara yang lain mencakup pula penilaian tentang fungsi tubuh, gerakan tubuh, koordinasi tubuh, dan sebagainya.

Menurut Meiliana (2018), *Body Dissatisfaction* dipandang sebagai suatu estimasi mengenai ukuran tubuh dan persepsi bahwa tubuh lebih besar dari yang sebenarnya. Pada perspektif kedua, *Body Dissatisfaction* muncul saat individu memposisikan tubuh ideal yang ditentukan secara kultural dan menyadari bahwa ada perbedaan antara tubuhnya sendiri dibandingkan dengan tubuh ideal. Khususnya untuk para wanita mereka kerap kali melakukan doktrin terhadap persepsi masyarakat mengenai bentuk tubuh yang ideal terhadap dirinya akan cenderung lebih mudah memiliki *Body Dissatisfaction* apabila tidak memenuhi standar bentuk tubuh yang ideal (Bear-man et al, 2006). Selaras dengan *Body Dissatisfaction* yang merupakan rasa ketidakpuasan bentuk tubuh terhadap evaluasi negatif dari ukuran tubuh, bentuk otot/tonus, dan berat badan. Hal ini dapat menjadi penilaian yang subjektif yang negatif tentang bagian tubuh yang dimiliki individu (Hall, 2009).

Sesuai dengan konsep yang digagas oleh Mishal dan Tazvin (2015) terdapat tiga dimensi dari *Body Dissatisfaction* untuk wanita di antaranya: dimensi bentuk tubuh dan berat badan, dalam dimensi ini terkait dengan hal dalam bentuk dan berat badan. Misalnya, terdapat di area tubuh tertentu seperti kelebihan berat badan, serta tidak memiliki pinggang yang ramping. Dimensi struktur rangka, dalam dimensi ini terkait dengan ukuran dan bentuk area tubuh yang berbeda dan misalnya, secara terbuka dapat diamati seperti contohnya: bentuk tubuh yang sangat kurus, bentuk tubuh yang pendek, dll. Dimensi Fitur wajah, dalam dimensi ini berisikan beberapa hal yang berkaitan dengan fitur yang terdapat pada tubuh serta mudah terlihat oleh orang lain. misalnya, tidak memiliki kulit yang sehat, memiliki lingkaran hitam di sekitar mata, dll.

Berdasarkan *study preliminary* yang sudah dilaksanakan oleh peneliti terhadap beberapa responden wanita yang berusia 18-25 tahun dengan inisial DI (23 tahun), PA (22 tahun), S (21 tahun) dengan menggunakan metode pengambilan data berupa wawancara mengenai ketidakpuasan bentuk tubuh atau *Body Dissatisfaction* mendapatkan hasil adanya ketidakpuasan bentuk tubuh yang tidak ideal karena beberapa responden merasa bahwa tubuhnya tidak sempurna dibandingkan dengan para wanita pengguna instagram lainnya yang memiliki bentuk tubuh ideal. Hal ini selaras dengan Want (2009), individu yang merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya kemudian kemudian mereka mencari kecenderungan untuk melakukan standar perbandingan ke atas atau *upward Social Comparison* yang di mana individu melakukan perbandingan diri dengan orang lain yang lebih baik dari atau lebih unggul (Baron dan Byrne, 2012). Selain itu, terdapat hasil lain dari *study preliminary* yang sudah dilakukan, bahwa penyebab terbesar responden merasakan *Body Dissatisfaction* hal ini berdasarkan faktor-faktor eksternal yang dirasakan oleh para responden di antaranya, yaitu sosial media khususnya Instagram.

Hal ini mengacu pada pendapat yang dikemukakan oleh Cash dan Pruzinsky (2002) yaitu berupa media masa, di mana terdapat hal lain seperti jenis kelamin dan hubungan interpersonal yang diantaranya juga terdapat media sosial. Smith dan Sanderson (2015) menyatakan bahwa kepopuleran platform komunikasi visual seperti Instagram, di mana terdapat hal yang telah dilakukan mengenai beberapa analisis industri yang mendapatkan hasil bahwa Instagram adalah media sosial yang paling cepat berkembang. Sebuah studi yang telah dilaksanakan oleh De Vries et al. (2016; dalam Arshuha dan Amaia, 2019) menemukan bahwa penggunaan media sosial yang lebih sering dapat menimbulkan *Body Dissatisfaction* yang lebih besar. Selain itu, para wanita yang mengalami *Body Dissatisfaction* terkadang sering kali memunculkan pemikiran pemikiran negatif atau *negative thinking* dalam pada bagian tubuh tertentu atau bahkan seluruh tubuhnya. Kerap kali wanita tak jarang pula tidak percaya diri dengan bentuk tubuhnya saat berada di lingkungan sosial. Hal ini dikarenakan bahwa wanita

membandingkan dengan apa yang dilihat mereka lihat dengan yang terdapat di dalam dirinya dan perilaku membandingkan ini sering disebut sebagai *Social Comparison* (Dewi et al, 2020).

Salah satu faktor penyebab terjadinya wanita melakukan *body dissatisfaction* karena terjadinya suatu perbandingan di antara para wanita khususnya pengguna sosial media Instagram (Dewi, 2020). Para wanita dewasa awal yang memiliki rentang usia 18-24 tahun (Santrock, 2008), para wanita dewasa awal ini kerap kali melakukan perbandingan sosial dengan para wanita lainnya di Instagram yang dimana perilaku perbandingan sosial ini disebut dengan *Social Comparison* yang sangat berkaitan dengan sosial media khususnya pada situs jaringan Instagram. Hal ini dapat mempermudah individu untuk terhubung ke jaringan mereka tanpa waktu yang dibatasi, sepanjang hari. Hal ini juga menimbulkan peluang untuk meningkatkan perilaku membandingkan yang sangat cepat dan banyak atas dasar penampilan (Tiggemann & Miller, 2010).

Pendapat Jiang dan Ngien (2020) bahwa seseorang yang menggunakan media sosial khususnya Instagram akan melakukan *Social Comparison* terlepas orang itu sering atau bahkan jarang menggunakan media sosial. Dikutip Liputan6.com, penggunaan media sosial membuat kita sering membandingkan diri sendiri dengan orang lain. Belum lagi banyaknya komentar negatif yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang. Gibbon dan Buunk (1999; dalam Bungalia 2018) dalam lingkungannya seseorang biasanya cenderung memiliki pengaruh atas penilaian suatu standar ideal. Dalam hal ini individu akan terus membandingkan dirinya dengan individu lain khususnya dalam hal penampilan di sosial media. Menurut riset yang dilakukan oleh Dove dalam Indonesia Beauty Confidence Report 2017 disebutkan bahwa 38 persen wanita Indonesia suka membandingkan diri dengan orang lain. Hal tersebut menyebabkan rasa tidak percaya diri sehingga merasa tidak cantik. *Social Comparison* lebih memiliki kecenderungan untuk menggunakan individu lainnya sebagai bahan perbandingan untuk menentukan apakah kita melakukan perbandingan dalam hal perasaan, sikap, kemampuan, dan berpikir (Festinger, 1954)

Terkadang perbandingan tidak selalu melihat atau berdasarkan sesuatu yang lebih baik, kadang pula terdapat perbandingan dengan sesuatu yang kurang baik dari diri kita, hal ini selaras dengan jenis-jenis *Social Comparison*. *Upward Social Comparison* dan *Downward Social Comparison*. Terdapat dua jenis *Social Comparison* menurut Baron dan Byrne (2005), yaitu *Social Comparison* ke bawah (*downward Social Comparison*) dan *Social Comparison* keatas (*upward Social Comparison*). *Social Comparison* ke bawah atau *downward Social Comparison* adalah proses membandingkan diri dengan orang lain yang dalam lebih buruk pada atribut-atribut tertentu.

Sejalan dengan pendapat Gilbert, Giesler, dan Moris (1995) terdapat inti dari *Social Comparison* yaitu proses seleksi dari target perbandingan, terdapat dua jenis yaitu: perbandingan ke atas dan perbandingan ke bawah. Melanjutkan berdasarkan penjelasan Gilbert, Giesler, dan Moris (1995), bahwa perbandingan sosial terdapat dua jenis konsekuensi dari perbandingan yaitu: asimilasi dan kontras. Maksud dari asimilasi adalah merupakan hal yang mengacu pada evaluasi diri dan berproses menyesuaikan target pembanding. Individu lebih menjadi positif jika melakukan perbandingan sosial ke atas atau *upward Social Comparison* dan individu lebih menjadi negatif jika melakukan perbandingan ke bawah atau *downward Social Comparison*. Adapun yang dimaksud dengan kontras adalah target yang mengacu pada evaluasi diri pembanding berubah dari target sasaran perbandingan. Individu yang melakukan *upward Social Comparison* akan menjadi lebih positif, sedangkan apabila individu yang melakukan *downward Social Comparison* justru akan menjadi lebih negatif.

Untuk mengetahui terkait pengaruh *Social Comparison* dengan *body dissatisfaction* menurut penelitian yang dilakukan Dewi et al (2020) menjelaskan hasil yang diperoleh yaitu *Social Comparison* dapat menimbulkan *Body Dissatisfaction* seperti adanya penilaian negatif yang terjadi pada bentuk tubuh yang menyebabkan terjadinya ketidakpercayaan diri saat berada dilingkungan sosial, kebiasaan *body checking* yang dilakukan secara berulang kali, menyamakan bagian bagian bentuk tubuh dan menjauhi aktifitas yang terjadi pada

lingkungan sosial. Melanjutkan hasil penelitian (Dewi, et al. 2020) yang mengatakan bahwa saat individu merasa membandingkan dirinya dengan individu lain serta melakukan secara terus menerus tentang bentuk tubuhnya maka semakin membuat *body dissatisfaction* terbentuk.

Oleh sebab itu, berdasarkan pembahasan yang terdapat pada latar belakang, masalah serta fenomena, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai terjadinya pengaruh saat adanya perilaku perbandingan sosial yang dilakukan secara terus menerus oleh diri sendiri khususnya wanita kepada orang lain, yang menyebabkan meningkatnya rasa ketidakpuasan bentuk tubuh atau *Body Dissatisfaction* pada individu.

Dalam lain hal *Social Comparison* atau perbandingan sosial terjadi antara satu wanita dengan wanita lainnya, khususnya pada platform Instagram yang di mana terdapat beberapa individu yang dijadikan *role model* mengenai bentuk tubuh yang ingin mereka miliki. Oleh karena, itu salah satu upaya yang dapat dilakukan mengenai ketidakpuasan bentuk tubuh atau *Body Dissatisfaction* dengan melakukan perbandingan sosial ke atas atau *upward Social Comparison* sehingga terjadinya perbandingan sosial ke arah yang positif khususnya untuk wanita dewasa awal. Hal ini selaras dengan teori yang dikemukakan Harlock (1996) para orang dewasa kurang mempunyai dasar-dasar yang harus dibangun, akibatnya penyesuaian diri itu lebih sulit dan memerlukan waktu yang lebih lama dan hasil yang memuaskan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian apakah *Social Comparison* atau perbandingan sosial yang memiliki kecenderungan *Body Dissatisfaction* atau ketidakpuasan bentuk tubuh khususnya pada wanita dewasa awal yang menggunakan Instagram. Peneliti kemudian menuangkan hasil penelitian ini ke dalam skripsi yang berjudul “*pengaruh Social Comparison terhadap Body Dissatisfaction pada wanita dewasa awal pengguna Instagram*”



## 1.2 Identifikasi Masalah

Terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran *Body Dissatisfaction* terhadap wanita dewasa awal pengguna sosial media Instagram?
2. Bagaimana gambaran *Social Comparison* terhadap wanita dewasa awal pengguna sosial media Instagram?
3. Bagaimana pengaruh *Social Comparison* terhadap *Body Dissatisfaction* terhadap wanita dewasa awal pengguna sosial media Instagram?

## 1.3 Pembatasan Masalah

Ditinjau dari pembahasan mengenai latar belakang masalah serta uraian masalah yang telah dijabarkan oleh peneliti. Peneliti melakukan pembatasan permasalahan terhadap fokus penelitian mengenai pengaruh *Social Comparison* pengguna sosial media Instagram terhadap *Body Dissatisfaction* pada wanita dewasa awal menurut Santrock.

## 1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah akan dirincikan kembali oleh peneliti berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya dan meningkatkan fokus pada pengaruh *social comparison* pengguna sosial media *Instagram* terhadap *Body Dissatisfaction* pada wanita dewasa awal.

## 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *Social Comparison* pengguna sosial media Instagram terhadap *Body Dissatisfaction* pada wanita dewasa awal.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Pada penelitian ini, diharapkan manfaat sesuai dengan capaian dari tujuan penelitian yang akan dilakukan seperti :

### 1.6.1 Manfaat Praktis

Manfaat yang diberikan dalam penelitian ini untuk para wanita yang berada dalam fase dewasa awal agar terhindar dan dapat mengatasi ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh atau *Body Dissatisfaction* serta lebih bijak dalam menggunakan Instagram agar tidak menimbulkan rasa perbandingan diri atau *Social Comparison* antar pengguna Instagram

### 1.6.2 Manfaat Teoritis

Dengan semua sumber ilmu yang diberikan oleh peneliti semoga manfaat teoritis pada penelitian dalam bidang Psikologi dapat menjadi gudang ilmu serta rujukan bagi mahasiswa yang akan meneliti topik yang sama yaitu pengaruh *Social Comparison* pengguna sosial media Instagram terhadap *Body Dissatisfaction* pada wanita dewasa awal.

