

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Setiap individu pasti dihadapkan pada sebuah masalah, baik masalah yang berkaitan dengan dirinya sendiri, maupun orang lain atau lingkungannya. Menurut Mueller (dalam Santrock, 2011), pada setiap tahap atau fase perkembangan, individu memiliki masalahnya masing-masing yang berkaitan dengan diri sendiri, misalnya pada individu yang berada dalam fase dewasa awal akan cenderung memperhatikan penampilan tubuhnya. Pada umumnya wanita yang berada di masa dewasa awal memiliki perhatian lebih terhadap penampilan fisiknya, terutama pada bentuk tubuh. Sebagian besar wanita akan memperhatikan penampilan fisiknya dan memiliki keinginan untuk tampil menarik.

Santrock (2002) mengemukakan bahwa masa dewasa awal ialah masa transisi dari masa remaja menuju masa dewasa. Pada masa inilah perkembangan fisik manusia berkembang mencapai puncaknya. Hal ini tentu memunculkan keinginan untuk memiliki penampilan menarik di hadapan orang lain khususnya pada lawan jenis. Wanita akan cenderung memperhatikan penampilan tubuhnya. Mengenai penampilan, Grogan (2008) menyatakan bahwa tentunya perempuan adalah individu yang sangat memperhatikan penampilan tubuhnya dibanding laki-laki. Tidak sedikit wanita yang mempermasalahkan bentuk tubuhnya. Beberapa wanita tidak puas dengan penampilan dirinya. Berat badan menjadi salah satu hal yang menjadi masalah bagi sebagian wanita dewasa awal. Mereka merasa terlalu gemuk untuk ukuran tubuh mereka. Terlebih ketika sekumpulan wanita berpose untuk berfoto dan berusaha agar hasil foto tersebut tidak memperlihatkan tubuh mereka yang terlihat “gemuk”. Tidak hanya berat badan, hal lain yang dirasakan tidak puas seperti warna kulit, wajah, dan tidak percaya diri ketika mengenakan pakaian tertentu.

Sementara itu, tabel presentase peningkatan penjualan menunjukkan minat konsumen terhadap produk kecantikan seperti perawatan tubuh dan perawatan wajah, yang menjadi produk penjualan tertinggi, menurut Widiastuti (2012), berdasarkan survei *Forecast Sales Skincare* dalam data *Euromonitor*. Para wanita, terutama, berlomba-lomba untuk membeli produk perawatan untuk merawat dan menjaga kesehatan kulit mereka serta untuk mencapai standar kecantikan ideal mereka sendiri.

Tabel 1. 1 Forecast Sales Skincare 2012-2015

	2012	2013	2014	2015
<i>Body Care</i>	1,276.5%	1,416.1%	1,578.3%	1,767%
<i>Facial & Hand Care</i>	8,382.4%	9,489.3%	10,713.6%	12,060%
<i>Skin Care</i>	11,670.9%	12,918.4%	3,592.3%	15,842%

Sumber : Euromonitor

Salah satu contoh maraknya penggunaan kosmetik dan *Skincare* adalah yang dilakukan oleh *beauty blogger* atau *influencer* mengulas sebuah produk kecantikan di sosial media *Tiktok*. Tasya Farasya misalnya, ia membuat konten mengenai *Skincare routine* yang digunakan dalam kesehariannya dan hasil yang didapat dari menggunakan produk kecantikan tersebut, seperti kulit wajah menjadi putih, mulus, bersih, dan cerah. Selain Tasya Farasya, *influencer* lain seperti Rachel Venya juga membuat konten mengenai produk diet miliknya yaitu *Slim Beauty Product*, yang dapat menurunkan berat badan menjadi ideal para wanita. Dalam aplikasi *Tiktok*, kita dapat melihat *video* dan foto yang menampilkan wanita cantik bertubuh ideal dan wajah yang mulus. Hal ini yang dapat mengakibatkan seseorang melakukan perbandingan sosial sebagai bentuk evaluasi diri yang berkaitan dengan cara seseorang menggambarkan citra tubuhnya.

TikTok merupakan salah satu *platform* media sosial yang memberikan kemungkinan bagi para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit yang didukung dengan fitur musik, filter, dan berbagai fitur kreatif lainnya. *TikTok* diluncurkan pada 2016 dan kini telah melampaui 800 juta pengguna aktif di seluruh dunia. Target *audiens TikTok* adalah Generasi Z dengan 41% pengguna berusia 16-24 tahun (Mink & Szymanski, 2022). Pengguna *TikTok* kemungkinan terkait dengan ketidakpuasan tubuh secara tidak langsung melalui perbandingan penampilan keatas. Teori perbandingan sosial (Festinger, 1954) berpendapat bahwa wanita memiliki dorongan untuk memahami posisi mereka, sehingga mereka mencari standar yang dapat dibandingkan dengan diri mereka sendiri. Dengan demikian, wanita terlibat dalam perbandingan penampilan ke atas di mana mereka membandingkan penampilan mereka dengan wanita yang mereka anggap lebih menarik daripada diri mereka sendiri.

Dilansir dalam Indozone.id (2021), seorang wanita di *TikTok* mengungkapkan perubahan drastis dirinya dari sisi penampilan, wajah, serta kulitnya yang lebih putih dan *glowing*. Sebelum mengenal *skincare* dan *fashion*, wanita tersebut merasa jelek, hitam, dekil, dan kucel. Ia mengungkapkan dengan adanya *review* produk kecantikan yang diunggah oleh para *influencer* di *TikTok* membuatnya ingin mengonsumsi produk tersebut agar memiliki tubuh dan kulit yang mulus seperti para *influencer*. Dalam detikcom (2020), *Beauty Vlogger Cindercella* mengungkapkan pernah mengalami anoreksia karena terobsesi untuk menguruskan berat badan. Ia juga mengatakan dirinya pernah sampai putus asa dan merasa *down* ketika mendapatkan komentar negatif berbau *body shaming* dari netizen.

Fenomena tersebut pastinya dapat mengganggu aktivitas dan keseharian para wanita. Menurut Santrock (2002), masa dewasa awal ialah masa dimana untuk memulai kerja serta melakukan interaksi dengan lawan jenis yang terjadi di usia 18 hingga 25 tahun (Santrock, 2012). Akibat adanya perubahan fisik dari masa remaja hingga dewasa awal, individu harus memperhatikan penampilan (Santrock, 2012).

Wanita mulai memperhatikan penampilan mereka dan mencoba merubah penampilan mereka karena, menurut Havighurst (2004), tanggung jawab perkembangan dewasa awal terkait dengan bentuk tubuh, termasuk tuntutan untuk tampil cantik di depan orang lain. Pada dasarnya, setiap orang memiliki gambaran tubuh yang diinginkan. Ketika seseorang memiliki ukuran tubuh yang tidak sesuai dengan standarnya, mereka akan merasa tidak puas. Apabila individu mempersepsikan tubuhnya jauh dari kata *ideal*, seperti merasa dirinya jelek, hitam, gemuk, kucel, tidak sesuai dengan standar kecantikan yang ada, dan berusaha untuk memenuhi standar kecantikan dengan menggunakan produk perawatan tubuh dan wajah seperti yang influencer gunakan, sehingga menimbulkan pemikiran negatif pada dirinya sendiri, dan menghasilkan *Body Dissatisfaction* yang tinggi, karena pemikiran negatif itulah yang menjadikan wanita kurang menerima kenyataan pada tubuh aslinya, sehingga wanita cenderung merasa tidak puas dengan kondisi fisik yang dimilikinya.

Ketidakpuasan tubuh atau *body dissatisfaction* merupakan bentuk penilaian negatif dari citra tubuh, didefinisikan sebagai perbandingan diantara bentuk persepsi seseorang serta bentuk profesional yang mereka harapkan, Hal ini dikemukakan oleh Cash & Pruzinsky 2002 dalam Nindita (2018). Ukuran persepsi tersebut dapat mencakup ukuran standar kecantikan ideal yang ada di masyarakat. Menurut hasil penelitian Rahmawati (2013), remaja perempuan sangat memperhatikan bentuk tubuh mereka dan sangat takut jika mereka tidak menarik lagi, sehingga mereka berusaha untuk tetap menarik.

Menurut *National Eating Disorders Association*, ketidakpuasan tubuh atau gambar tubuh negatif didefinisikan sebagai persepsi yang salah terhadap suatu bentuk tubuhnya sendiri, seperti percaya akan adanya tubuh orang lain yang lebih menawan dibanding tubuhnya sendiri, percaya dan yakin bahwa bentuk tubuh maupun ukuran juga akan mempengaruhi sehingga menyebabkan kekecewaan pribadi, tidak percaya diri atau bahkan sampai menimbulkan kegelisahan, merasa kurang nyaman dengan tubuhnya sendiri (Nurtjahjo, 2019). Ogden mengatakan ketidakpuasan tubuh dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara persepsi seseorang terhadap bentuk dan ukuran tubuh mereka dengan yang sebenarnya atau hanya sebagai rasa ketidakpuasan dengan tubuh mereka sendiri (Nindita, 2018).

Sebuah penelitian yang dipublikasikan di liputan6.com oleh *Dove* dalam Indonesia Beauty and Confidence Report 2017 menunjukkan bahwa 38% wanita Indonesia suka membandingkan diri dengan orang lain. Selain itu, penelitian tersebut menemukan bahwa 84% wanita Indonesia tidak tahu jika dirinya cantik dan 72% percaya bahwa standar kecantikan sosial tertentu diperlukan untuk sukses (Liputan6, 2020).

Menurut Amalia (2018), perbandingan sosial adalah tindakan di mana seseorang akan membedakan dirinya terhadap orang lain agar mendapatkan pemahaman lebih tentang bagaimana mereka berada di dalam masyarakat. Menurut White et al. (2006), perbandingan sosial yang sering terjadi berdampak buruk pada seseorang, menyebabkan mereka merasa tidak bahagia, sedih, dan selalu merasa lebih buruk daripada orang lain. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Saidatur Rohmatun Nisa (2021) berjudul "*Hubungan Social Comparison dengan Body Dissatisfaction pada Pengguna Instagram Dewasa Awal di Kota Malang*" menunjukkan bagaimana perbandingan sosial dapat mempengaruhi penggunaan Instagram di kalangan dewasa muda Kota Malang. Peneliti berpendapat bahwa melakukan perbandingan sosial atau membandingkan diri dengan lingkungan sosial seseorang adalah salah satu faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan diri. Sunartio et al. (2012) melakukan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa ada hubungan antara perbandingan sosial dan ketidakpuasan tubuh. Perilaku membandingkan diri dengan orang lain akan meningkatkan rasa ketidakpuasan diri terhadap tubuhnya sendiri, yang dapat menyebabkan perasaan negatif seperti minder, *insecure*, dan merasa harga dirinya rendah. Dilihat dari komponen ketidakpuasan tubuh yang disebutkan Hal sebelumnya, lingkungan sosial dan media sangat penting untuk perbandingan diri seseorang dan persepsi tubuh ideal yang mereka dapatkan (Amalia, 2018).

Peneliti melakukan survei kuesioner terkait fenomena yang terjadi di sosial media *Tiktok* melalui *Direct Message*, pada tanggal 13 Juni 2022. Peneliti membagikan kuesioner kepada pengguna *Tiktok* wanita berusia 15 - 25 tahun. Berdasarkan survei kuesioner yang telah dilakukan oleh penulis kepada 10 responden wanita didapatkan hasil bahwa mereka merasa bentuk tubuh yang mereka miliki belum ideal sehingga mereka melakukan perawatan terhadap

tubuhnya. Para wanita juga membandingkan dirinya dengan para artis atau influencer di *Tiktok*. Salah satu responden V mengungkapkan merasa belum dapat mensyukuri apa yang ia miliki karena kerap membandingkan dirinya dengan *influencer* di *Tiktok* yang mempunyai bentuk tubuh yang lebih cantik dari dirinya, sehingga membuatnya ingin terlihat cantik seperti para influencer tersebut. Responden S mengungkapkan merasa tidak puas dengan warna kulit wajahnya yang kusam sehingga menggunakan skincare yang digunakan oleh *influencer* favoritnya agar memiliki kulit wajah yang putih, mulus, dan cerah. Responden P mengungkapkan menggunakan produk kosmetik dari Tasya Farasya agar memiliki *looks* atau tampilan yang serupa dengan Tasya Farasya. Selain itu, responden D mengungkapkan tidak puas akan bentuk tubuhnya yang terlihat gemuk dan memutuskan mengonsumsi produk diet dari Rachel Venya serta menjaga pola makannya agar terlihat langsing.

Berdasarkan hasil *survey* tersebut, *Body Dissatisfaction* yang didapatkan adalah ketidakpuasan terhadap bentuk dan ukuran tubuh yang dimiliki serta selalu merasa bentuk tubuhnya kurang ideal. Hasil penelitian juga mengatakan bahwa seorang remaja putri cenderung memiliki citra tubuh negatif yang berujung pada ketidakpuasan terhadap bentuk tubuhnya (*body dissatisfaction*) karena sebelumnya ia melakukan perbandingan sosial. Ketika seorang perempuan melihat perempuan lain yang tubuhnya lebih menarik ia akan memberikan kesan ideal pada objek yang ia lihat tersebut kemudian melakukan perbandingan antara objek yang ia lihat sebelumnya dengan tubuh yang dimiliki, maka yang terjadi adalah rasa tidak puas terhadap tubuh yang dimilikinya (Yuliana & Dieni, 2013). Sementara data *Social Comparison* yang didapat adalah membandingkan dirinya dengan para *influencer* cantik di sosial media *Tiktok*. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan 10 responden wanita pengguna *Tiktok* mengalami *Body Dissatisfaction* karena melakukan perbandingan sosial atau *Social Comparison*, yaitu merasa bahwa bentuk tubuh mereka jauh dari ideal dibandingkan *influencer* yang mereka lihat di *Tiktok*, sehingga mereka berusaha untuk mempercantik diri dengan melakukan perawatan terhadap tubuhnya yang juga dilakukan oleh influencer di sosial media *Tiktok*. Festinger (dalam Fardouly & Vartarian, 2017) menyatakan bahwa perbandingan sosial adalah proses menilai pertahanan diri dan pencapaian dari

beragam aspek kehidupan. Ini akan melibatkan munculnya rasa untuk membedakan diri sendiri terhadap orang lain dengan tujuan mengetahui sejauh mana kemampuan orang untuk bertahan hidup.

Dengan demikian, peneliti ingin mengetahui apakah ada “Hubungan *Social Comparison* Dengan *Body Dissatisfaction* Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna media sosial *TikTok*”.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Bagaimana gambaran *Social Comparison* pada wanita dewasa awal pengguna sosial media *TikTok* ?

1.2.2 Bagaimana gambaran *Body Dissatisfaction* terhadap wanita dewasa awal pengguna sosial media *TikTok* ?

1.2.3 Apakah terdapat hubungan antara *Social Comparison* dengan *Body Dissatisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna sosial media *TikTok* ?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dijabarkan batas permasalahan penelitian ini apakah ada hubungan antara *Social Comparison* dengan *Body Dissatisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna media sosial *TikTok* ?

1.4 Rumusan Masalah

Dari penjabaran permasalahan sebelumnya, peneliti menentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan diantara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* terhadap wanita dewasa awal ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data empiris dan mengetahui bagaimana hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* terhadap wanita dewasa awal pengguna media sosial *TikTok*.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi praktis maupun dari segi teoritis. Adapun manfaat yang diharapkan yaitu :

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan tentang adanya hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* terhadap wanita dewasa awal pengguna media sosial *TikTok*. sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji mengenai variabel *social comparison* dan *body dissatisfaction*. Penelitian ini juga diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi terhadap peningkatan ilmu psikologi dalam fenomena yang sedang terjadi di masyarakat.

1.6.2. Manfaat Praktis

Setelah membaca penelitian ini diharapkan bisa meningkatkan wawasan berupa ilmu pada pembaca mengenai dampak dari melakukan *social comparison* secara berlebihan yang dikhawatirkan memicu kemungkinan munculnya *body dissatisfaction* atau ketidakpuasaan terhadap diri sendiri sehingga menyebabkan kerugian secara pribadi.