

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mengubah cara seseorang berkomunikasi, mengakses informasi, serta membentuk persepsi terhadap diri sendiri. Media sosial tidak lagi berfungsi sebagai sarana komunikasi semata, tetapi juga sebagai ruang sosial yang membentuk nilai dan norma, termasuk dalam membentuk standar kecantikan. Generasi Z merupakan kelompok generasi yang paling dekat dengan perkembangan media sosial karena mereka tumbuh berdampingan dengan percepatan teknologi dan internet sejak dini.

Lahir dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital membuat Generasi Z disebut sebagai *digital native generation*. Generasi Z sangat lekat dengan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya, baik dalam mencari hiburan, membangun relasi, maupun mengekspresikan identitas dirinya di berbagai platform media sosial. Kiefner-Burmeister et al. (2023) mengatakan bahwa media sosial memiliki peran yang penting dalam kehidupan sosial Generasi Z. Penggunaan media sosial dalam kegiatan sehari-hari Generasi Z berpengaruh pada meningkatnya tekanan terhadap penampilan (*appearance pressure*), sehingga konten yang dikonsumsi di media sosial dapat memengaruhi *body image* seseorang dan membuatnya rentan terhadap standar kecantikan yang berkembang di media sosial.

Salah satu media sosial terpopuler di kalangan Generasi Z adalah TikTok. Berdasarkan laporan Data Reportal (2025), TikTok menjadi platform media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi pada kalangan Gen Z dengan total 42,27% dari total responden pada Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2025. TikTok merupakan platform berbasis video pendek yang menggunakan sistem algoritma terpersonalisasi, yaitu *For You Page* (FYP), sehingga penggunaannya akan terus menerima paparan konten sejenis yang sesuai dengan minat dan interaksi dengan tontonan video

sebelumnya. Wang (2022) menjelaskan bahwa algoritma TikTok cenderung memperkuat pola konsumsi pengguna dengan terus menampilkan kembali konten-konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi oleh pengguna. Kondisi ini dapat menyebabkan pengguna terus terpapar pada konten tertentu, termasuk konten mengenai kecantikan, khususnya *glow up*.

Glow up merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan perubahan penampilan fisik seseorang menjadi lebih menarik sesuai dengan standar kecantikan yang berkembang di media sosial. Konten *glow up* umumnya menampilkan transformasi *before-after* perubahan fisik seseorang seperti kulit yang menjadi lebih cerah dan *glowing*, wajah yang lebih mulus, dan badan yang menjadi lebih proporsional sehingga terciptalah suatu penampilan yang dianggap lebih ideal. Konten *glow up* sering dikaitkan dengan budaya *self-improvement* dan *self-care* sehingga sering dianggap sebagai sebuah motivasi untuk memperbaiki diri.

Namun, di balik narasi *self-improvement* tersebut, konten *glow up* berpotensi menciptakan tekanan sosial terhadap penampilan fisik. Paparan berulang terhadap konten *glow up* dapat mendorong seseorang untuk melakukan perbandingan sosial terhadap penampilannya sendiri. Festinger (1954) melalui *Social Comparison Theory* menjelaskan bahwa individu cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain sebagai bentuk evaluasi diri, terutama ketika tidak terdapat standar objektif dalam menilai dirinya sendiri. Perbandingan yang terjadi akibat media sosial umumnya adalah *Upward Social Comparison*, di mana seorang individu membandingkan dirinya dengan figur yang dianggap lebih ideal fisiknya.

Perempuan Generasi Z yang berada pada masa remaja akhir hingga dewasa awal merupakan kelompok yang rentan mengalami perbandingan sosial, terutama melalui media sosial. Pada tahap perkembangan ini, individu sedang berada dalam proses mengenali dan membentuk identitas dirinya, sehingga cenderung lebih memperhatikan bagaimana dirinya dipandang oleh orang lain. Pérez-Torres (2024), menjelaskan bahwa media sosial merupakan ruang bagi seseorang yang berada pada fase remaja dan dewasa awal untuk

mengekspresikan dirinya, memperoleh respons dari orang lain, serta membandingkan dirinya dengan pengguna media sosial lainnya. Proses tersebutlah yang dapat membentuk identitas sosialnya. Dalam kondisi ini, penampilan fisik sering kali menjadi tolak ukur dalam menilai diri, sehingga berpengaruh pada rasa percaya diri dan penerimaan seseorang di lingkungan sosialnya. Sejalan dengan ini, Soh et al. (2024) menyatakan bahwa masa remaja hingga dewasa awal merupakan periode penting dalam pembentukan identitas. Hadirnya media sosial, semakin memperkuat proses pencarian dan penilaian diri yang dilakukan seseorang.

Paparan media sosial yang menunjukkan standar kecantikan tertentu dapat memengaruhi cara perempuan Generasi Z memandang dan menilai penampilan mereka sendiri. Melalui paparan konten *glow up* yang terjadi secara berulang, individu dapat menginternalisasi standar kecantikan yang berkembang di media sosial dan menjadikannya sebagai patokan dalam mengevaluasi penampilannya.

Proses ini dapat menyebabkan ketidakpuasan terhadap citra tubuh, yang dikenal sebagai *body image dissatisfaction*, yaitu ketidakpuasan terhadap penampilan fisik yang dirasakan individu. Kondisi ini ditandai dengan munculnya penilaian negatif terhadap tubuh, berkurangnya kepuasan terhadap penampilan, serta keinginan untuk mengubah kondisi fisik agar lebih sesuai dengan standar kecantikan yang mereka yakini.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan TikTok berkaitan dengan meningkatnya ketidakpuasan terhadap citra tubuh. Blackburn dan Hogg (2024) menemukan bahwa paparan konten TikTok yang menampilkan tubuh ideal dapat meningkatkan internalisasi standar kecantikan dan mendorong munculnya rasa tidak puas terhadap citra tubuh pada perempuan muda. Penelitian lain yang dilakukan oleh Garcia (2024) juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok berhubungan dengan meningkatnya kecenderungan melakukan perbandingan sosial terhadap penampilan fisik. Selain itu, Glaser et al. (2024) menjelaskan bahwa paparan

konten kecantikan secara terus-menerus dapat memengaruhi munculnya penilaian negatif seseorang terhadap dirinya sendiri.

Fenomena ini semakin terasa karena perempuan Generasi Z hidup dalam budaya visual digital yang menempatkan penampilan fisik sebagai salah satu bentuk validasi sosial. *Likes, views, comments*, dan *engagement* di media sosial sering kali menjadi indikator penerimaan sosial terhadap penampilan seseorang. Akibatnya, perempuan Generasi Z cenderung terdorong untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang berkembang di media sosial agar memperoleh pengakuan sosial dan merasa diterima di lingkungan digitalnya.

Meskipun demikian, tidak semua orang memaknai konten *glow up* dengan cara yang sama. Sebagian perempuan Generasi Z menganggap konten *glow up* sebagai motivasi untuk melakukan *self-care* dan meningkatkan rasa percaya diri, sedangkan sebagian lainnya justru mengalami tekanan sosial, rasa *insecure*, dan ketidakpuasan terhadap tubuhnya sendiri. Perbedaan pengalaman dan makna yang ditemukan pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengaruh konten *glow up* terhadap *body image dissatisfaction* bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh pengalaman sosial masing-masing individu.

Sayangnya, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada hubungan kuantitatif antara penggunaan media sosial dan *body image dissatisfaction* tanpa menggali lebih dalam pengalaman subjektif perempuan Generasi Z dalam memaknai konten *glow up* yang mereka konsumsi di TikTok. Padahal, cara individu memahami konten tersebut sangat penting untuk mengetahui bagaimana media sosial dapat memengaruhi persepsi tubuh, identitas diri, serta pengalaman emosional seseorang dalam kehidupan sehari-harinya.

Dalam perspektif pendidikan IPS, fenomena ini relevan karena media sosial telah menjadi agen sosialisasi baru yang memengaruhi cara individu membentuk identitas sosial, nilai, serta pandangan mereka tentang standar kecantikan di masyarakat digital. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana konten *glow up* di TikTok memengaruhi *body image dissatisfaction* pada perempuan Generasi Z. Penelitian ini

diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai pengalaman, persepsi dan pemaknaan perempuan Generasi Z terhadap budaya *glow up* di media sosial.

Jika fenomena ini dibiarkan tanpa kajian yang mendalam, tidak heran jika dampaknya bisa menjadi luas, misalnya meningkatkan tekanan sosial bagi mahasiswi untuk menjadi cantik sesuai standar *glow up* di TikTok, pola konsumtif yang berlebihan karena berusaha terlalu keras untuk *glow up*, serta menurunnya tingkat percaya diri di kalangan generasi muda. Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan agar dapat memahami bagaimana konten *glow up* di TikTok memengaruhi ketidakpuasan citra tubuh pada perempuan Generasi Z, terutama terkait pengalaman, persepsi, dan proses pemaknaan yang dialami. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan dapat menyajikan gambaran empiris mengenai fenomena tersebut serta turut berkontribusi pada pengembangan kajian Pendidikan IPS yang relevan dengan dinamika sosial masa kini.

1.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini dibatasi pada kajian mengenai dampak konten *glow up* di TikTok terhadap *body image dissatisfaction* pada perempuan Generasi Z yang berada pada fase remaja hingga dewasa awal yang aktif menggunakan media sosial TikTok.

Penelitian ini berfokus pada bagaimana paparan terhadap konten *glow up*, seperti video transformasi *before-after*, *tips glow up*, dan *body transformation*, di TikTok memengaruhi cara perempuan Generasi Z memandang tubuh dan penampilan dirinya. Penelitian ini dibatasi pada pengalaman, persepsi dan pemaknaan subjek penelitian terhadap standar kecantikan yang ditampilkan dalam konten *glow up* di TikTok dan dampaknya terhadap *body image dissatisfaction*.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan menjadi:

1. Mengapa perempuan Generasi Z memilih untuk menonton konten *glow up* di TikTok?
2. Bagaimana dampak konten *glow up* bagi *body image dissatisfaction* Perempuan Generasi Z?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Menambah referensi akademik tentang bagaimana media sosial, khususnya TikTok, memengaruhi persepsi dan perasaan Perempuan Generasi Z terhadap tubuhnya.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian tentang budaya digital, standar kecantikan dan pembentukan citra tubuh pada Generasi Z di era media sosial.
 - c. Penelitian ini diharapkan mampu menambahkan referensi pada studi pendidikan IPS yang berkaitan dengan dinamika sosial digital, terutama mengenai peran media sosial sebagai agen sosialisasi dalam membentuk persepsi individu mengenai tubuh dan identitas dirinya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Perempuan Generasi Z
Hasil penelitian ini dapat dijadikan refleksi untuk meningkatkan sikap kritis dan kesadaran dalam menilai konten *glow up*, sehingga tidak mudah merasa minder atau terbebani oleh standar kecantikan yang dinamis dan beragam.

b. Bagi Konten Kreator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi konten kreator agar lebih bijak dan bertanggung jawab dalam menciptakan konten *glow up* sehingga tidak menciptakan persepsi standar kecantikan yang sempit dan menekan audiens.

c. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi institusi pendidikan dalam meningkatkan literasi media digital serta kesadaran mengenai kesehatan mental dan *body image* pada Generasi Z.

