

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini penggunaan media sosial berkembang pesat di Indonesia bahkan dunia, hampir semua orang menggunakan media sosial. Media sosial merupakan sebuah tempat seseorang untuk berinteraksi secara online dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Berdasarkan data reportal (dalam Jemadu & Prasatya 2022) mengungkapkan jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 Juta pada Januari 2022 dan angka ini meningkat 21 juta atau 12,6 persen dari tahun 2021. Data reportal juga menunjukkan bahwa angka ini setara dengan 68,9 persen dari total populasi di Indonesia dimana jumlah penduduk di Indonesia kini mencapai 277,7 juta hingga Januari 2022 (dalam Jemadu & Prasatya 2022). Pengguna media sosial tertinggi di Indonesia berada di DKI Jakarta dan penggunaan terendahnya berada di Sulawesi Barat (APJII, 2022)

Penggunaan media sosial dapat menggantikan interaksi sosial individu sehari-hari, hal ini karena penggunaannya sangat mudah. hal ini dapat merubah interaksi yang biasanya bertemu langsung dapat berubah menjadi berinteraksi di media sosial. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pew Research Center (Sofiyana, 2022) menunjukkan bahwa kehidupan remaja hampir tidak bisa dipisahkan dengan media sosial. dalam surveinya terdapat tiga media sosial yang populer di kalangan remaja di Indonesia, Antara lain YouTube yang digunakan oleh 85% remaja, *Instagram* yang digunakan oleh 72% remaja dan Snapchat yang digunakan oleh 68% remaja. Lalu terdapat laporan yang diberikan oleh Global Web Index orang yang berusia 16-24 tahun menghabiskan rata-rata tiga jam perhari untuk bermain media sosial.

Salah satu media sosial yang populer di Indonesia adalah *Instagram*, dikutip dari *Hybrid.co.id* (2015) *Instagram* merupakan sebuah media dimana kita dapat mengekspresikan diri kita melalui foto dan video singkat, selain itu kita dapat berkirim pesan dengan orang lain melalui fitur pesan atau direct message yang telah disediakan oleh *Instagram*. *Instagram* adalah aplikasi mobile berbasis iOS maupun Android dimana pengguna dapat membidik, mengubah dan mengunggah foto atau video ke platform *Instagram*. Foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di *feed* pengguna lain. Sistem pertemanan dalam platform *Instagram* menggunakan istilah *following* dan *follower*. Definsi dari *following* yaitu individu yang mengikuti pengguna lain, sedangkan *follower* yaitu pengguna lain yang mengikuti individu tersebut. Kemudian platform *Instagram* memfasilitasi setiap pengguna dengan fitur

komentar sehingga setiap pengguna dapat saling berinteraksi dengan cara memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan. (Hybrid.co.id, 2015).

Selain itu terdapat manfaat lain dari *Instagram* seperti mencari teman, sebagai platform untuk berkreasi, membagikan ilmu, mencari inspirasi, tempat *narsis*, mencari lowongan kerja, sumber informasi sekolah atau universitas, mencari informasi beasiswa. (kepomedia.com, 2021) lalu terdapat penelitian yang menjelaskan tentang manfaat *Instagram*, dikutip dari jurnal Ambarsari yang berjudul penggunaan *Instagram* sebagai media pembelajaran Bahasa dan sastra Indonesia pada era 4.0 (2020) dimana dalam penelitiannya mengatakan bahwa kelebihan *Instagram* dalam penggunaan media pembelajaran untuk memudahkan guru dan peserta didik berinteraksi dan menyampaikan materi. hal tersebut memungkinkan *Instagram* menjadi populer di Indonesia.

Dalam laporan dari Napoleon Cat (dalam Annur, 2021) ada 91,01 juta pengguna *Instagram* di Indonesia pada Oktober 2021. Mayoritas pengguna *Instagram* di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun, yakni sebanyak 33,90 juta. Rinciannya, sebanyak 19,8% atau 6.712.200 pengguna aplikasi tersebut adalah perempuan, sedangkan 17,5% atau 5.932.500 pengguna laki-laki. Dari laporan di atas rata-rata Pengguna *Instagram* didominasi oleh remaja perempuan.

Menurut Menurut Lynn dan Hyde dalam (Nurhayati, 2018) perempuan memiliki sisi yang lebih ekspresif daripada laki-laki, pendapat ini sesuai dengan artikel dari Iman (2020) yang mengatakan *Instagram* memfasilitasi perempuan untuk membantu mereka mengekspresikan diri mereka, setidaknya ada tujuh alasan mengapa perempuan menggunakan *Instagram* yaitu untuk interaksi sosial, mencari informasi, saling membantu, berswafoto, mencari perhatian, bekerja, dan berbelanja. Namun, remaja akhir perempuan yang menggunakan *Instagram* secara berlebihan dapat memberikan dampak buruk baginya, hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fardouly, Pinkus, & Vartanian (2017) disimpulkan pengguna media sosial *Instagram*, khususnya pada remaja perempuan, melakukan perbandingan terhadap tubuh yang dimilikinya dengan milik orang lain, perbandingan tersebut menimbulkan perasaan tidak puas terhadap tubuh yang membuat mereka memilih foto ataupun video dan kemudian diedit terlebih dahulu agar terlihat menarik sebelum diunggah di *Instagram*. Selain itu, menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Brahmini dengan judul Studi Pendahuluan Citra Tubuh Remaja Perempuan Pelajar SMA Negeri di Kota Denpasar yang Menggunakan Media Sosial *Instagram* (Brahmini & Supriyadi, 2019) menyatakan bahwa remaja perempuan membandingkan tubuhnya dengan milik orang lain seperti artis, teman sebaya, hingga orang lain yang tidak dikenalnya di media sosial *Instagram*. Kemudian karena perbandingan tersebut

remaja akhir perempuan berupaya untuk mengatasi permasalahan pada fisiknya dengan menggunakan perias wajah, melakukan olahraga, dan mengatur makanan yang dikonsumsi setiap harinya.

Efnie berpendapat (Iman, 2020) jika usia remaja atau masuk pada periode eksistensi merupakan fase penting bagi perempuan. Remaja akhir perempuan yang menggunakan *Instagram* dapat melakukan hal-hal yang positif seperti menambah relasi, sarana mendapatkan uang, atau dapat mengekspresikan dirinya. Namun, *Instagram* dapat berdampak negatif jika remaja akhir menggunakannya secara berlebihan. terdapat survei yang dilakukan oleh JAMA Psychiatry menemukan bahwa remaja yang menggunakan media sosial lebih dari tiga jam perhari beresiko tinggi mengalami masalah kesehatan mental, terutama masalah internalisasi diri atau citra diri (Sofiyana, 2022).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Royal Society For Public Health (dalam Kamaliah, 2017) *Instagram* merupakan media sosial yang paling berdampak buruk bagi kesehatan remaja. Survei ini dilakukannya kepada 1.479 responden berusia 14-24 tahun. Dalam surveinya, partisipan diminta untuk memberikan skor mengenai kesehatan mental dan tingkah laku pada beberapa platform media sosial seperti *Youtube*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* dan *Snapchat*. Dan hasil dari survei tersebut adalah media sosial yang paling berdampak positif adalah *Youtube*, diikuti oleh *Twitter* dan *Facebook*. Sedangkan untuk *Snapchat* dan *Instagram* mendapatkan skor paling rendah diantara platform lainnya. Dari 14 tolak ukur, tujuh di antaranya mendapatkan penilaian buruk, khususnya dampak pada tidur, *Body image*, dan ketakutan tidak mengikuti perkembangan zaman.

Hasil survey tersebut diperkuat dengan pernyataan Dr.Peace Amadi PsyD seorang professor psikologi di Hope International University di California yang dikutip dari (Ambarwati,, 2021) Dr.Peace mengatakan bahwa *Instagram* menimbulkan kekhawatiran seperti kecemasan terkait penampilan fisik, dan hal ini salah satunya bisa disebabkan oleh penggunaan berbagai fitur yang ada di platform tersebut tak terkecuali filter wajah. Pernyataan tersebut juga di dukung oleh survey yang di lakukan oleh perusahaan kosmetik asal Inggris, Uvence (dalam Yudhantama 2021) menanyakan kepada 2.069 responden, tentang bagaimana perasaan mereka menggunakan filter di media sosial. 517 responden dari orang yang disurvei mengatakan menggunakan filter telah membelokkan persepsi mereka tentang penampilan mereka dan membuat mereka kaget dan syok ketika melihat foto asli yang tidak diedit. 414 responden mengatakan, mereka tidak mau memposting foto di media sosial tanpa pengeditan yang menghilangkan kerutan, bintik-bintik, atau stretchmark. 766 responden mengatakan

mereka lebih memilih wajah yang difilter daripada wajah asli mereka untuk diposting di media sosial.

Body image merupakan gambaran seberapa jauh individu merasa puas dan menerima bagian-bagian tubuhnya serta penampilan fisik secara keseluruhan (Thompson, 2000). Lalu menurut Cash & Pruzinsky (2002) *Body image* adalah sikap yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya yang dapat berupa penilaian negatif dan positif tergantung pada individu tersebut bagaimana menyikapinya. Seseorang yang memiliki *Body image* negatif menyebabkan dirinya tidak percaya diri, self-esteem rendah, pola makan yang tidak sehat, hingga depresi. Hal tersebut dapat menyebabkan dampak negatif pada kehidupan sehari-hari dan menghambat dirinya berinteraksi sosial. Sedangkan seseorang yang memiliki *Body image* positif biasanya menilai bentuk tubuhnya secara positif, tidak cemas atau risih terhadap bentuk tubuhnya, dan menaruh perhatian yang besar untuk menjaga dan merawat tubuhnya.

Menurut Piaget dalam (Sarwono, 2010) masa remaja akhir memasuki tahap Formal-Operasional dimana pada masa ini cara berpikir remaja menjadi lebih sistematis dalam memikirkan hal-hal abstrak. Menurut Hurlock (2003) masa remaja akhir berlangsung dari usia 18-21 tahun. Pada masa ini individu mulai stabil dan mulai memahami arah hidup, menyadari tujuan hidupnya, dan mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu konsep yang jelas. Selain itu menurut Mueller (Santrock, 2011). Remaja akhir sangat memperhatikan tubuhnya dan mengembangkan citra mengenai tubuhnya. Pendapat lain menurut Bearman dkk (dalam Santrock, 2011) mengungkapkan terdapat perbedaan persepsi bentuk tubuh antara laki-laki dan perempuan, secara umum perempuan kurang puas dengan bentuk tubuhnya dan memiliki citra tubuh yang lebih negatif pada masa remaja dibandingkan anak laki-laki.

Remaja akhir perempuan yang memiliki *body image* yang positif, biasanya dalam menggunakan *instagram* tidak akan terpengaruh dengan respon pengguna lain lebih berani untuk mengunggah fotonya tanpa perlu di edit, sedangkan remaja akhir perempuan yang memiliki *body image* yang negatif, biasanya akan lebih selektif dalam mengunggah foto di *instagram*, mereka akan mengedit foto terlebih dahulu sebelum menunggahnya, dan sering membandingkan bentuk fisiknya dengan fisik orang lain (Fardouly, Pinkus, dan Vartanian, 2017)

Selain mencari data dari internet, peneliti juga melakukan pilot study untuk mengetahui dampak *Instagram* terhadap penilaian tentang *Body image* remaja perempuan di lingkungan sekitar dengan cara melakukan wawancara beberapa subjek dengan rentan usia 18-21 tahun yang bermain *Instagram* lebih dari tiga jam perhari. Wawancara dilakukan pada tanggal 19 Juni 2022 dengan subjek R (19), P (20) dan, A (20). Dari ketiga subjek didapat hasil berbeda antara subjek R, P dan A. subjek R dan

P merasa kurang puas dengan bentuk tubuhnya setelah bermain *Instagram*, mereka mulai membandingkan tubuh mereka dengan orang lain setelah melihat respon pada kolom komentar yang terkadang mereka mendapat respon negatif dari pengguna lain. Untuk subjek P merasa kurang percaya diri jika mengunggah fotonya yang tidak menggunakan filter atau diedit terlebih dahulu. Berbeda dengan subjek lainnya yang merasa tidak percaya diri mengunggah foto yang tidak menggunakan filter atau harus diedit terlebih dahulu, subjek A merasa percaya diri untuk mengupload foto dirinya tanpa filter dan tidak mengedit fotonya. Hal ini karena A merasa puas dengan bentuk tubuhnya, dan tidak terpengaruh dengan respon orang lain terhadap dirinya, A lebih mengambil respon positif dari pengguna lain terhadap dirinya dan sangat percaya diri untuk mengupload foto tanpa filter atau diedit. Lalu dari hasil wawancara tersebut disimpulkan bahwa dari ketiga subjek yang dilakukan wawancara, dua diantaranya mengaku *Instagram* mempengaruhi penilaian mereka dengan bentuk tubuhnya. Sedangkan satu subjek mengaku *Instagram* tidak mempengaruhi penilaiannya tentang bentuk tubuhnya. Selain itu terdapat perbedaan biaya hidup saat tinggal di Jakarta atau di daerah lainnya. Saat tinggal di Jakarta R jadi sering mengikuti program diet untuk menjaga bentuk tubuhnya, selain R yang merubah biaya hidupnya P juga sering membeli produk skincare yang sedang update di *Instagram* yang belum tentu cocok dengan tipe kulitnya, sedangkan menurut A dia tidak memiliki penambahan biaya hidup saat tinggal di Jakarta.

Selain melakukan wawancara penelitian ini juga menggunakan penelitian sebelumnya sebagai data pendukung, dimana penelitian yang dilakukan oleh Sari (2021) yang berjudul Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap *Body image* Remaja Perempuan di Yogyakarta disimpulkan adanya pengaruh positif antara penggunaan *Instagram* terhadap *Body image* pada remaja perempuan, lalu terdapat penelitian lain oleh Nasiha (2017) dengan judul Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram* Terhadap Persepsi Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuuddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo Tahun 2016 disimpulkan ada pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap citra tubuh remaja perempuan. Pendapat lainnya yang sejalan dengan dua penelitian di atas yang dibuat oleh Salsabila (2021) yang berjudul pengaruh intensitas penggunaan sosial media *Instagram* terhadap *body dissatisfaction* pada remaja putri, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh intensitas penggunaan sosial media *Instagram* terhadap *body dissatisfaction* pada remaja putri.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *Body image* menurut Thompson (2000) yaitu pengaruh berat badan dan persepsi gemuk atau kurus, budaya, siklus hidup, masa kehamilan, sosialisasi, konsep diri, peran gender, dan pengaruh distorsi citra tubuh pada diri individu. Menurut Fitts (Respati, Yulianto, & Widiana, 2006) Konsep diri seseorang diartikan bagaimana diri diamati, dipersepsikan, dan dialami

oleh orang tersebut, karena makna konsep diri mengandung unsur penilaian dan mempengaruhi perilaku seseorang dalam berinteraksi dengan orang lain. Fitts juga mengungkapkan terdapat dua jenis konsep diri, yaitu konsep diri positif dan negatif.

Seorang remaja akhir perempuan yang menggunakan *Instagram* secara berlebihan dapat membuat mereka memiliki konsep diri yang negatif, pernyataan peneliti didasari oleh penelitian sebelumnya oleh (Sutjipto & Hafni, 2020) remaja yang bermain *Instagram* memiliki ciri-ciri konsep diri yang negatif sebab mereka mudah terpengaruh. Dengan begitu remaja yang bermain *Instagram* diduga memiliki konsep diri yang lebih negatif daripada remaja yang tidak bermain *Instagram*. Seharusnya menurut Fitts dalam (Respati, Yulianto, dan Widiana, 2006) remaja yang memiliki konsep diri dalam masa perkembangannya, memiliki pandangan yang lebih positif terhadap dirinya sendiri, memandang diri sebagai individu yang disukai, diinginkan, diterima dan berharga, merespon positif terhadap kekurangan dan kelebihan yang dirinya miliki. Karena hal tersebut peneliti menduga konsep diri mempengaruhi *Body image* remaja perempuan yang menggunakan *Instagram*. Pernyataan tersebut sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Azhar (2021) yang berjudul hubungan antara *self concept* dengan *Body image* pada remaja, dalam penelitiannya disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *self concept* dengan *body image*.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti menduga seorang remaja akhir perempuan yang memiliki konsep diri positif adalah seseorang yang menerima dirinya sendiri dengan apa adanya, tau tentang kelemahan dan kelebihan dirinya, merasa yakin bahwa dirinya tampan atau cantik, apalagi setelah mendapatkan *like* yang banyak saat mengupload foto di *Instagram*. Hal ini dapat meningkatkan rasa kepercayaan dirinya dan merasa dirinya berharga dengan begitu, remaja yang memiliki konsep diri yang positif dapat lebih mudah bersosialisasi dan membuat dirinya berkembang. Sebaliknya seseorang yang memiliki konsep diri yang negatif akan merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya, lebih fokus terhadap komentar yang berhubungan dengan kritikan daripada pujian terhadap dirinya, mudah terpengaruh respon orang lain tentang dirinya dan merasa dirinya jelek jika *like* yang didapatkan lebih sedikit dari temannya. Jika konsep diri remaja perempuan negatif, hal tersebut dapat mempengaruhi remaja dengan lingkungan sosialnya. Akan ada penurunan kepercayaan diri dan penarikan diri yang akan membuatnya kesulitan dalam bersosialisasi dan selalu berpikir negatif tentang respon orang lain.

Dari fenomena dan data yang telah dipaparkan diatas serta dugaan yang telah peneliti simpulkan, peneliti tertarik untuk meneliti “pengaruh konsep diri terhadap *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna *Instagram*”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas peneliti menetapkan rumusan masalah yang akan dijawab yaitu apakah terdapat pengaruh konsep diri terhadap *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna *instagram*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh konsep diri terhadap *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna *Instagram*.
2. Mengetahui gambaran *body image* pada remaja akhir perempuan berdasarkan domisili, dan berat badan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang dapat digunakan dalam bidang ilmu psikologi, khususnya psikologi perkembangan remaja dan untuk memberikan gambaran konkret dari variabel konsep diri dan *body image*.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah untuk menjadi penambahan wawasan informasi bagi masyarakat khususnya bagi remaja akhir perempuan untuk dapat mengenal dirinya sendiri, menerima kelebihan dan kekurangan baik dalam segi sikap maupun bentuk fisiknya, dapat mengambil sisi positif dari setiap komentar yang diberikan kepada mereka, tidak membandingkan dirinya dengan orang lain secara berlebihan, kemudian remaja tahu bagaimana mengenal dirinya sendiri, belajar meningkatkan kepercayaan diri.