

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masa remaja merupakan masa yang berada diantara masa anak dan dewasa. Masa ini dianggap sebagai suatu bentuk transisi yang cukup penting bagi pembentukan pribadi individu untuk menjadi dewasa. Menurut Santrock (2007), remaja merupakan periode transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa yang melibatkan perubahan-perubahan biologis, kognitif, dan sosioemosional. Dalam sepanjang rentang transisi tersebut, masa remaja juga dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu masa remaja awal (12-15 tahun), masa remaja pertengahan (15-18 tahun), dan masa remaja akhir (18-21 tahun) (Monks, 2006).

Perkembangan pada masa remaja juga menjadi hal yang dianggap penting, terutama pada perkembangan fisik mereka. Perubahan ini terjadi dikarenakan adanya perubahan hormonal di dalam tubuh mereka. Terdapat perbedaan perkembangan fisik yang terjadi pada anak laki-laki dan perempuan. Pada anak laki-laki penambahan berat badan terutama disebabkan oleh semakin bertambah kuatnya susunan urat daging. Sedangkan pada anak perempuan lebih disebabkan oleh bertambahnya jaringan pengikat di bawah kulit (lemak) terutama pada bagian paha, pantat, lengan atas, dan dada. Pertambahan jaringan lemak pada bagian

tersebut membuat bentuk badan wanita mendapatkan bentuk yang khas wanita (Monks, 2006). Perubahan-perubahan inilah yang menurut Hurlock (1980) disebut sebagai ciri seksual sekunder remaja.

Hurlock juga menyatakan bahwa salah satu tugas perkembangan remaja adalah menerima perubahan yang terjadi pada dirinya dan bisa memanfaatkannya secara efektif. Adaptasi terhadap perubahan fisiknya ini merupakan tantangan remaja yang harus mereka lewati.

Pada remaja akhir khususnya remaja wanita, tidak dapat dipungkiri bahwa mereka juga mulai memperhatikan penampilan mereka. Remaja akan cenderung mulai menyukai lawan jenis dan berupaya berpenampilan untuk dapat menarik lawan jenis yang mereka sukai. Hal ini tentunya membuat remaja semakin berusaha untuk dapat terlihat cantik dan menarik.

Menurut Hill dan Monks (dalam Monks, 2006), remaja sendiri merupakan salah satu penilai yang penting terhadap badannya sendiri sebagai rangsang sosial. Bila ia mengerti bahwa badannya memenuhi persyaratan, maka hal ini berakibat positif terhadap penilaian dirinya. Dan menurut Hurlock (1980), terdapat minat-minat pribadi yang dimiliki oleh para remaja antara lain, minat pada penampilan diri, minat pada pakaian, minat pada prestasi, minat pada kemandirian, minat pada uang, pendidikan, pekerjaan, agama, dan simbol status.

Setiap remaja pada umumnya memiliki gambaran ideal mengenai dirinya sendiri yang ia harapkan dapat dimilikinya, namun perubahan-perubahan fisik yang terjadi pada masa remaja sering membuat remaja merasa aneh terhadap tubuh yang ia miliki. Remaja menjadi sering sensitif dan sangat memperhatikan

bentuk tubuh atau penampilan fisik (Langone dan Glickman, dalam Putri, 2010), terlebih lagi saat mereka akan berinteraksi dengan masyarakat luas, mereka akan cenderung lebih memperhatikan penampilan fisiknya, hal ini biasanya terjadi pada remaja wanita dimana mereka akan lebih memperhatikan penampilan mereka sebagai bentuk dari sisi feminim mereka, sedangkan pada remaja pria akan lebih memperhatikan dan memprioritaskan sisi maskulin mereka. Remaja pria cenderung akan memperhatikan prestasi, kemampuan intelektual, dan tanggung jawab mereka. Remaja pria akan lebih sering terlihat sebagai sosok individu yang mampu menjadi seorang pemimpin daripada hanya memperhatikan sisi penampilan seperti halnya remaja wanita.

Dalam kehidupan bermasyarakat juga terdapat harapan-harapan dan norma-norma yang dibebankan kepada wanita sebagai anggota masyarakat. Wanita disosialisasikan untuk lebih memprioritaskan hubungan interpersonal dibandingkan pria (Striegel-Moore, dalam Permatasari, 2006). Identitas wanita diorganisasi berdasarkan bagaimana ia menilai, mencari dan mempertahankan hubungan sosial. Dalam hakikatnya untuk mencapai konformitas dalam masyarakat, wanita belajar untuk menemukan harapan-harapan sosial yang memiliki nilai tinggi. Harapan sosial yang memiliki nilai tinggi untuk wanita di masyarakat adalah berpenampilan menarik.

Penampilan menarik dianggap membuka semua pintu kesempatan dan penerimaan yang lebih layak di masyarakat. Penampilan menarik membuat seorang wanita menjadi populer di kalangan teman-teman, mendapat tempat dalam pergaulan, lebih mudah menyesuaikan diri, dan lebih mudah mendapatkan

pasangan. Sebaliknya, wanita-wanita yang dipandang kurang menarik, seringkali menerima perlakuan yang tidak menyenangkan, seperti menjadi bahan ejekan, tidak dianggap penting dalam pergaulan, dan kurang menarik lawan jenis (Bukowsky, dalam Permatasari, 2006). Melalui pengalaman tersebut wanita belajar menghubungkan kesuksesan dalam relasi sosial dengan daya tarik fisik.

Berbagai pandangan dan informasi yang terkait dengan pentingnya penampilan fisik bagi seorang wanita, kemudian menjadikan seorang remaja wanita mempunyai persepsi maupun pandangan mengenai aspek ketubuhannya sendiri, juga perasaan-perasaannya saat ia melihat tubuhnya sendiri, serta penilaian orang sekitarnya yang memperhatikannya. Hal inilah yang disebut dengan citra tubuh (*body image*). *Body image* adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya, baik secara keseluruhan, maupun bagian per bagian, seperti ukuran (*size*), bentuk tubuh (*shape*), dan nilai estetisnya (Cash, dalam Permatasari, 2006).

Sikap terhadap tubuh individu itu sendiri dapat bersifat positif maupun negatif. Individu yang memiliki *body image* positif akan memiliki kepuasan citra tubuh (*body image satisfaction*) yang tinggi. Individu yang puas akan merasa nyaman dan percaya diri di lingkungan sosialnya. Sedangkan individu yang memiliki citra tubuh negatif akan memiliki kepuasan citra tubuh yang rendah. Mereka akan mengalami hambatan sosial, rendahnya harga diri, juga kecemasan. (Cash, dalam Permatasari, 2006).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh StrategyOne yang berbasis di New York, berkerja sama dengan DR. Nancy Etcoff dari Universitas Harvard dan DR. Susie Orbach dari London School of Economics atas permintaan Dove-

sebuah merk produk kecantikan, pada perempuan-perempuan di kota-kota besar di Indonesia ditemukan bahwa hanya 1% dari keseluruhan responden yang merasa dirinya cantik (Kompas, dalam Permatasari 2006).

Sedangkan penelitian di Amerika mengungkapkan bahwa gadis remaja lebih terpaku pada penampilan dibandingkan hal lainnya. Lebih dari separuh gadis remaja responden penelitian dengan rentang usia 12-22 tahun melakukan diet untuk mendapatkan bentuk tubuh yang menarik (Patton, dalam Permatasari, 2006). Dan gadis remaja lebih menginginkan perubahan fisik dibandingkan dengan hal apapun (Santrock, 2003).

Selain internalisasi media dan penilaian masyarakat yang menyebabkan munculnya *body image* pada wanita, tekanan dari orang-orang sekitar untuk menjadi kurus seperti halnya kebiasaan kuat dalam keluarga maupun lingkungan untuk senantiasa membanding-bandingkan individu dengan orang lain (Shonfeld, dalam Blyth, 1985) membuat para wanita semakin peka terhadap penampilan dirinya, sehingga merasa tidak puas dan selalu membandingkan dirinya dengan orang lain. Perbandingan-perbandingan yang dilakukan inilah yang dikenal dengan sebutan *social comparison*. *Social comparison* merupakan proses subyektif seseorang dalam membandingkan kemampuan dan penampilan dirinya dengan orang lain yang berada dalam lingkungannya (Festinger, dalam Sarwono, 2014).

Perbandingan sosial (*social comparison*) menjadi parameter bagi wanita untuk mengevaluasi penampilan fisiknya. Dengan melakukan *social comparison* wanita belajar untuk mengenali penampilan menarik seperti apa yang menjadi

standar ideal dalam masyarakat, untuk kemudian mengidentifikasi dirinya apakah sudah sesuai dengan standar ideal tersebut.

Standar ideal kecantikan selalu berubah dari masa ke masa. Pada abad ke-19 wanita yang cantik dan menarik diidentikkan dengan wanita yang bertubuh subur. Tubuh yang subur pada masa itu melambangkan kemampuan seksual dan reproduksi yang baik. Sejak munculnya model *fashion* Twiggy yang bertubuh super ramping pada era 60-an, tubuh langsing dijadikan patokan konsep tubuh feminim yang ideal, sehingga upaya mengurangi berat badan menjadi obsesi nasional di Amerika.

Selain berdasarkan *trend*, standar kecantikan juga tidak terlepas dari latar belakang sosio-kultural. Di Amerika, wanita cantik haruslah berambut pirang (blonde). Di Korea dan Jepang, mata yang besar dan hidung yang mancung menjadi patokan. Operasi plastik untuk memperbaiki bentuk hidung dan bentuk mata menjadi sesuatu yang umum di kota-kota besar Korea dan Jepang (Cash, dalam Permatasari, 2006). Namun walau ada perbedaan dari faktor budaya tersebut, ada standar ideal yang telah menjadi acuan bersama bagi wanita di seluruh dunia tanpa dihalangi oleh sekat-sekat geografis dan sosio-kultural, yaitu tubuh tinggi, badan ramping, hidung mancung, kulit putih, dan rambut lurus.

Walaupun Amerika dan negara-negara Eropa lainnya menjadi pelopor untuk standar kecantikan tersebut, Indonesia seperti halnya negara-negara Asia lainnya mengadaptasinya ke dalam budaya mereka sendiri. Wanita Indonesia, terutama di kota-kota besar juga memandang tubuh tinggi dan ramping, kulit putih dan mulus, serta hidung mancung dan rambut lurus sebagai kecantikan ideal.

Pada dasarnya, tidak semua orang dianugerahi tubuh tinggi dan ramping, kulit putih dan mulus, serta hidung mancung dan rambut lurus seperti standar ideal itu. Individu yang tidak menyamai citra ideal itu seringkali merasa tidak percaya diri dan merasa tidak ada bagian dari hidup ini yang dapat dinikmati (Kosasih, dalam Permatasari 2006). Akhirnya salon-salon kecantikan, dokter bedah plastik, serta pusat-pusat perampingan tubuh menjadi sebuah solusi.

Tidak bisa dipungkiri bahwa citra ideal kecantikan dikonstruksikan secara sosial oleh media massa dan industri kecantikan. Media massa memainkan peranan yang penting dalam menyebarkan informasi mengenai standar ideal dalam berpenampilan. Majalah-majalah wanita di hampir seluruh isinya baik artikel maupun iklan memuat tentang cara-cara mencapai penampilan menarik. Bahkan tak jarang artikel mengenai kesehatan pun menyiratkan pesan dengan gamblang bahwa tubuh ramping itu sehat, dan diet itu untuk menjaga tubuh tetap langsing. Dalam rubrik *fashion*, model-model yang bertubuh tinggi kurus dan cantiklah yang mengenakan busana-busana indah rancangan desainer dan terlihat pantas di tubuh. Hal ini mengirimkan isyarat kepada pembaca bahwa tubuh yang seperti model itu merupakan gantungan ideal untuk baju-baju yang indah.

Industri kecantikan dan kosmetika juga memainkan peranan utama dalam penciptaan standar ideal kecantikan. Industri-industri itu selalu menciptakan kebutuhan akan penampilan sempurna dan tak jarang mampu membuat wanita cantik merasa dirinya tidak menarik apabila tidak memakai produk-produk yang mereka keluarkan. Industri kecantikan membuat berbagai macam produk yang ditujukan untuk setiap bagian tubuh wanita. Industri kecantikan juga selalu

mengiklankan produknya dengan model yang cantik dan merupakan *icon* citra feminim yang ideal. Iklan-iklan produk kecantikan juga menyampaikan informasi kepada khalayak bahwa produknya adalah sarana untuk mencapai penampilan ideal.

Dalam konteksnya dengan perbandingan sosial, model-model iklan merupakan target yang akan dijadikan sumber penilaian untuk dijadikan pembanding karena mereka dianggap mewakili citra ideal (*upward comparison*). Target lain yang biasanya ditentukan sebagai sumber penilaian adalah teman sebaya yang dianggap memiliki penampilan menarik (*downward comparison*). Dengan adanya target itu, membuat individu berusaha menyamai atau setidaknya mendekati target yang mereka tetapkan.

Dalam perbandingan ini mereka tidak sekedar menerima informasi tentang bentuk tubuh atau penampilan ideal dari target, tetapi juga berusaha untuk menilai sejauh apa kekurangan dan kemiripan diri mereka dibandingkan dengan target yang mewakili standar ideal itu. Apabila perbandingan tersebut memperlihatkan hasil bahwa dirinya tidak mendekati atribut-atribut ideal yang dimiliki target mereka akan merasa tidak puas dengan dirinya (Jones, 2001). Thompson (dalam Jones 2001) juga menambahkan bahwa remaja putri yang sering melakukan *social comparison* cenderung memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh yang lebih tinggi dibandingkan dengan remaja putri yang jarang melakukan *social comparison*

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara *Social Comparison* dengan *Body Image* pada Remaja”.

B. Identifikasi Masalah

Masa perkembangan yang dilewati remaja putri dalam proses pencarian jati diri agar dapat diterima oleh orang-orang sekitarnya mendorong remaja untuk berusaha melakukan segala upaya agar keinginannya dapat tercapai. Penerimaan di tengah masyarakat menjadi hal yang cukup penting bagi remaja, untuk dapat mencapai hal tersebut remaja tentunya harus dapat memenuhi harapan sosial yang diinginkan oleh masyarakat.

Kepopuleran menjadi suatu aspek kehidupan yang terbilang penting bagi remaja. Untuk dapat mencapai kepopuleran tersebut remaja akan berupaya mengevaluasi kekurangan dan kelebihan yang mereka miliki. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepopuleran remaja adalah faktor fisik. Maka untuk dapat mencapai hal tersebut remaja akan berupaya untuk mengevaluasi kekurangan fisik yang remaja miliki.

Adanya suatu kepentingan tersendiri bagi remaja mengenai penampilan fisik mereka menjadikan remaja cenderung terus menilai bagaimana tampilan yang ia miliki (*body image*). Remaja akan memiliki persepsinya sendiri mengenai fisik yang ia miliki, berusaha mencari kekurangan yang ia miliki, serta memiliki perasaan tersendiri tentang fisik yang mereka nilai terhadap dirinya sendiri. Remaja yang merasa memiliki fisik yang memenuhi syarat dari harapan sosial di masyarakat tentunya akan merasa percaya diri untuk tampil di masyarakat, dalam hal ini remaja tersebut tergolong sebagai remaja yang memiliki *body image* positif karena memiliki kepuasan citra tubuh (*body image satisfaction*) yang tinggi. Namun bagi remaja yang merasa bahwa fisiknya tidaklah memenuhi standar ideal

yang diinginkan masyarakat, maka remaja ini tergolong sebagai remaja yang memiliki *body image* negatif karena remaja tersebut memiliki *body satisfaction* yang rendah.

Body image yang dimiliki remaja dengan mengikuti harapan sosial yang dibentuk oleh masyarakat akan membuat remaja untuk mencari suatu obyek sebagai pembanding. Obyek pembanding inilah yang nantinya akan menjadi kiblat remaja dalam memperhatikan penampilan fisiknya, sehingga remaja akan semakin mendekati fisik ideal jika mengikuti penampilan yang dimiliki obyek tersebut. Proses membandingkan diri sendiri dengan obyek pembanding inilah yang disebut sebagai *social comparison* yang merupakan salah satu faktor penyebab timbulnya *body image* pada remaja.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalahnya dengan menjelaskan *body image* yang dialami oleh remaja akhir berusia 18-22 tahun yang berjenis kelamin perempuan, dan berstatus mahasiswi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah ada hubungan antara *social comparison* dengan *body image* pada remaja?”

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *body image* pada remaja di Universitas Medan Area.

F. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat memberi sumbangan ilmu yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi bagi perkembangan disiplin ilmu psikologi sosial dan psikologi perkembangan dalam kaitannya dengan *body image* dan *social comparison*.

b) Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan acuan bagi para remaja agar dapat mengetahui, menyadari dan akhirnya mengambil sikap terhadap masalah yang terkait dengan *body image* dan *social comparison*.