

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penampilan merupakan hal yang penting bagi wanita, apalagi pada usia dewasa awal. Santrock (2017) mengungkapkan bahwa usia dewasa awal merupakan masa transisi. Pada masa ini wanita harus melakukan penyesuaian diri terhadap fisik yang telah berubah saat pubertas, selain itu wanita juga harus menyesuaikan diri untuk dapat terjun ke lingkungan sosial. Jahja (2011) mengungkapkan masa dewasa awal merupakan masa dimana banyak terjadi permasalahan terkait penyesuaian diri, sehingga rawan mengalami kekhawatiran untuk dapat menerima dirinya sendiri maupun agar dapat diterima orang lain. McKinley (1996) mengungkapkan masa dewasa awal adalah usia keintiman (untuk dapat dipandang dan diterima oleh orang lain) dan prestasi menjadi dua hal yang penting dan terkait dengan pengalaman tubuh. Oleh karena itu, wanita pada dewasa awal akan semakin meyakini pentingnya memiliki penampilan yang cantik dan menarik untuk dapat diterima di lingkungan sosial.

Standar kecantikan ideal pun terus berubah dari tahun ke tahun dan tak dapat dipungkiri bahwa media menjadi pusat tren yang mengkonstruksi dan mempromosikan nilai-nilai kecantikan yang dapat mempengaruhi individu untuk menentukan standar penampilan ideal yang menarik bagi masyarakat (Zulfiyah & Nuqul, 2019). Di era digital seperti sekarang, media sosial adalah media terbaru dan tercepat pertumbuhannya untuk menjadi proyeksi tentang apa yang terjadi di masyarakat dan juga sebagai sarana ekspresi diri (Burns, 2018). Julian De Silva

(dalam Thaeras, 2017) mengatakan bahwa media sosial merupakan tempat pencitraan diri yang kuat sehingga membuat wanita ingin tampil menarik saat difoto dan mengunggahnya di media sosial agar mendapatkan pujian dari publik.

Pada era post modern seperti saat ini, menjadi cantik “natural” atau tampak sempurna setiap saat sedang menjadi tren yang banyak diidam-idamkan wanita (ZAP Clinic, 2020). Memiliki kulit tanpa noda, alis tebal, bibir berwarna cerah tebal, muka tirus, hidung mancung dan memiliki lekuk tubuh namun tetap dalam kategori kurus menjadi tren kecantikan yang diidolakan wanita termasuk di Indonesia (Kusuma, 2019; Komarudin, 2020; Sadati, 2019). Akan tetapi, standar tersebut terkadang tidak dapat direalisasikan sepenuhnya dan sudah banyak gerakan feminis untuk kampanye tubuh positif. Meskipun demikian, menurut Wolf (dalam Rizkiyah & Apsari, 2019) alam bawah sadar wanita masih dikendalikan oleh perasaan mengenai kondisi diri secara fisik, yaitu obsesi terhadap kecantikan.

Banyak wanita dewasa awal yang akhirnya rela melakukan banyak hal untuk mengubah penampilannya agar dapat sesuai dengan tren standar kecantikan dan tubuh yang ideal, mulai dari mengurangi porsi makan, diet ketat, olahraga keras, serta mengonsumsi suplemen diet. Disamping itu, Komarudin (2020) mengungkapkan bahwa saat ini banyak klinik kecantikan yang menawarkan permak yang memfasilitasi wanita untuk dapat tampil sempurna setiap saat, seperti operasi plastik, pengecilan perut, memperbesar payudara, sedot lemak, suntik putih, suntik *botox*. Teknologi terbaru untuk bedah kosmetik yaitu sulam kecantikan, mulai dari sulam alis, mata, bibir, bedak dan berbagai kontur wajah seperti suntik *filler*, laser, dan tarik benang (ZAP Clinic, 2018).

Tekanan untuk mendapatkan penampilan yang sempurna setiap saat membuat banyak permintaan operasi plastik kian meningkat. Menurut data penelitian yang dilakukan oleh *American Society of Plastic Surgeons* (ASPS) (dalam Febriansyah, 2019) pada tahun 2018 terdapat hampir 17,7 juta prosedur operasi plastik terjadi di Amerika Serikat dan temuan ini juga menunjukkan bahwa wanita yang menilai harga diri, kepuasan hidup, daya tarik rendah, dan banyak terpapar oleh media lebih rentan melakukan operasi plastik. Tambahan lagi, menurut survei terhadap para dokter bedah plastik yang tergabung dalam *American Academy of Plastic Facial and Reconstructive Surgery* (AAFPRS) lebih dari 40% dokter bedah plastik mengatakan alasan pasien melakukan operasi plastik adalah agar tampak sempurna dan pantas diunggah di media sosial (Ardina, 2017). Laporan statistik tahunan ASPS juga menunjukkan semakin banyak wanita dewasa awal yang sudah melakukan koreksi untuk memperbaiki penampilan (Thaeras, 2017).

Permintaan untuk operasi plastik juga sedang meningkat di Indonesia. Menurut Data Yahsyi (2016) dalam seminggu, terdapat lima sampai enam pasien orang Indonesia yang datang untuk operasi plastik. Selain itu, jumlah turis Indonesia yang datang ke Thailand untuk operasi plastik pun kian meningkat. Terdapat 150 pasien Indonesia pada tahun 2010 dan naik menjadi 254 pasien pada tahun 2013 (Karwati, 2018). Dr Budiman, merupakan wakil ketua dari Perhimpunan Dokter Spesialis Bedah Plastik Rekonstruksi dan Estetik Indonesia (PERAPI), mengungkapkan bahwa operasi hidung, kelopak mata, dan sedot lemak merupakan prosedur bedah plastik yang banyak diminati orang Indonesia (Harsono, Wisnuwardani, & Benedikta, 2019).

Permintaan permak tubuh di Indonesia yang semakin meningkat juga didukung dari pengaruh dari figur publik, seperti selebriti dan *influencer*, yang tampil di berbagai media. Beberapa publik figur, seperti DA dan KN, juga mengaku telah melakukan operasi terhadap beberapa bagian tubuhnya karena merasa malu dengan tidak percaya diri dengan wajah dan bagian tubuhnya (Listusista, 2020). Menurut survey dari ZAP Beauty Index (2020), sebanyak 82,5 persen wanita memiliki persepsi bahwa ‘cantik’ adalah memiliki kulit yang putih dan lebih mementingkan memiliki kulit yang putih dibandingkan dengan merasa bahagia atau memiliki tubuh yang sehat dan bugar. Fadli Sahab, pemilik dari klinik kecantikan ZAP, juga mengungkapkan bahwa sebesar 64% dari konsumen klinik kecantikan merupakan kaum milenial yang dapat menghabiskan sekitar 20 juta hingga lebih dari 50 juta per tahun untuk memperlakukan anggota tubuh dan wajah (Hasibuan, 2018). Meskipun rasa sakit dan memerlukan biaya yang tidak sedikit, namun banyak wanita yang rela melakukannya untuk merubah penampilannya (Ulfa, 2018).

Peneliti telah melakukan wawancara singkat dengan dua wanita yang berdomisili di Kota Bandung, kota metropolitan yang terkenal sebagai pusat mode dan salah satu kota pusat bedah plastik di Indonesia (Priherdityo, 2016). Kedua narasumber mengungkapkan bahwa penampilan fisik merupakan hal yang sangat penting bagi mereka. Narasumber pertama berusia 24 tahun berinisial MA. MA mengatakan bahwa ia tidak menyukai bentuk badannya meskipun berat badan MA termasuk dalam kategori normal karena MA ingin memiliki bentuk tubuh seperti artis Korea yang sering dia lihat di Instagram. Hal ini membuat MA melakukan diet ketat serta olahraga keras, meskipun MA jadi sering mengalami vertigo dan pernah jatuh pingsan, namun menurutnya hal ini

wajar demi mendapatkan penampilan yang ideal baginya. Narasumber kedua, wanita berusia 22 tahun berinisial SA. SA berpendapat bahwa masyarakat akan menilai dirinya lewat penampilan fisiknya, sehingga berbagai usaha dilakukan SA untuk mengubah penampilan fisiknya, seperti diet untuk mendapat tubuh yang kurus dan akan merasa cemas apabila berat tubuhnya naik. Selain itu, SA juga melakukan *botox*. SA terinspirasi untuk melakukan bedah kosmetik setelah melihat banyak iklan klinik kecantikan di Instagram. SA mengaku bahwa prosesnya sakit namun menurutnya sepadan karena SA merasa dengan mengubah penampilan fisiknya, ia akan lebih dinilai baik orang lain sehingga membuat kualitas dirinya lebih baik.

Dari fenomena yang telah dipaparkan dan hasil wawancara singkat yang telah dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa banyak wanita dewasa awal yang berusaha mengubah tubuhnya agar sesuai dengan standar kecantikan. Mendukung pernyataan McKinley (2011) yang mengungkapkan wanita pada dewasa awal cenderung mengalami gangguan dengan pengalaman tubuhnya untuk mendapat penerimaan dari kelompok sosial. Standar kecantikan yang dikonstruksi dan dipromosikan berbagai media terkadang tidak realistis dan membuat wanita merasa tidak nyaman dengan tubuh yang mereka miliki (Rosalinda & Fricilla, 2015). Oleh karena itu, banyak wanita dewasa awal yang melakukan usaha keras untuk mengubah tubuhnya bahkan lewat operasi demi dapat tampil cantik meskipun memerlukan biaya yang mahal dan beresiko untuk kesehatan, namun wanita rela melakukannya demi mengukuhkan eksistensi agar dapat sesuai dengan tren standar kecantikan dan tubuh yang ideal. Dari fenomena dan wawancara singkat pada wanita dewasa awal menunjukkan wanita dewasa awal cenderung melakukan objektifikasi diri dengan melakukan

perubahan pada tubuh mereka untuk dapat mengikuti standar kecantikan ideal agar dapat diterima dan dipandang baik oleh masyarakat.

Objektifikasi diri adalah ketika individu berpikir dan memperlakukan diri mereka sebagai “objek” untuk dipertimbangkan dan dievaluasi berdasarkan penampilan fisik, daripada mementingkan aspek dan kompetensi yang dimiliki pribadi, untuk menentukan kualitas diri (Fredickson & Roberts, 1997). McKinley & Hyde (1996) mengungkapkan objektifikasi diri membuat wanita menilai diri mereka dari sudut pandang orang lain. Objektifikasi diri dapat terjadi pada pria maupun wanita, namun menurut beberapa teori feminis dan penelitian, objektifikasi lebih umum ditargetkan kepada wanita (Fredickson & Roberts, 1997; Aubrey, 2006; Zurbriggen, 2013; Oxman, 2017). Feltman (2018) menjelaskan bahwa wanita yang melakukan objektifikasi diri memandang dirinya seperti objek yang dinilai berdasarkan penampilan fisik, sehingga mengevaluasi dirinya dari penampilan fisik, maka wanita pun rela melakukan usaha-usaha untuk menunjang penampilannya untuk tampil cantik, yang dianggapnya sangat penting, agar dapat dinilai dan dihargai orang lain meskipun dapat berisiko untuk kesehatan mental maupun fisik wanita tersebut.

McKinley & Hyde (1996) mengungkapkan bahwa terdapat tiga aspek penting yang mempengaruhi wanita untuk melakukan objektifikasi diri yaitu pengawasan tubuh, internalisasi standar budaya dan merasa malu dengan tubuh jika tidak sesuai, serta keyakinan akan kontrol penampilan. Dalam teori objektifikasi diri Fredickson & Robert (1997) mengungkapkan bahwa, terdapat kesenjangan antara kondisi tubuh aktual dengan standar ideal yang diinternalisasi pada wanita yang mengobjektifikasi diri. Hal ini membuat wanita merasa buruk tentang tubuhnya sehingga melakukan usaha-usaha untuk

mengubah tubuhnya agar dapat mendapat penampilan yang sesuai dengan standar kecantikan ideal yang diinternalisasinya.

Objektifikasi diri merupakan akibat dari memiliki citra tubuh yang rendah (Yanaprasetya, 2007; Zulfiyah & Nuqul, 2019). Citra tubuh merupakan persepsi tentang pikiran dan perasaan seseorang mengenai tubuhnya. Apabila memiliki citra tubuh yang rendah, maka wanita akan mengalami ketidakpuasan terhadap penampilan tubuhnya sehingga memicu wanita untuk mengobjektifikasi diri dengan melakukan kontrol berlebihan terhadap tubuhnya dan mengubah penampilan fisiknya agar dapat sesuai dengan standar penampilan ideal yang diinternalisasi.

Objektifikasi diri berisiko menyebabkan konsekuensi psikologis seperti perasaan malu, kecemasan, mengurangi kesadaran internal tubuh, dan menghambat mencapai keadaan motivasi puncak ketika individu merasa bahagia, sejahtera, dan hidup seutuhnya. Selain itu, objektifikasi diri juga dapat menyebabkan kecemasan penampilan, *body shame*, sikap positif terhadap operasi plastik, depresi, disfungsi seksual, dan berbagai bentuk gangguan makan seperti *anorexia nervosa* dan *bulimia* (Fredickson & Roberts, 1997; Rollero & Piccoli, 2017; Roca, 2018). Brem (dalam Isnain, 2019) juga mengungkapkan bahwa objektifikasi diri menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi terjadinya gangguan dismorfik tubuh atau *body dysmorphic disorder* (BDD)

Dalam teori Fredickson & Roberts (1997) terdapat beberapa faktor yang mendukung terjadinya objektifikasi diri pada wanita yaitu hubungan interpersonal dan sosial, media yang menggambarkan hubungan interpersonal dan sosial, serta pengaruh media visual. Disamping itu, McKay (2013) menyatakan bahwa

faktor- faktor objektifikasi diri adalah hubungan, pengaruh sosial, dan pengaruh media. Dari beberapa faktor yang telah disebutkan, media merupakan salah satu faktor yang dapat memicu wanita untuk melakukan objektifikasi diri. Apabila ditinjau dari fenomena dan hasil wawancara diatas, media merupakan faktor yang memberikan pengaruh dalam memproduksi dan mengkonstruksi standar kecantikan ideal. Hal ini sesuai dengan pernyataan Aubrey (2006) yang mengungkapkan bahwa media sebagai faktor yang berpengaruh besar dengan memberikan pesan- pesan objektifikasi masyarakat yang memicu wanita untuk mengobjektifikasi diri.

Standar penampilan ideal terus berubah dan media menjadi sarana yang memfasilitasi untuk mempopulerkan gaya hidup dengan kecantikan ideal yang menjadi tren pada masanya (Zulfiyah & Nuqul, 2019). Media sosial adalah sebuah media berbasis internet yang memberikan akses bagi penggunaanya untuk membuat dan bertukar konten serta bergabung dalam komunitas *online* (Sukmaraga, 2018). Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada salah satu media sosial yaitu Instagram. Instagram adalah salah satu media sosial terpopuler di dunia yang mengalami pertumbuhan paling cepat dan menawarkan budaya dan logika media representasi diri lewat visual (Aslam, 2020). Instagram menjadi salah satu media terjadinya medan praktek objektifikasi, hal ini disebabkan karena sebagian besar konten merupakan foto atau gambar tentang pribadi yang diunggah oleh pengguna sendiri dan dapat dilihat, dikomentari, dan dievaluasi oleh publik (Bell, Cassarly, & Dunbar, 2018).

Penggunaan Instagram dapat ditinjau dari intensitas dalam menggunakan Instagram. Intensitas adalah keadaan tingkatan atau kekuatan intens sebuah perilaku (Sukmaraga, 2018). Menurut Tobb & Moss (dalam Sukmaraga, 2018)

intensitas dapat ditinjau berdasarkan dua aspek yaitu durasi dan frekuensi. Durasi adalah rentang waktu dalam menggunakan Instagram, sedangkan frekuensi adalah pengulangan perilaku dalam menggunakan Instagram.

Menurut Burns (2018) gambaran mengenai konsep wanita ideal merupakan budaya masyarakat yang disebut budaya objektifikasi, yang didalamnya berisi praktik objektifikasi seksual yang menilai, mengomentari, dan mengevaluasi wanita dari penampilan fisik yang terlihat. Dalam hubungan ini, menurut Morisson (dalam Burns, 2018) media bertujuan untuk mempengaruhi persepsi individu dengan mempopulerkan budaya objektifikasi yang berisi kriteria penampilan yang ideal dan yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut akan dianggap tidak menarik.

Instagram, yang merupakan salah satu media sosial terpopuler, berfungsi sebagai ruang untuk mempublikasi foto dan video, maka banyak akhirnya bermunculan *influencer*, selebgram (selebriti Instagram), dan wanita berparas cantik yang menawarkan visual dengan tampilan fisik yang diidam-idamkan banyak wanita (Burns, 2018). Semakin sering dan banyak waktu yang dihabiskan wanita untuk mengakses Instagram maka akan semakin banyak wanita melihat foto dan video yang menunjukkan figur berpenampilan menarik di Instagram. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi wanita tentang gambaran wanita ideal yang dimilikinya. Semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram maka akan semakin banyak juga paparan informasi gambaran ideal di Instagram (Sukmaraga, 2018; Andini, 2020). Oleh karena itu, akhirnya muncul kesenjangan antara konsep penampilan ideal dengan kondisi aktual pada wanita dewasa awal, yang rentan mengalami gangguan tentang pengalaman tubuh, serta sesuai dengan tugas perkembangannya, wanita dewasa awal ingin diterima oleh masyarakat (Putri,

2018). Hal ini menyebabkan wanita dewasa awal cenderung mengobjektifikasi diri, dengan mengubah penampilan agar sesuai dengan kriteria ideal yang diinternalisasi. Wanita mengunggah foto mereka di Instagram untuk memperlihatkan tubuh mereka yang kurus dan rapi untuk mencari pengakuan sosial dari publik yang menentukan objek kesenangan estetik (Kertamukti, Nugroho, & Wahyono, 2018). Ditambah lagi, hasil penelitian Bell, Cassarly, & Dunbar (2018) juga membuktikan bahwa semakin wanita mengunggah penampilan yang mengobjektifikasi diri semakin banyak respon positif (*likes*) yang didapat dari masyarakat Instagram.

Penelitian Dewi, Yuliana, & Nurjuman (2018) mengungkapkan bahwa kebanyakan wanita tidak menyadari objektifikasi yang terjadi pada dirinya di *Instagram*. Objektifikasi diri wanita adalah obsesi wanita untuk dapat selalu tampil cantik di *Instagram*. Hal ini wanita lakukan agar dapat selalu mengikuti tren di *Instagram* untuk dapat apresiasi dari publik. Beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Liu (2018), Fardouly, Willburger, & Vartanian (2018), Feltman & Szymanski (2018), Feltman (2018) dan Skowronski, Busching, & Krahé (2020) juga mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan *Instagram* dan objektifikasi diri pada wanita, semakin tinggi intensitas penggunaan *Instagram* maka semakin meningkat juga objektifikasi diri wanita. Hal ini menyebabkan wanita menginternalisasi dan membandingkan diri dengan wanita lain di *Instagram*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti melihat fenomena menarik terkait hubungan intensitas penggunaan Instagram dengan objektifikasi pada wanita dewasa awal. Peneliti ingin meneliti kembali untuk melengkapi penelitian sebelumnya oleh Feltman (2018) yang menggunakan sampel terbatas

hanya pada mahasiswi psikologi dengan mayoritas kulit putih di Southern University. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji kembali ada atau tidaknya hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan objektifikasi diri pada wanita dewasa awal pada budaya objektifikasi yang terjadi pada wanita Indonesia.

1.1 Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dan objektifikasi diri pada wanita dewasa awal?

1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara objektifikasi diri dengan penggunaan Instagram pada wanita dewasa awal

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengembangkan wawasan terutama dalam bidang ilmu psikologi wanita dan psikologi sosial tentang hubungan intensitas penggunaan Instagram dan objektifikasi diri pada wanita dewasa awal

1.3.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk memberikan gambaran hubungan antara objektifikasi diri dan penggunaan Instagram pada wanita dewasa awal.