

## BAB 5

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1. Hasil Analisis Data

Dari hasil tes ranking-bertanda wilcoxon menunjukkan nilai z wilcoxon sebesar -1,873 dan terdapat perubahan dari Asymp. Sig. (2-tailed) menjadi Asymp. Sig. (1-tailed) dengan demikian nilai  $p = 0,0305$  dengan ( $p < 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa terjadi perbedaan antara pre test dan post test. Diketahui bahwa nilai *mean pre test* = 136,50 dan nilai *mean post test* = 121,61, sehingga dapat diartikan bahwa nilai post test lebih rendah dibandingkan dengan nilai pre test. Dapat disimpulkan bahwa nilai citra tubuh pada perempuan remaja awal panti asuhan Kristen Tanah Putih mengalami penurunan yang signifikan setelah diberikan paparan gambaran tubuh ideal dalam gambar dan video yang diambil dari iklan di media massa.

#### 5.2. Pembahasan

Dari hasil tes ranking-bertanda wilcoxon, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dengan signifikansi 0,0305, ( $P < 0,05$ ). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh penayangan dalam gambar dan video yang diambil dari iklan di media massa. terhadap penurunan citra tubuh subjek menjadi lebih rendah dari sebelum diberi paparan. Hasil tersebut juga didukung dengan terdapat tigabelas subjek yang nilai *post test* lebih rendah dibandingkan dengan nilai pre test, sedangkan lima subjek lainnya mengalami peningkatan pada nilai post test.

Peneliti mewawancarai ketigabelas subjek yang mengalami penurunan pada nilai post test, dimana peneliti menanyakan mengenai apa yang dirasakan subjek terhadap tubuhnya setelah mengikuti penelitian (merasa baik, buruk, atau

biasa saja). Dari wawancara kecil tersebut, diperoleh pernyataan bahwa perasaan ketigabelas subjek terhadap tubuhnya menjadi lebih buruk setelah diberikan paparan. Ketigabelas subjek tersebut mengemukakan alasan yang bervariasi namun menuju pada kesimpulan yang hampir sama bahwa mereka merasa kurang puas dan kurang bisa menerima keberadaan tubuh yang mereka miliki dan ada keinginan untuk merubah bagian tubuh subjek dengan tujuan menjadi terlihat cantik. Mereka berpendapat bahwa beberapa bagian tubuh mereka tidak semenarik model baik yang ditampilkan oleh iklan maupun film dan berkeinginan untuk menyerupai model tersebut.

Berikut peneliti sertakan hasil pre test dan post test kelima subjek yang telah peneliti wawancara sebelum eksperimen berlangsung (SN, EV, LA, GC, dan MR) ,diperoleh hasil sebagai berikut:

MR subjek nomer 8 dengan hasil *pre test* 157 kemudian mengalami penurunan setelah diberikan paparan gambaran tubuh ideal dalam iklan dan film di media massa hasil *post test* menjadi 129. Setelah pemberian intervensi berlangsung pada bagian iklan pemutih kulit MR berkomentar bahwa percuma menggunakan produk yang ada di iklan, karena MR sudah mencoba semua produk pencerah dengan tujuan agar kulitnya menjadi putih seperti bintang iklan namun hasilnya tetap sama saja.

EV subjek nomer 12 dengan hasil *pre test* 131 kemudian mengalami penurunan setelah diberikan paparan gambaran tubuh ideal dalam iklan dan film di media massa hasil *post test* menjadi 66. Setelah penayangan film berlangsung EV memberikan komentar pada bentuk tubuh pemeran utama yang sangat bagus, sangat ideal bagi diri EV dan kembali membandingkan bentuk tubuhnya yang tidak sebagus bintang film tersebut. EV bercerikalau teman-temannya seringkali

mengejek bahwa dirinya adalah seperti teman pemeran utama yang kecil dan pendek.

LA subjek nomer 5 dengan hasil *pre test* 154 kemudian mengalami penurunan setelah diberikan paparan gambaran tubuh ideal dalam iklan dan film di media massa hasil *post test* menjadi 111. LA orang yang cenderung tidak bisa menahan untuk berkomentar selama penayangan iklan berlangsung LA selalu menyebutkan bahwa model yang ada dalam iklan tersebut adalah dirinya, seperti “Itu aku, lihat kan rambutnya kayak rambutku, bodynya kayak aku, kulitnya juga putih kayak punyaku”, lalu teman-teman yang mendengar komentar tersebut menyoraki LA.

SR subjek nomer 16 dengan hasil *pre test* 165 kemudian mengalami penurunan setelah diberikan paparan gambaran tubuh ideal dalam iklan dan film di media massa hasil *post test* menjadi 112. SR bercerita pada peneliti “ Kapan ya Kak rambutku bagus, lurus kayak yang di iklan *shampoo*, capek aku tu setiap waktu catokan terus biar rambutnya bisa lurus sampe kering kerontang begini, coba kalau asli lurus kan aku nggak perlu catok-catok udah cantik”.

GC subjek nomer 13 dengan hasil *pre test* 167 kemudian mengalami penurunan setelah diberikan paparan gambaran tubuh ideal dalam iklan dan film di media massa hasil *post test* menjadi 106. Untuk subjek GC lebih pada membandingkan keberadaan wajahnya dengan bintang iklan dan film yang ada, GC berpendapat bahwa bintang iklan dan bintang film memiliki wajah yang mulus, yang cantik sedangkan wajahnya jauh dibawah bintang iklan dan bintang film tersebut.

Hasil wawancara diatas sejalan dengan teori yang di kemukakan Stefania dan Palmer (2017) bahwa penilaian yang buruk, perasaan yang negatif dan

ketidakpuasan perempuan remaja awal terhadap keberadaan tubuhnya dapat di pengaruhi oleh dalam iklan dan film di media massa yang menampilkan seorang model perempuan yang diaanggap bertubuh ideal.

Dari hasil tes ranking-bertanda wilcoxon dan didukung oleh hasil wawancara membuktikan teori Cash (dalam Denich & Ildil, 2015) yang menyatakan bahwa dalam iklan dan film di media massa dapat memberikan pengaruh kuat dalam membentuk citra tubuh seseorang. Lebih lanjut Denich dan Ildil (2015) menerangkan bahwa ketika seseorang menganggap kondisi fisiknya tidak sama dengan konsep idealnya, maka individu tersebut akan merasa memiliki kekurangan secara fisik meskipun dalam pandangan orang lain penampilah tubuh orang tersebut biasa saja. Keadaan seperti itu yang sering membuat seseorang tidak dapat menerima kondisi fisiknya secara apa adanya sehingga citra tubuhnya menjadi negatif. Kesenjangan yang terlalu jauh antara tubuh yang dipersepsi dimana menggambarkan tubuh ideal seperti yang ditampilkan oleh model iklan atau bintang film, dengan keberadaan tubuh yang sebenarnya akan menyebabkan penilaian yang rendah terhadap tubuhnya, hal tersebut yang membuat mereka memiliki kepuasan terhadap bentuk tubuh yang rendah akibat dari penilaian yang rendah terhadap citra tubuh yang tidak sesuai dengan gambaran idealnya.

Sejalan dengan hasil penelitian Borzekowski dan Bayer (2005) dimana body image dapat dipengaruhi oleh media, seperti televisi, internet, dan majalah, karena sering menggambarkan orang lebih dekat dengan tipe tubuh yang ideal umum diterima daripada citra tubuh rata-rata, untuk menjual produk mereka. Lebih lanjut dalam penelitian Borzekowski dan Bayer disimpulkan bahwa dengan melihat model yang langsing di dalam iklan dan film di media massa membuat gadis dan perempuan merasa buruk tentang tubuh mereka. Secara singkat media

menciptakan citra seorang wanita itu langsing pada majalah fashion terbukti menyebabkan sejumlah efek negatif secara langsung termasuk perhatian yang lebih besar tentang berat badan, ketidakpuasan tubuh, suasana hati yang negatif, dan penurunan persepsi daya tarik diri.

Sedangkan, untuk 5 orang yang mengalami kenaikan nilai *post test* peneliti juga melakukan wawancara dan dari hasil wawancara kecil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa subjek merasa biasa saja setelah diberikan paparan. Mereka menerima, bersyukur, dan menghargai keberadaan tubuh mereka, meskipun keberadaan tubuh mereka tidak seindah tubuh yang ditayangkan oleh dalam iklan dan film di media massa dalam penelitian. Hasil wawancara tersebut didukung oleh sebuah penelitian yang menemukan bahwa perempuan dengan penghargaan yang tinggi terhadap tubuhnya dapat terlindungi dari efek buruk paparan media mengenai internalisasi idealisasi tubuh yang kurus, begitu pula sebaliknya penghargaan yang rendah akan membuat perempuan rentan terkena efek buruk paparan media mengenai internalisasi idealisasi tubuh yang kurus tersebut (Halliwell, 2013). Penghargaan terhadap tubuh adalah salah satu aspek dari citra tubuh yang positif, ada empat kualitas penting dari citra tubuh positif yang perlu ditanamkan dalam diri perempuan yaitu mengadakan evaluasi positif terhadap tubuh, penerimaan tubuh, menghormati dan memperhatikan kebutuhan tubuh, dan melindungi tubuh dengan menolak harapan akan penampilan ideal yang tidak realistis (Avalos dkk, 2005).

Penelitian yang peneliti lakukan ini juga tidak menutup kemungkinan terdapat beberapa kelemahan. Antara lain mengenai kepadatan jadwal kegiatan panti asuhan Kristen Tanah Putih yang menyebabkan terbatasnya waktu peneliti untuk memberikan paparan yang menyebabkan sesi harus dilaksanakan dengan

waktu yang relatif singkat dan hanya dalam dua kali pertemuan. Kelemahan selanjutnya, paparan yang di berikan kurang berfariasai karena hanya menonton tayangan video saja.

