

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam hidup bermasyarakat ada harapan-harapan dan norma-norma yang dibebankan kepada wanita sebagai anggota masyarakat. Wanita disosialisasikan untuk lebih memprioritaskan hubungan interpersonal daripada pria (Striegel-Moore dan Marcus, 1995 dalam Nirmala,1996). 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, Hoza, dan Boivin, 1993, dalam Nirmala,1996). Melalui pengalaman tersebut wanita belajar menghubungkan

kesuksesan dalam relasi sosial dengan daya tarik fisik (Striegel-Moore dan Marcus, 1995, dalam Nirmala, 1996). Sebagai akibatnya wanita menyamakan daya tarik fisik dengan harga diri (Frank, 1986, Nagel dan Jones, 1992, dalam Nirmala, 1996).

Perbandingan sosial (*Social Comparison*) menjadi parameter bagi wanita untuk mengevaluasi penampilan fisiknya. Dengan perbandingan sosial 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-menarik diidentikkan dengan wanita yang bertubuh subur. Tubuh yang subur pada masa itu melambangkan kemampuan seksual dan reproduksi yang baik. Sejak munculnya model fesyen Twiggy yang bertubuh super ramping pada era 60-an, tubuh langsing dijadikan patokan konsep tubuh feminin 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 (Kawamura, dalam Cash dan Pruzinsky, 2002). 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 (barat) 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 besarnya 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 (Ukke R. Kosasih, dalam *Cosmopolitan Indonesia*, Mei 2003). 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 fesyen, 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/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. Dari sampo, lipstik, maskara, krim anti kerut, alas bedak, obat jerawat, krim anti selulit hingga pengharum kaki. Industri kecantikan juga selalu mengiklankan produknya dengan model yang cantik dan merupakan ikon citra feminin 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 atau fesyen merupakan target yang akan dijadikan sumber penilaian untuk dijadikan pembanding karena mereka dianggap mewakili citra ideal. Target lain yang biasanya ditentukan sebagai sumber penilaian adalah teman sebaya yang dianggap memiliki penampilan menarik. Dengan adanya target itu, membuat individu berusaha menyamai atau setidaknya mendekati target yang mereka tetapkan.

Dalam perbandingan ini mereka tidak sekadar 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).

Pandangan seseorang mengenai penampilan dan aspek ketubuhannya didasarkan oleh persepsi mereka terhadap dirinya, kepercayaan-kepercayaan, juga perasaan-perasaan yang mengarah pada bagaimana orang lain melihat dia. Hal ini disebut dengan citra tubuh. Citra tubuh (*Body Image*) adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya, baik secara keseluruhan, maupun bagian per bagian, seperti ukuran (*size*), bentuk tubuh (*shape*), dan nilai estetisnya (Cash dan Pruzinsky, 2002).

Sikap ini dapat bersifat positif ataupun negatif. Orang yang memiliki citra tubuh positif akan memiliki kepuasan citra tubuh (*body image satisfaction*) yang tinggi. Orang yang puas akan merasa nyaman dan percaya diri di lingkungan sosialnya. Sedangkan orang yang memiliki citra tubuh negatif akan memiliki kepuasan citra tubuh yang rendah. mereka akan mengalami hambatan sosial, rendahnya harga diri, juga kecemasan (Cash dan Flemming, 2002, dalam Cash dan Pruzinsky, 2002).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh StrategyOne yang berbasis di New York, Amerika, bekerja sama dengan DR. Nancy Etcoff dari Universitas Harvard dan DR. Susie Orbach dari London School of Economics atas permintaan Dove-sebuah merek produk kecantikan- pada perempuan-perempuan di kota-kota besar di Indonesia seperti Medan, Bandung, Jakarta, Semarang dan Surabaya ditemukan bahwa hanya 1 persen dari keseluruhan responden yang merasa dirinya cantik (Kompas Minggu, 27 Juli 2005). Dalam hal berat badan, perempuan di Medan merasa paling puas dan tidak ada masalah. Meskipun tidak berkeberatan dengan berat tubuh, mereka akan merasa lebih

cantik apabila bisa lebih langsing. Ketika ditanya, apakah akan melakukan bedah plastik, semua responden umumnya bilang tidak. Tetapi perempuan di Surabaya paling banyak berubah pikiran ketika pertanyaannya diubah bahwa operasi itu gratis dan ditanggung asuransi. Survei ini juga dilakukan di 11 negara Asia dan sembilan negara Eropa serta Amerika Utara dan Selatan dengan hasil yang tidak jauh berbeda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas perempuan Indonesia tidak puas dengan keadaan tubuhnya.

Dalam rangka mencapai kepuasan citra tubuh yang akan membuat mereka merasa percaya diri dan nyaman di lingkungan sosialnya, banyak wanita di kota-kota besar di Indonesia yang mendatangi pusat-pusat perampingan tubuh (*slimming center*) atau klinik kulit dan kecantikan guna mencapai standar ideal itu. Kegemaran wanita di Indonesia akan penampilan menarik tidak hanya membuat pusat-pusat perampingan tubuh dan klinik kecantikan saja yang banyak didatangi, tetapi juga membuat industri-industri produk kecantikan meraup banyak keuntungan. Suatu perusahaan kosmetika terkemuka di Indonesia mengatakan bahwa produk pelangsingan tubuh mereka menyumbang 70 persen dari total pendapatannya (Kompas Minggu, 11 Mei 2003). Di salah satu pusat perawatan tubuh dan kecantikan di Bandung timur ditemukan bahwa 80 persen kliennya adalah perempuan muda dengan rentang usia 15-28 tahun.

Pada usia remaja, akibat pengaruh hormonal dan perkembangan biologis yang pesat membuat banyak gadis remaja memiliki jerawat dan tubuh yang makin membesar. Suatu hal yang pasti mengenai aspek-aspek psikologis dari perubahan fisik pada masa remaja adalah bahwa remaja disibukkan dengan tubuh mereka dan mengembangkan

citra individual mengenai gambaran tubuh mereka. Mereka melihat cermin setiap hari atau bahkan berjam-jam untuk melihat apakah mereka dapat mendeteksi sesuatu yang berbeda atas perubahan tubuhnya (Santrock, 1998).

Suatu 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, dkk). Dan gadis remaja lebih menginginkan perubahan fisik dibandingkan dengan hal apa pun (Brienes, 1992, dalam Santrock, 1998).

Dari wawancara dengan sepuluh orang mahasiswi yang berusia antara 18-21 tahun di Universitas 'X' diperoleh fakta bahwa mayoritas dari mereka sangat memperhatikan penampilan. Sebagian besar (70%) dari mereka merasa tidak puas dengan keadaan tubuhnya. Mereka (70%) juga sering membandingkan penampilan dirinya dengan orang lain. Seluruh mahasiswi tersebut sekurang-kurangnya berlangganan satu majalah wanita dan sering menghabiskan waktu dengan menonton televisi. Kedua media ini dianggap sebagai agen penyebar informasi yang sering menampilkan wanita-wanita berpenampilan ideal ataupun iklan-iklan produk kecantikan. Informasi yang diperoleh dari kedua media ini sering memotivasi mereka untuk memiliki penampilan ideal.

Kesepuluh mahasiswi tersebut memiliki indeks massa tubuh (*body mass index*) *normal-kurus* (IMT: 18,0 – 25,0) berdasarkan kategori dari Departemen Kesehatan RI. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki indeks massa tubuh normal kurus pun bisa mengalami ketidakpuasan citra tubuh (*body image dissatisfaction*). Selama ini

orang beranggapan bahwa hanya yang memiliki tubuh gemuk saja (IMT: 3,00 – 4,00) yang sering merasa tidak puas dengan keadaan tubuhnya (Brenner dan Cuningham, 1992, dalam Cash dan Pruzinsky, 2002).

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas peranan perbandingan sosial (*social comparison*) pada remaja sangat berpengaruh pada kepuasan citra tubuhnya dan peneliti pada kesempatan ini ingin mengetahui sejauhmana hubungan antara *social comparison* dan *body image satisfaction* pada mahasiswi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka permasalahan yang ada pada penelitian ini adalah :

“Sejauh mana hubungan antara *Social Comparison* dengan *Body Image Satisfaction* pada Mahasiswi Universitas “X” di Kota Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui tentang *social comparison* dan *body image satisfaction* pada mahasiswi usia 18-22 tahun di Universitas “X” Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah agar informasi yang diperoleh dapat memberikan gambaran mengenai sejauhmana hubungan antara *social comparison* dan kepuasan citra tubuh (*body image satisfaction*) pada mahasiswi Universitas “X” Kota Bandung

1.4 Kegunaan

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Kegunaan teoretis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi bagi ilmu psikologi tentang sejauhmana hubungan dengan *social comparison* dan kepuasan citra tubuh yang dimiliki oleh remaja.
2. Memberikan masukan kepada penelitian lainnya untuk menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan masukan dalam rangka menciptakan citra tubuh yang positif bagi setiap gadis remaja.
2. Hasil penelitian ini diharapkan memberi masukan pada remaja itu sendiri bahwa dengan memiliki citra tubuh yang positif dapat membuat remaja tersebut puas dengan keadaan dirinya dalam kondisi apapun.

1.5 Kerangka Pikir

Masa remaja adalah masa transisi dari masa anak-anak ke masa dewasa. Pada masa remaja konformitas merupakan ciri yang paling penting. Konformitas dapat terjadi dalam beberapa bentuk dan mempengaruhi aspek-aspek kehidupan remaja. Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka. Tekanan dari masyarakat biasanya bermula dari adanya harapan sosial. Remaja belajar apabila ingin mendapatkan respek dari orang lain, penghargaan, dan cinta, mereka harus mampu memenuhi harapan sosial itu (Santrock,1998).

Di masyarakat, anak yang memenuhi harapan sosial biasanya menjadi populer. Setiap remaja ingin menjadi populer. Para remaja biasanya berpikir, apa yang dapat mereka lakukan untuk membuat setiap orang menyukainya, bagaimana mereka dapat menjadi populer, dan apa yang salah dengan diri mereka. Hal ini akan mengembangkan pengertian akan diri yaitu kemampuan remaja untuk mengevaluasi kekurangan dan kelebihan yang mereka miliki.

Faktor fisik dan budaya tertentu mempengaruhi kepopuleran remaja. Remaja yang secara fisik menarik akan lebih populer dibandingkan dengan mereka yang tidak menarik (Kennedy, 1990 dalam Santrock 1998). Penampilan menarik lebih ditekankan pada anak perempuan daripada anak laki-laki. Di masyarakat terjadi dualitas pembagian peran gender untuk laki-laki dan perempuan, yaitu pikiran (*mind*) dan tubuh (*body*). Laki-laki harus menonjolkan kemampuan pikirannya sedangkan wanita harus menonjolkan kelebihan tubuhnya. Wanita dan tubuhnya merupakan obyek untuk dilihat

dan dievaluasi dalam kaitannya untuk memenuhi norma-norma dan standar budaya di masyarakat.

Tidak seperti pria yang kesuksesannya bisa diperoleh dengan kecerdasan, kedudukan tinggi, serta kemampuan finansial, kaum wanita yang menginginkan kesuksesan harus memberikan perhatian yang seksama pada tubuhnya. Tidak peduli prestasi apa pun yang mereka capai, kaum wanita harus tetap memperhatikan tubuhnya dengan 'benar' agar tampak benar-benar sukses. Dalam konteks ini ada standar ideal untuk tubuh yang menyimbolkan citra kesuksesan perempuan tertinggi (Rogers, 2003).

Standar ideal penampilan menarik yang dilabelkan pada wanita untuk abad ini adalah tubuh tinggi dan langsing, kulit putih dan mulus serta atribut fisik lainnya yang menunjang penampilan menarik. Untuk dapat selalu mengikuti standar ideal ini, wanita harus rutin mengumpulkan informasi mengenai atribut-atribut yang memiliki nilai tinggi, harapan-harapan sosial dan norma-norma mengenai kecantikan ideal. Dalam hal ini digunakan perbandingan sosial.

Perbandingan sosial (*social comparison*) membuat individu belajar tentang makna dari kecantikan, bagaimana mereka harus berpenampilan, membandingkan penampilannya dengan standar kecantikan, dan memotivasi mereka untuk mengubah penampilannya sesuai dengan standar itu. Dalam perbandingan sosial, terdapat dua aspek. Pertama, aspek pendapat (*opinion*) yaitu pendapat yang menjadi tolak ukur perbandingan. Kedua, aspek kemampuan (*ability*) yaitu adanya dorongan searah menuju keadaan yang lebih baik.

Dalam kaitannya dengan aspek pendapat, seorang individu dapat membandingkan pendapatnya sendiri dengan pendapat orang lain. Apabila pendapatnya mengenai kerampingan tubuh berbeda dengan pendapat orang lain, bisa saja individu tersebut mengubah pendapatnya mendekati pendapat orang lain itu atau justru pendapat orang lain berubah mendekati pendapatnya. Sehingga perbandingan ini dapat bersifat dua arah. Dalam aspek kemampuan, individu dapat memperbandingkan kemampuan dirinya dengan orang lain, apabila terdapat perbedaan kemampuan antara dirinya dengan orang lain itu, ia merasa harus meningkatkan kemampuannya sehingga tercapai suatu keadaan dimana perbedaan antara dirinya dengan orang lain yang menjadi target perbandingan itu hanya sedikit. Pada aspek kemampuan, dorongan ini bersifat searah. Sehubungan dengan itu perubahan pendapat relatif mudah terjadi daripada perubahan kemampuan.

Menurut **Festinger**, setiap faktor yang meningkatkan dorongan untuk membandingkan pendapat atau kemampuan dengan sendirinya juga akan merupakan faktor yang mendesak ke arah terjadinya keseragaman, dalam hal ini terjadilah konformitas. Dalam melakukan perbandingan, diperlukan target pembanding sebagai acuan, dalam kaitannya dengan citra tubuh, remaja biasanya memilih target perbandingan yang dekat dengan dirinya, seperti teman sebaya atau individu yang mewakili standar ideal seperti model fesyen/peragawati, atau pesohor lainnya. Perbandingan dengan teman sebaya disebut dengan *downward comparison*, sedangkan dengan model atau pesohor disebut sebagai *upward comparison*.

Remaja putri yang membandingkan dirinya dengan target (dalam hal ini teman sebaya atau model) belajar menerima informasi dan mengidentifikasi apa saja dari tubuhnya yang sudah sesuai atau belum sesuai dengan *role model*nya itu. Apabila terdapat perbedaan dengan target, mereka berusaha keras untuk meningkatkan kemampuannya. Namun individu tidak dapat begitu saja meningkatkan kemampuannya untuk menyamai atau setidaknya mendekati target perbandingan, apalagi pada masa remaja akibat pengaruh hormon, lemak di tubuh remaja putri bertambah, pinggul mereka menjadi lebih lebar dan pada sebagian di antara mereka mulai timbul jerawat di wajah. Pada akhirnya hal ini berpengaruh terhadap kepuasan citra tubuhnya.

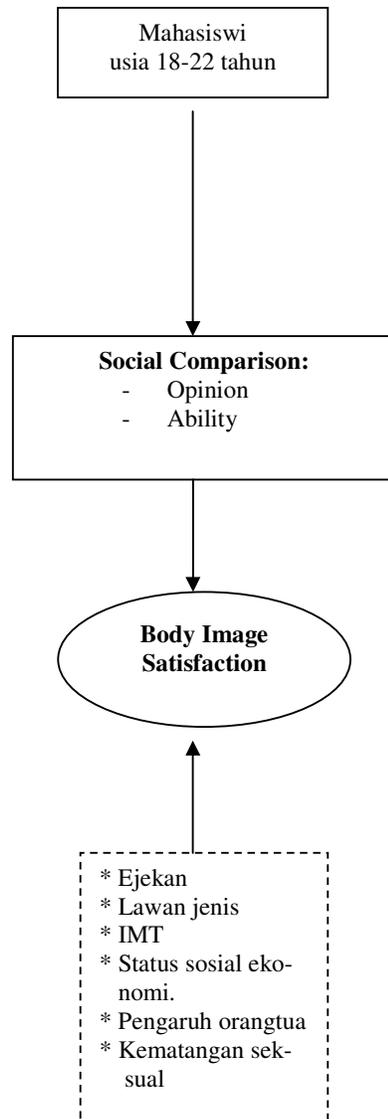
Citra tubuh (*body image*) merupakan aspek penting dari representasi-diri dan evaluasi diri. Meskipun citra tubuh merupakan konsep multi dimensi, tetapi seringkali diartikan sebagai pengalaman subyektif individu tentang tubuhnya yang berisi persepsi, pikiran, dan perasaan, dan sikap individu terhadap tubuhnya baik tubuh secara keseluruhan maupun bagian perbagian seperti ukuran tubuh (*size*), bentuk tubuh (*shape*) dan nilai estesisnya (Cash dan Pruzinsky, 2002). Citra tubuh terbagi atas dua komponen, pertama komponen *body image investment* yang merujuk pada masalah kognitif, tingkah laku, maupun emosional dari tubuh untuk evaluasi diri. Komponen kedua adalah *body image evaluation* yang bersifat positif atau negatif. Orang yang memiliki citra tubuh positif akan memiliki kepuasan citra tubuh (*body image satisfaction*) yang tinggi, sedangkan orang yang memiliki penilaian negatif terhadap tubuhnya akan memiliki kepuasan citra tubuh yang rendah, atau ketidakpuasan citra

tubuh. Jadi kepuasan citra tubuh adalah sebuah kontinum. Kepuasan citra tubuh yang tinggi di titik satunya dan kepuasan citra tubuh yang rendah di ujung satunya.

Kepuasan citra tubuh berpengaruh pada aspek-aspek psikologis dalam diri remaja. Remaja putri yang puas dengan citra tubuhnya akan merasa nyaman dengan dirinya, memiliki *self esteem* yang tinggi, lebih mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Sedangkan remaja putri yang memiliki kepuasan citra tubuh yang rendah merasa kurang percaya diri, merasa cemas, tidak nyaman dengan tubuhnya, dan kurang mampu bersosialisasi.

Suatu penelitian menyebutkan bahwa gadis remaja cenderung merasa tidak puas dengan berat badan, ukuran tubuh dan bentuk tubuh (Huon, 1994; Wichstrom, 1995). Moore (1988) melaporkan bahwa ketidakpuasan akan berat badan dan bentuk tubuh pada wanita berkisar antara usia 12 sampai 23 tahun.

Berdasarkan uraian dari kerangka pikir, maka skema kerangka pikir dapat digambarkan sebagai berikut :



Bagan I Skema Kerangka pikir

1.6 Asumsi

- Ada beberapa faktor yang mengakibatkan kepuasan citra tubuh salah satunya adalah perbandingan sosial.
- Mahasiswi yang sering memperhatikan penampilan terkait dengan *social comparison* sering merasa tidak puas dengan citra tubuhnya.

1.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pikir dan asumsi yang dibuat diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis penelitian yaitu :

- Terdapat hubungan antara perbandingan sosial (*social comparison*) dan kepuasan citra tubuh (*body image satisfaction*) pada mahasiswi usia 18-22 tahun di Universitas 'X' di Kota Bandung.