

Bab 1 Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Di era digital sekarang ini sudah tidak asing dengan istilah media sosial atau yang biasa disebut sebagai “medsos”. Media sosial yang biasanya kerap digunakan oleh setiap individu ialah Instagram, Tiktok, Twitter, dan *platform* lainnya. Dimana media sosial ini memiliki banyak sekali kegunaannya. Salah satu *platform* media sosial yang kerap dipakai oleh kebanyakan orang ialah instagram. Instagram mampu memunculkan foto dengan cara instan dan dapat mengunggahnya dengan memakai jaringan internet, sehingga berita yang hendak diberikan bisa mudah diterima dengan cepat. Instagram adalah aplikasi yang bisa *men-share* mengenai keseharian individu, seperti mengupload foto dan video mengenai keseharian individu secara online, dimana pengikut atau yang biasa disebut sebagai “*followers*” dapat melihat dan juga berinteraksi dengan individu secara online. Maka nantinya sangat berguna untuk mengabadikan *moment*.

Pada saat seseorang mengabadikan *moment* dan di share ke sosial media, artinya seseorang tersebut menghargai setiap *moment* yang kita lewati. Instagram adalah *platform* yang digunakan untuk menunjukkan eksistensi, jati diri, membentuk komunitas, serta memperoleh dukungan emosional, akan tetapi *platform* ini memiliki keterkaitan mengenai tingkat *anxiety* yang meningkat, depresi, penindasan, dan *FOMO (Fear Of Missing Out)* (Amanda, 2017). Menurut databoks Januari 2024 media sosial yang sering digunakan di Indonesia adalah yang pertama WhatsApp sebanyak 90,9 juta pengguna, dan urutan kedua yakni Instagram sebanyak 85,3 juta pengguna. Berdasarkan data NapoleonCat.com pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 89.666.400 pada bulan Desember 2023 di antaranya dengan 54,8 % jenis kelamin perempuan, dan 45,2 % laki-laki. Dikutip dari data *We Are Social* durasi waktu paling sedikit seseorang bermain media sosial Instagram yaitu 31 menit dan seseorang menghabiskan waktu 60 menit – 180 menit untuk menggunakan media sosial.

Menurut Annur (2022) rata-rata waktu yang digunakan untuk bermain media sosial di usia 16-24 tahun adalah 2 – 3 jam dalam satu hari. Santrock (2011) menyatakan bahwa istilah “dewasa awal” saat ini digunakan untuk menggambarkan masa peralihan dari masa remaja ke masa dewasa. Kelompok ini berada di usia 18 - 25 tahun, dan biasanya di usia ini sudah mulai melakukan kegiatan eksperimen dan eksplorasi. Perpindahan dari masa remaja ke masa dewasa ditandai oleh adanya perubahan yang terus menerus. Fadhilah (2022) menuturkan, insan muda yang meluangkan waktunya selama 2 jam untuk membuka media sosial hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap citra tubuhnya, sehingga dapat mengakibatkan kecemasan. Seorang responden mengatakan, "Instagram dengan mudah membuat perempuan merasa tidak percaya diri dengan tubuh mereka, sehingga banyak orang yang memanipulasi foto mereka agar terlihat sempurna." dikutip dari laman (Kus, 2017). Fenomena yang terjadi saat ini, usia dewasa awal lebih mementingkan penampilannya, terutama bagi perempuan yang beranggapan bahwa perempuan harus memiliki tubuh yang ideal. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Indrati dan Aprilian (2018) yang mengemukakan bahwa individu yang memasuki usia dewasa awal cenderung memperhatikan penampilan dan ingin terlihat sempurna oleh orang lain.

Rasa tidak percaya diri mengenai bentuk tubuh seseorang dikarenakan sering menyamakan dirinya dengan orang lain melalui postingan media sosial *platform* Instagram. Banyak perempuan maupun laki-laki menganggap kurang puas dengan bentuk tubuh mereka sendiri akibat adanya kesenjangan mengenai standar kecantikan dan ketampanan di lingkungan masyarakat (Hati & Soetjningsih, 2022). Jika dilihat dari hal tersebut maka bisa saja seseorang mengalami *Body Dissatisfaction* akibat bermain media sosial. Maka seseorang yang mengalami *body dissatisfaction* dapat disebabkan oleh kurangnya *Self-esteem* atau harga diri dalam diri seseorang, dan juga bisa jadi seseorang tersebut tidak bisa mensyukuri bentuk fisik yang dimilikinya karena dengan mensyukuri bentuk fisik yang kita miliki bisa

membuat seseorang merasa puas dengan tubuh yang dimilikinya, menurut (Dunaev dkk., 2018).

Adapun hasil riset yang mendukung penelitian ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Wallis (2015) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial terhadap Kepuasan Tubuh Remaja dan Dewasa Muda Wanita” menunjukkan bahwa ketika seseorang sering menggunakan media sosial, maka seseorang tersebut akan sering melakukan perbandingan yang bisa berakibat negatif ke citra tubuhnya. Karena media sosial Instagram adalah *platform* yang fokus mengabadikan momen, seperti *men-share* foto dan video kepada *followers* atau pengikut di Instagram yang mana tingkat terpaan media sosial Instagram mempunyai pengaruh yang signifikan pada tingkat persepsi *body image* seseorang tersebut.

Terdapat sebuah riset yang menunjukkan bahwa media sosial instagram memiliki banyak pengguna di Indonesia. Riset dari website datareportal.com (Kemp, 2022) menyatakan bahwa indonesia memiliki pengguna instagram sebanyak 99,15 juta pada awal tahun 2022. Akan tetapi instagram memberi batasan mengenai *platform*-nya untuk anak dibawah usia 13 tahun, sehingga terbantu dalam mengetahui bahwa pada tahun 2022, 45,8 % dari audiens yang “memenuhi persyaratan” di Indonesia menggunakan instagram. Pada awal tahun 2022, perempuan menyumbang 52,3 % dari audiens iklan Instagram di Indonesia, sementara laki-laki menyumbang 47,7 %.

Pemakaian Instagram bisa berdampak positif maupun negatif terhadap penggunanya. Dampak positifnya yaitu bisa mendapatkan informasi secara cepat, mengabadikan momen dengan cara membuat video dan foto, menambah ilmu wawasan, berjualan *online*, serta menambah peluang seseorang untuk bisa mempromosikan karyanya. Selain itu Instagram memiliki dampak negatif untuk para penggunanya, yaitu sering kali seseorang melihat *instastory* teman-temannya terutama mengenai foto wajah, dan badan. Disanalah seseorang

yang memiliki perasaan kurang percaya diri dan kurang bersyukur terhadap tubuhnya akan merasa *insecure* karena membandingkan dirinya dengan yang dia lihat (Shabira & Uyun, 2023).

Penelitian yang dikerjakan oleh Tiggemann dkk., (2018) menunjukkan bahwa hampir semua (95,3 %) peserta penelitian melaporkan mengalami tekanan terkait berat badan atau penampilan mereka dari aplikasi media sosial Instagram yakni media sosial berbasis visual yang sering dikaitkan dengan isu *body image*. Seseorang yang mengalami tekanan berat badan dan penampilan dikarenakan Instagram menciptakan situasi (misalnya penggunaan *filter*) yang mendorong individu untuk berpenampilan semenarik mungkin, sehingga membuat mereka merasa tertekan untuk mengubah penampilannya (tidak menggunakan filter), data lain dari salah satu penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar peserta tidak menyukai berat badan (38,2 %) atau bagian tubuh, seperti gigi (32,7 %), paha (29,4 %), perut (25,2 %), dan hidung (19,7 %), yang seringkali idealnya ditampilkan dalam konten media sosial. Seseorang yang mengalami hal ini secara tidak langsung mendorong orang untuk membandingkan penampilan mereka dan menetapkan standar yang tidak realistis dan tinggi terkait dengan bagian tubuh tertentu. Ini sejalan dengan penelitiannya yang menunjukkan peran tekanan media sosial dalam meningkatkan standar yang tinggi dan dimensi ketidaksesuaian perfeksionisme. Penelitian menemukan bahwa jumlah '*likes*' pada foto yang ditampilkan di Instagram juga berpengaruh positif terhadap perbandingan antara penampilan dan ketidakpuasan wajah (Tiggemann dkk., 2018).

Berdasarkan data hasil studi awal yang telah dilakukan kepada dewasa awal di Bandung, menggunakan media *Google form*, terdapat 30 orang yang memberikan respons pada studi awal ini, dan rentang usia 18 sampai dengan 25 tahun oleh peneliti didapatkan hasil bahwa 87 % orang-orang pernah merasa kurang bersyukur terhadap bagian tubuh tertentu. Adapun 90 % orang-orang pernah merasa kurang puas atau kurang percaya diri

terhadap bagian tubuhnya. Lalu pada 93,3 % orang-orang berpendapat bahwa sosial media mempengaruhi kepercayaan diri seseorang. Adapun bagian tubuh yang membuat mereka kurang puas atau kurang percaya diri seperti bentuk muka yang bulat/*chubby*, bagian dada yang menjadi terlihat gemuk, bagian hidung dan bagian mata yang besar, bagian betis dan paha yang terlalu besar, wajah yang mempunyai banyak bekas jerawat, gigi yang berantakan, tinggi badan yang tidak ideal, mulut yang tebal, warna kulit, dan proporsi wajah dan perut yang terlalu buncit. Karakteristik seperti ini menunjukkan terdapat fenomena *Body Dissatisfaction* pada dewasa awal.

Ketidakpuasan terhadap tubuh atau *Body Dissatisfaction* adalah ketidakpuasan individu terhadap gambaran tubuhnya tercermin dalam perilaku perbandingan dengan orang lain dan fokus berlebihan pada tubuhnya sendiri, menurut (Cooper., dkk. 1987 (dalam Hati & Soetjningsih, 2022)). Dalam penelitian Resky dkk. (2021) mengungkapkan jika salah satu yang berpengaruh terhadap *body dissatisfaction* adalah *self esteem*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin tinggi harga diri mahasiswi, maka akan semakin rendah *body dissatisfaction* pada mahasiswi, dan begitupun sebaliknya semakin rendah harga diri mahasiswa, maka akan semakin tinggi *body dissatisfaction* pada mahasiswa di Makassar. Harga diri adalah elemen penting dalam menentukan perilaku. Keinginan untuk diakui secara positif oleh orang lain membuat orang merasa dihargai, berguna, dan sukses (Ghufon & Risnawita, 2014)

Body dissatisfaction dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu standar kecantikan yang sulit untuk direalisasikan, dan rasa tidak puas yang dalam terhadap diri sendiri dan kehidupan (Brehm, (dalam Iswari & Hartini, 2019)). Hasil studi awal yang dilakukan peneliti kepada 30 orang dewasa awal melalui *google form* menunjukkan bahwa 37 % diantaranya mengatakan bahwa berat badan individu sesuai dengan apa yang mereka mau, 43 % diantaranya merasa

cemas tentang pemikiran orang lain terhadap dirinya. Seseorang yang merasakan ciri-ciri tersebut menunjukkan adanya permasalahan *self-esteem* pada dewasa awal.

Selain *Self Esteem* ada faktor lain yang berpengaruh terhadap *Body Dissatisfaction*, yaitu kebersyukuran Shabira dan Uyun (2023) mengemukakan bahwa harga diri dan kebersyukuran secara signifikan memprediksi citra tubuh pada remaja wanita pengagum *K-pop* baik secara bersama-sama atau parsial diterima. Penelitian sebelumnya dari Dwinanda, (2016), menyebutkan ada hubungan diantara *Gratitude* dengan citra tubuh pada remaja, bisa dikatakan semakin tinggi *Gratitude*, maka citra tubuh yang dimiliki semakin positif. Berdasarkan hasil studi awal yang dilakukan peneliti, sebanyak 27 % diantaranya merasa bosan ketika melakukan kegiatan sehari-hari, 40 % diantaranya merasa tidak puas dengan apa yang sudah didapatkan mengenai keadaan dirinya. Hal ini menunjukkan bahwa adanya permasalahan *Gratitude* pada dewasa awal.

Masalah yang akan diangkat di penelitian ini, yaitu mengenai *Body Dissatisfaction* yang mana *Body Dissatisfaction* tersebut akan menjadi variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X1) berupa *Self-esteem* dan (X2) berupa *Gratitude* dalam penelitian ini. Menurut Grogan (2008) *body dissatisfaction* merupakan pemikiran negatif seseorang mengenai ketidakpuasan terhadap tubuhnya yang berhubungan dengan ukuran tubuhnya, berat badan, dan lain-lain yang membandingkan tubuhnya dengan tubuh idealnya. Permasalahan yang diangkat pada penelitian ini yakni, ingin mengetahui apakah ada pengaruh antara *Self-esteem* dan *gratitude* dengan *Body Dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* Instagram.

Kebaharuan dari penelitian ini diambil dari saran literatur studi yang sudah peneliti lakukan. Saran dari penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu menurut peneliti Resky dkk. (2021) yang berjudul “Hubungan Harga Diri dengan *Body Dissatisfaction* pada Mahasiswi Di Kota Makassar”, sangat disarankan agar peneliti yang melakukan pengambilan sampel

melalui *Google Form* perlu dengan cermat memperhatikan kalimat dan skala guna menghindari kesalahan yang bisa mengakibatkan perlu dibuatnya *link form* yang kedua. Lalu saran lainnya yaitu bagi penelitian mendatang, disarankan agar peneliti mencantumkan informasi yang sesuai dengan konteks fenomena terbaru yang relevan dengan tahun penelitian menurut Hanum dkk. (2014) yang berjudul “Pengaruh *Body Dissatisfaction* dan *Self-Esteem* dengan Perilaku Diet Mahasiswi Universitas X Serta Tinjauan dalam Islam.”

Lalu saran dari Penelitian lainnya sebaiknya lebih mendalam dalam mengidentifikasi rentang usia subjek yang akan diteliti. Sebagai contoh, dapat mempertimbangkan hanya melibatkan subjek dengan usia awal dewasa atau dewasa pertengahan agar hasil penelitian dapat lebih sesuai dengan karakteristik usia subjek yang diteliti menurut Kartikasari (2013) dalam penelitiannya yang berjudul “*Body Dissatisfaction* terhadap *Psychological Well Being* pada Karyawati.” Kebaruan dalam penelitian ini yaitu adanya perbedaan mengenai subjek yang mempunyai media sosial instagram dengan rentang usianya dari 18-25 tahun, lalu peneliti menambahkan variabel *gratitude* untuk menjadi variabel independen (X2) yang mana dipenelitian sebelumnya baru meneliti hubungan *self-esteem* dan *body dissatisfaction*, hubungan *gratitude* dan citra tubuh, pengaruh *self-esteem* terhadap *body dissatisfaction*, pengaruh *gratitude* terhadap *body dissatisfaction* dan untuk lokasi penelitian menggunakan lokasi Bandung yang mana belum ada yang meneliti sebelumnya.

Body Dissatisfaction sangat penting untuk diteliti agar peneliti dan masyarakat tahu apa sebenarnya yang bisa menjadi penyebab utama timbulnya *body dissatisfaction*, dan apakah ada pengaruh antara *self-esteem* dan *gratitude* terhadap *body dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* instagram.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah *Self-Esteem* berperan sebagai prediktor terhadap *Body Dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* Instagram?
2. Apakah *Gratitude* berperan sebagai prediktor terhadap *Body Dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* Instagram?
3. Apakah *Self-Esteem* dan *Gratitude* secara simultan berperan sebagai prediktor terhadap *Body Dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* Instagram?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah *Self-Esteem* berperan sebagai prediktor terhadap *Body Dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* Instagram.
2. Untuk mengetahui apakah *Gratitude* berperan sebagai prediktor terhadap *Body Dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* Instagram.
3. Untuk mengetahui apakah *Self-Esteem* dan *Gratitude* secara simultan berperan sebagai prediktor terhadap *Body Dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* Instagram?

Kegunaan Penelitian

Berkenaan dengan kegunaan, maka kegunaan dari penelitian ini yakni:

Kegunaan Teoretis

Berdasarkan topik yang peneliti ambil oleh karena itu, peneliti berharap bahwa studi ini akan dapat berperan penting dalam perkembangan ilmu psikologi terutama psikologi klinis dan psikologi positif dalam topik *Self-Esteem* dan *Gratitude* secara simultan berperan sebagai prediktor terhadap *Body Dissatisfaction* pada pengguna media sosial *platform* Instagram serta dampak psikologisnya.

Kegunaan Praktis

- a) Berdasarkan topik yang peneliti ambil, maka dari itu peneliti berkeinginan untuk: Penelitian ini bisa membantu individu yang menggunakan *platform* media sosial Instagram yang mempunyai tingkat *Self-Esteem* dan *Gratitude* yang rendah untuk bisa meningkatkannya pada diri mereka yang akhirnya dapat menaikkan *Self-Esteem* dan *Gratitude*.
- b) Penelitian ini juga dapat mendukung pencegahan dan pengendalian kemunculannya *Body Dissatisfaction* sehingga tidak berdampak pada interaksi sosial.
- c) Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman bagi individu pengguna media sosial Instagram terhadap kondisi dirinya.
- d) Semoga penelitian ini bisa berguna mengenai pemahaman tingkat *self-esteem*, *gratitude* (rasa syukur) dan *Body Dissatisfaction* pada individu, dan dapat diperluas untuk penelitian selanjutnya dengan melibatkan ke variabel lainnya.

