

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Di era globalisasi, perkembangan dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi menjadi amat pesat. Hal tersebut dapat diketahui dari berkembangnya media sosial yang terus menerus diminati oleh kalangan penggunanya. Salah satu media sosial yang mendapatkan atensi dan peminat yang tinggi yaitu *Instagram* (Syachfira & Nawangsih, 2020). *Instagram* dikenal sebagai media sosial yang menampakkan foto dan video, aplikasi ini menjadi populer di kalangan masyarakat karena memiliki berbagai macam fitur seperti filter, *reels*, *live* dan lainnya (Astuti & Ningsih, 2021). Menurut Gullberg (Syachfira & Nawangsih, 2020), *Instagram* menjadi populer di kalangan generasi muda karena berfokus pada komunikasi visual, yang lebih diandalkan oleh generasi muda dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Kompas.com* diketahui bahwa Indonesia memiliki sekitar 61.610.000 jumlah pengguna aktif bulanan pada November 2019, dimana 23 juta pengguna tersebut didominasi oleh individu dengan rentang usia 18-24 tahun (Syachfira & Nawangsih, 2020). Pada bulan September 2020, Indonesia telah memperoleh angka sebesar 79.000.000 pengguna aktif bulanan *Instagram* yang mayoritas dari penggunanya adalah wanita sebanyak 51,1% (Astuti & Ningsih, 2021). Selain itu, mengacu pada data yang didapatkan dari *We Are Social*, Indonesia memiliki pengguna aktif bulanan *Instagram* sebanyak 99.900.000 pada bulan April 2022. Pengguna aktif bulanan *Instagram* masih didominasi oleh rentang usia 18-24 tahun, dimana individu yang berada dalam rentang usia tersebut adalah remaja akhir sampai dewasa awal.

Salah satu dari tahapan perkembangan yang paling penting di kehidupan individu adalah masa remaja. Damayanti dan Saifuddin (2022) menyebutkan masa remaja yaitu sebuah fase perpindahan dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Menurut Ramanda (Shanti & Az Zahra, 2022) masa remaja

dimaknakan sebagai masanya individu untuk berupaya mengenali dirinya sendiri secara terus menerus meskipun terjadi beberapa kali kegagalan, hingga pada akhirnya individu berhasil menemukan sesuatu yang ingin dikenali pada dirinya.

Terdapat perbedaan pendapat dari para ahli perkembangan terkait dengan batasan usia remaja. Menurut Santrock (Shanti & Az Zahra, 2022), batasan usia yang dimiliki oleh remaja yaitu dari umur 10 tahun hingga 20 tahun. Lebih rinci dijelaskan oleh Santrock (Ifdil et al., 2017) memaparkan bahwa fase remaja akan terhitung mulai usia 10 sampai 13 tahun dan akan berakhir di usia 18 hingga 22 tahun. Sementara itu, Kinghorn (Damayanti & Saifuddin, 2022) berpendapat bahwa masa remaja berada diantara usia 10-19 tahun atau 10-24 tahun. Pendapat lain oleh Monks (Shanti & Az Zahra, 2022) menyatakan bahwa rentang usia remaja adalah 12-21 tahun.

Menurut Hurlock (Aritonang & Refaniel, 2022), individu yang berada di usia remaja akan mengalami proses perkembangan pada beberapa bidang. Bidang yang mengalami perkembangan tersebut adalah kematangan fisik dan sosial, kemandirian ekonomi maupun sosial, pengembangan identitas diri, peningkatan kemampuan (*skill*) serta keahlian dalam melakukan negosiasi (*abstract reasoning*). Hal tersebut didukung oleh pernyataan Santrock (Aritonang & Refaniel, 2022), bahwa individu dalam masa remaja akan mengalami fase peralihan yang melibatkan berbagai perubahan dalam diri, semacam berubah secara fisik, psikologis, serta sosio-emosional.

Perubahan fisik yang dihadapi para remaja tersusun atas perubahan internal maupun eksternal. Berubahnya fisik secara internal meliputi perubahan sistem reproduksi, sistem pencernaan, pernapasan, serta sistem sirkulasi. Sedangkan perubahan fisik secara eksternal yang dialami remaja meliputi berubahnya proporsi tubuh, perubahan tinggi badan, dan perubahan berat badan yang dapat bertambah atau berkurang (Shanti & Az Zahra, 2022). Menurut Sarwono (Aritonang & Refaniel, 2022) remaja membutuhkan waktu untuk penyesuaian dalam menghadapi perubahan fisik yang terjadi dalam

dirinya. Perubahan fisik ini memicu munculnya rasa tidak percaya diri dan juga cemas terhadap bentuk tubuh serta penampilannya.

Pada umumnya, remaja akan mulai memperhatikan secara berlebihan fisik yang dimilikinya. Breakey (Septianningsih & Sakti, 2021) menyatakan bahwa dalam kehidupan sosial, bentuk tubuh merupakan hal yang penting karena menjadi representasi diri atau hal yang pertama kali diperhatikan orang lain. Hal tersebut akan berdampak pada keinginan remaja untuk mendapatkan tubuh ideal sesuai standar yang ada di masyarakat. Sebagian dari kalangan remaja (khususnya remaja perempuan) beranggapan bahwa tubuh ideal dapat dicapai ketika telah memiliki rupa yang cantik, langsing dan tinggi, warna kulit yang putih serta memiliki proporsi yang ideal.

Survey yang dilakukan oleh Rief (Dinata & Pratama, 2021) memperoleh hasil bahwa 41% perempuan dan 27% laki-laki akan memperhatikan penampilannya, sedikitnya satu area tubuh. Penelitian yang dilakukan oleh Cash (Aritonang & Refaniel, 2022) mendapatkan hasil bahwa sejumlah 40-70% remaja putri memiliki perasaan ketidakpuasan terhadap dua atau lebih bagian tubuhnya. Survey lain yang diadakan Shanti dan Az Zahra (2022) memperoleh bahwa 61,3% remaja laki-laki tidak puas dengan beberapa bagian tubuhnya. Sebagian besar permasalahan ini terkait dengan warna kulit, bentuk tubuh, tinggi badan, masalah wajah dan juga rambut.

Menurut Grogan (Septianningsih & Sakti, 2021) masyarakat telah menentukan standar bentuk tubuh ideal untuk setiap jenis kelamin, karena tubuh yang ideal dianggap sebagai simbol kebahagiaan, keberhasilan awet muda dan penerimaan di lingkungan sosial. Feingold dan Mazzella (Septianningsih & Sakti, 2021) menyatakan bahwa penilaian yang salah terkait dengan bentuk tubuh ideal dapat memicu sebagian individu menjadi khawatir akan bentuk tubuhnya sehingga memunculkan ketidakpuasan akan *body image*.

Cash dan Pruzinsky (Amarina & Laksmiwati, 2021) mendefinisikan *body image* sebagai suatu penilaian yang diberikan oleh individu berdasarkan perasaan atau persepsi diri terhadap bentuk tubuhnya. Sedangkan menurut Thompson (Dinata & Pratama, 2021) *body image* mencakup segala sesuatu

yang meliputi persepsi, perilaku, kemampuan kognitif dan emosi dari seseorang. Grogan (Dinata & Pratama, 2021) menyatakan bahwa *body image* yaitu persepsi, pikiran, serta perasaan individu terhadap bentuk tubuh yang dimilikinya. *Body image* juga dapat dipahami sebagai gambaran tubuh yang dibentuk didalam pikirannya sendiri, yakni dengan cara memberi penilaian kepada penampilannya.

Cash dan Pruzinsky (Aritonang & Refaniel, 2022) memaparkan bahwa *body image* memiliki beberapa aspek yang mencakup orientasi penampilan (*appearance orientation*), evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), kepuasan terhadap bagian tubuh (*body area satisfaction*), ketakutan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*), dan pengategorian ukuran tubuh (*self-classified weight*). Menurut Cash dan Pruzinsky (Aritonang & Refaniel, 2022) ada faktor-faktor yang turut memengaruhi perkembangan *body image* seseorang yakni gender yang berkaitan dengan standar tubuh ideal bagi perempuan dan laki-laki, media massa yang menjadikan *public figure* sebagai referensi dari tubuh ideal dan hubungan interpersonal yang berkaitan dengan *feedback* terhadap penampilan yang diberikan oleh keluarga dan teman sebaya.

Menurut Bell dan Rushforth (Dinata & Pratama, 2021) individu dengan *body image* positif maka dirinya akan memberikan persepsi positif terhadap tubuhnya. Prihaningtyas (Aritonang & Refaniel, 2022) memaparkan bahwa orang yang memiliki *body image* positif akan beranggapan tubuh mereka menarik, sehingga menimbulkan rasa percaya diri, merasa puas serta nyaman terhadap dirinya sendiri sehingga tidak lagi mencari cara untuk mengurangi asupan makanan dengan tujuan agar berat badan yang dimiliki tetap ideal.

Bell dan Rushforth (Dinata & Pratama, 2021) menyatakan bahwa individu dengan *body image* negatif maka dirinya akan memberikan persepsi negatif terhadap tubuhnya. Prihaningtyas (Aritonang & Refaniel, 2022) menjelaskan bahwa individu yang memiliki *body image* negatif akan beranggapan bahwa tubuh yang dimilikinya tidak menarik sehingga menimbulkan rasa tidak percaya diri dan malu. Menurut Cash dan Pruzinsky (Dinata & Pratama, 2021) individu dengan *body image* negatif cenderung mengalami hambatan sosial

seperti isolasi sosial. Cash dan SmaLak juga menyatakan bahwa *body image* negatif dapat memberikan dampak depresi ataupun kecenderungan gangguan makan (Dinata & Pratama, 2021).

Menurut Denaeva (Damayanti & Saifuddin, 2022) satu dari faktor-faktor yang memengaruhi *body image* yaitu *gratitude*. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Barber (Sari & Ansyah, 2022) bahwa *gratitude* menjadi salah satu unsur yang memengaruhi persepsi seseorang terhadap bentuk tubuhnya sendiri. McCullough dan Emmons (Nurlita, 2019) mendefinisikan *gratitude* sebagai suatu wujud dari emosi yang berkembang menjadi kebiasaan, sifat moral, sikap, dan kepribadian hingga pada akhirnya akan mempengaruhi reaksi individu terhadap sesuatu ataupun situasi. Emmons dan Shelton (Aritonang & Refaniel, 2022) menyatakan bahwa *gratitude* adalah perwujudan dari rasa terima kasih, kagum, dan penghargaan atas sesuatu yang telah didapatkan.

Menurut McCullough (Aritonang & Refaniel, 2022) *gratitude* disebutkan sebagai keadaan dimana individu sadar akan hal-hal baik yang telah diperolehnya. Geraghty (Sari & Ansyah, 2022), memaparkan bahwa melalui *gratitude* individu bisa membuat pikiran hanya fokus pada berbagai hal yang positif sehingga dapat membantu memperbanyak energi baik serta meminimalisir pikiran-pikiran negatif terkait bentuk serta ukuran tubuh. Hal ini berarti ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh dapat dikurangi dengan *gratitude* lewat meningkatnya emosi positif yang dimiliki seseorang. Dengan adanya *gratitude*, individu dapat merasakan hal baik dalam hidupnya.

Emmons dan Selton (Sari & Ansyah, 2022) menjelaskan bahwa *gratitude* berkaitan dengan emosi positif seperti kebahagiaan, kebanggaan dan harapan. Adanya emosi positif menjadikan seseorang lebih menghargai diri sendiri, cinta akan tubuh serta fokus dalam pengembangan diri dibanding melihat kekurangan yang dimiliki. Selain itu, *gratitude* juga dapat membuat seseorang memaknai hidupnya lebih berarti dan puas dengan hidupnya. Menurut Emmons (Aritonang & Refaniel, 2022) *gratitude* dapat membuat individu menjadi semakin baik dan bijak. Individu yang bijak mampu membangun

keselarasan diri sendiri dengan lingkungannya. *Gratitude* juga dapat membuat individu menjadi lebih bahagia, optimis dan merasakan kepuasan hidup.

Menurut penelitian yang dilaksanakan Wolfe dan Patterson (Bakan & Hapsari, 2022), intervensi *gratitude* memiliki dampak positif untuk tubuh. Sejumlah 76% wanita menunjukkan berkurangnya rasa tidak puas terhadap tubuh mereka sesudah menempuh intervensi ini. *Gratitude* secara langsung memengaruhi apresiasi individu terhadap tubuhnya. Suatu penelitian yang dilaksanakan Hotman dan Tylka (Bakan & Hapsari, 2022) terhadap 263 perempuan di Amerika Serikat menemukan bahwa tingginya *gratitude* berbanding lurus dengan tingginya positivisme pikiran dan perasaan individu pada dirinya sendiri.

Penelitian dari Damayanti dan Saifuddin (2022) memperoleh hasil bahwa rasa syukur berkorelasi secara positif dengan citra tubuh. Penelitian dari Aritonang & Refaniel (2022) juga memperoleh hasil bahwa terdapat korelasi antara *gratitude* dan *body image* pada remaja. Selanjutnya, hasil penelitian dari Bakan dan Hapsari (2022) menyimpulkan terdapat korelasi yang terjadi secara signifikan diantara variabel *gratitude* dengan variabel *body image* pada remaja. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian dari Nurfatmawati et al. (2022) yang menunjukkan terdapat pengaruh positif kebersyukuran terhadap *body image* dengan sumbangan efektif 37,7%.

*Gratitude* bukanlah satu-satunya faktor yang dapat memengaruhi *body image*, *social comparison* juga ikut berperan terhadap *body image*. Menurut Schaefer dan Thompson (Septianningsih & Sakti, 2021) *social comparison* merupakan suatu perilaku membandingkan diri sendiri (penampilan) dengan orang lain untuk mengevaluasi diri. Sebagian individu cenderung ingin menjadi lebih baik daripada orang lain sebagai upaya untuk menyesuaikan diri dengan kultur dalam kehidupannya.

Terdapat dua jenis *social comparison* menurut Festinger (Septianningsih & Sakti, 2021) yakni *downward social comparison* dan *upward social comparison*. *Upward social comparison* adalah suatu sikap dimana seseorang membandingkan secara sosial dengan orang lain yang dianggap memiliki

penampilan lebih unggul. Sedangkan *downward social comparison* adalah suatu sikap dimana seseorang membandingkan secara sosial dengan orang lainnya yang dianggap memiliki penampilan lebih buruk.

Festinger (Syafina & Retnaningsih, 2021) menjelaskan bahwa individu melakukan *social comparison* dengan berbagai alasan, termasuk evaluasi diri, peningkatan diri, dan perbaikan diri. Jones (Azizah & Laksmiwati, 2023) memaparkan *social comparison* adalah hal yang cukup krusial pada terbentuknya citra diri. Hal tersebut dikarenakan *social comparison* dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan individu mengenai tubuhnya. Pada umumnya, *body image* tercipta akibat perbandingan individu pada diri sendiri untuk menilai kesesuaian dirinya dengan standar ideal yang ada di lingkungan sekitarnya (Septianingsih & Sakti, 2021).

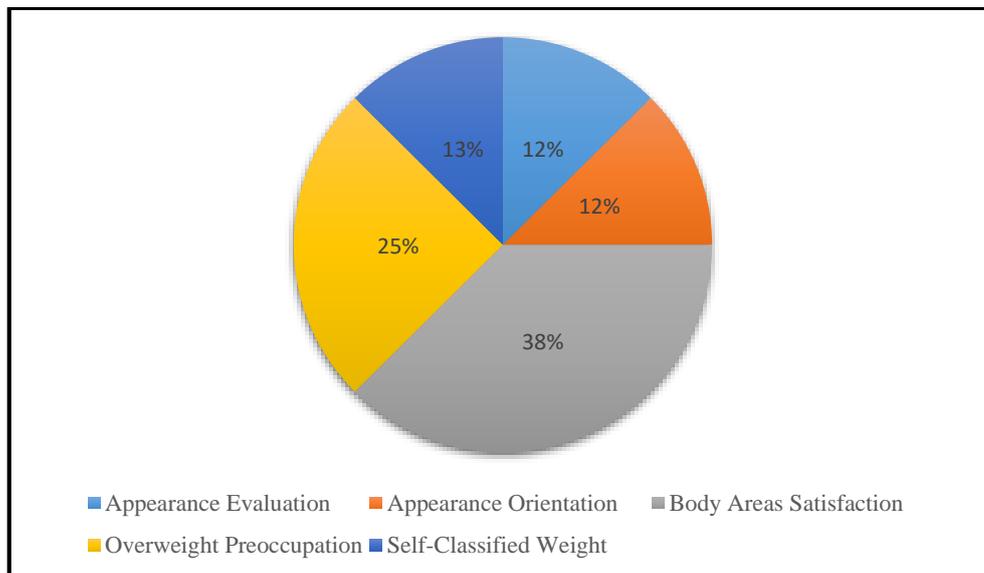
Melalui *social comparison*, individu belajar mengenal konsep ideal di dalam masyarakat terkait bagaimana penampilan yang menarik dan tidak menarik serta bagaimana standar yang ada di lingkungan. Adanya konsep ideal ini menyebabkan individu berusaha untuk memenuhi tuntutan tersebut dengan tujuan agar diterima dan sesuai dengan standar di masyarakat. Standar ideal dalam masyarakat yang memicu individu untuk melakukan *social comparison* tentunya akan memengaruhi kepuasan terhadap dirinya. Hal ini terjadi karena *social comparison* dapat menimbulkan rasa kompetisi atau persaingan dalam diri dan menyebabkan sebuah tekanan sehingga individu menjadi tidak nyaman (Arifin & Firdaus, 2022).

*Social comparison* yang dilakukan secara sering dan terus-menerus akan berdampak negatif untuk seseorang, yakni munculnya rasa sedih, tidak bahagia serta perasaan tertinggal dari orang lainnya serta kurang puas dengan dirinya sendiri. White, Langer, Yariv dan Welch (Arifin & Firdaus, 2022) juga mengemukakan bahwa dampak yang dapat timbul apabila individu sering melakukan *social comparison* adalah akan muncul perasaan isi, bersalah, penyesalan dan emosi negatif, bahkan dapat menyebabkan depresi. *Social comparison* yang dilakukan secara terus menerus juga tentunya akan berakibat

pada ketidakpuasan terhadap diri sendiri dan menimbulkan *body image* yang negatif.

Penelitian dari Septianningsih dan Sakti (2021) memperlihatkan hasil ditemukannya hubungan diantara *social comparison* dengan *body image*. Penelitian oleh Astuti dan Ningsih (2021) juga menunjukkan bahwa ada hubungan negatif signifikan diantara *social comparison* dan *body image*. Hal tersebut didukung oleh hasil kajian Megawati dan Nurhayati (2022) yang menemukan perbandingan sosial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap *body image* sebesar 49%.

Fenomena yang berkaitan mengenai *gratitude*, *social comparison* dan *body image* diperkuat oleh hasil studi pendahuluan dengan cara wawancara kepada 8 remaja akhir, menunjukkan bahwa 8 dari 8 subjek atau 100% orang subjek pernah merasa kurang puas terhadap bentuk tubuh dan juga penampilan yang dimilikinya. Adapun gambaran mengenai jawaban dari responden, akan ditampilkan pada diagram berikut ini:



**Gambar 1. 1. Diagram Hasil Wawancara Body Image**

Mengacu pada diagram hasil wawancara terkait *body image* yang telah disajikan di atas, diketahui bahwa terdapat 1 dari 8 orang atau 12% subjek yang merasa bahwa dirinya tidak menarik dari segi fisik. Hal ini berkaitan dengan aspek *appearance evaluation*, dimana subjek melakukan penilaian terhadap

dirinya. Selain itu, 1 dari 8 orang atau 12% subjek menunjukkan bahwa dirinya senantiasa memperbaiki diri dengan olahraga dan menggunakan *skincare*. Hal ini berkaitan dengan aspek *appearance orientation*, dimana subjek berusaha memperbaiki dirinya.

Kemudian, 3 dari 8 orang atau 38% subjek merasa bahwa dirinya tidak puas dengan beberapa area di tubuhnya dikarenakan memiliki tinggi badan yang kurang atau kantung mata yang gelap. Hal ini berkaitan dengan aspek *body area satisfaction*, dimana subjek merasa kurang puas dengan bagian tubuhnya. Selain itu, 2 dari 8 orang atau 25% subjek merasa takut akan kenaikan berat badan dan melakukan diet secara cukup ekstrim. Hal ini berkaitan dengan aspek *overweight preoccupation*, dimana subjek memiliki kecemasan akan kenaikan berat badan. Diagram juga menunjukkan bahwa 1 dari 8 orang atau 13% subjek merasa bahwa dirinya memiliki berat badan yang tidak ideal dan cenderung kurang. Hal ini berkaitan dengan aspek *self classified weight*, dimana subjek merasa dirinya memiliki berat badan yang kurang dan diperkuat juga dengan penilaian orang sekitar.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pada variabel *gratitude* memperoleh hasil bahwa 4 dari 8 orang atau 50% subjek memerlukan waktu dan proses yang cukup lama untuk merasakan *gratitude*. Hal ini berkaitan dengan aspek *frequency*, dimana subjek merasa harus melakukan introspeksi dan refleksi terlebih dahulu untuk mendapatkan perasaan *gratitude*. Selain itu, 4 dari 8 orang atau 50% subjek merasa kurang bersyukur ketika membuka media sosial *Instagram* karena melihat foto-foto orang lain yang dirasa lebih unggul dibanding diri sendiri. Perkara tersebut berkaitan dengan aspek *span*, dimana adanya sumber (membuka dan melihat foto di *Instagram*) yang membuat perasaan *gratitude* individu mengalami penurunan.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, pada variabel *social comparison* memperoleh hasil bahwa 4 dari 8 orang atau 50% subjek sering melakukan *social comparison* terkait dengan kecantikan, subjek merasa wajah yang dimilikinya kurang cantik dibandingkan orang lain. Hal ini berkaitan dengan aspek *physical appearance*, dimana subjek membandingkan

diri dengan penampilan fisik orang lain. Selain itu, 3 dari 8 orang atau 38% subjek melakukan *social comparison* terkait dengan postur tubuh ideal, subjek merasa kurang memiliki postur tubuh yang ideal dibandingkan orang lain. Hal ini berkaitan dengan aspek *body shape*, dimana subjek membandingkan diri dengan bentuk tubuh orang lain. Kemudian, 1 dari 8 orang atau 12% subjek melakukan *social comparison* terkait dengan berat badan, subjek merasa berat badan yang dimilikinya masih kurang ideal dibandingkan oleh orang lain. Hal ini berkaitan dengan aspek *weight*, dimana subjek membandingkan diri dengan berat badan orang lain.

Remaja yang tinggal di wilayah perkotaan mempunyai kemungkinan yang lebih dominan terhadap ketidakpuasan akan penampilannya, dibandingkan dengan perdesaan. Hal ini dikarenakan intensitas paparan media sosial lebih masif terjadi di daerah perkotaan (Wahyuni & Wilani, 2019). Penjelasan tersebut menjadi salah satu dasar Kota Bekasi dipilih sebagai lokasi penelitian karena Kota Bekasi termasuk ke dalam wilayah perkotaan. Selain itu, penelitian dari Salsabilla dan Asna (2018) memperoleh hasil bahwa 46% remaja akhir di STIKes Mitra Keluarga Bekasi berada pada kategori *body image* negatif. Penelitian lain dari Rosha (2013) menemukan 73% remaja di Kota dan Kabupaten Bekasi juga memiliki *body image* yang berada dalam kategori negatif.

Berdasarkan bukti penelitian Nurfatmawati et al. (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *gratitude* terhadap *body image* dan penelitian Rahmadiansyah (2022) yang mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *body image* serta didukung oleh hasil wawancara dari studi pendahuluan yang sudah dipaparkan, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Hubungan *Gratitude* dan *Social Comparison* dengan *Body Image* Pada Remaja Akhir Pengguna *Instagram*”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran *gratitude*, *social comparison* dan *body image* pada remaja akhir pengguna *Instagram*?

2. Apakah terdapat pengaruh *gratitude* terhadap *body image* pada remaja akhir pengguna *Instagram*?
3. Apakah terdapat pengaruh *social comparison* terhadap *body image* pada remaja akhir pengguna *Instagram*?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui gambaran *gratitude*, *social comparison* dan *body image* pada remaja akhir pengguna *Instagram*
2. Mengetahui pengaruh *gratitude* terhadap *body image* pada remaja akhir pengguna *Instagram*
3. Mengetahui pengaruh *social comparison* terhadap *body image* pada remaja akhir pengguna *Instagram*

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan ilmu-ilmu psikologi, khususnya di bidang psikologi pendidikan dan pengembangan mengenai *gratitude*, *social comparison* dan *body image*.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan pembaca terkait *gratitude*, *social comparison* dan *body image* dalam kehidupan.

- b. Bagi Program Studi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber ilmu dan menambah wawasan pembaca di program studi psikologi terkait *gratitude*, *social comparison* dan *body image*.