

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial adalah sarana yang digunakan individu untuk berinteraksi satu sama lain. Pengguna media sosial dapat berbagi informasi lewat kata-kata, gambar, dan video kepada pengguna lainnya. Beberapa contoh aplikasi jejaring media sosial yang paling banyak digunakan adalah *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *Tiktok*, *Youtube*, dan *Telegram*. Di Indonesia sendiri, 167 juta orang menggunakan media sosial, ini setara dengan 78% dari jumlah total pengguna internet di Indonesia yang mencapai 212,9 juta jiwa (Muhtar, 2023). Media sosial juga dapat digunakan tanpa memandang usia, dari anak-anak hingga lansia dapat mengakses media sosial yang mereka inginkan. Salah satu media sosial yang marak digunakan saat ini adalah aplikasi *Tiktok*.

Tiktok merupakan aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk membuat video berdurasi 15 detik hingga 3 menit yang disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Indonesia sendiri merupakan negara kedua terbanyak yang menggunakan *Tiktok*. Hingga tahun 2023, yang menggunakan *Tiktok* di Indonesia mencapai 112,97 juta jiwa. Hanya selisih 3,52 juta pengguna dari jumlah pengguna *Tiktok* di Amerika Serikat yang jumlah penggunanya mencapai 116,49 juta jiwa (Cindy, 2023). Beberapa contoh video yang dibuat dan ditampilkan oleh pengguna awalnya berupa *lipsync* ataupun gerakan badan yang mengikuti irama lagu. Namun semakin lama, lebih banyak lagi video yang ditampilkan seperti konten edukasi, tutorial, *cover* lagu, eksperimen, dan trend *fashion*. Di Indonesia, mayoritas pengguna aplikasi *Tiktok* berusia 18-24 tahun dengan perbandingan pengguna perempuan sebesar 21,5% sedangkan laki-laki 17,4% (Eldon, 2023).

Di aplikasi ini, remaja dapat menunjukkan ekspresi diri sebab mampu menghilangkan stress, mengembangkan kreativitas, dapat menunjukkan bakat yang individu miliki, serta selalu mengikuti *trend* yang sedang viral (Fuziah, 2019). Berbagai fitur di dalam aplikasi *Tiktok* dapat membuat remaja betah berlama-lama menggunakan aplikasi tersebut karena memberikan kepuasan

sosial dan hiburan (Evi et al, 2022). Memang tidak semua penggunanya aktif membuat konten, ada juga beberapa pengguna yang menggunakan aplikasi ini hanya untuk melihat konten yang dibuat orang lain dan melihat komentar dari konten tersebut. Selain itu, dalam penelitian Filza, Shavira, dan Irwansyah (2021) aplikasi *Tiktok* juga dapat mempengaruhi pembentukan konsep diri pengguna ke arah yang baik seperti memberikan kreativitas dan wawasan kepada penggunanya dalam membuat konten, edit video, dan mendapat ilmu dari beberapa konten pengguna lain. Namun tidak hanya berdampak positif, penggunaan *Tiktok* dikalangan remaja juga dapat berdampak negatif seperti ketergantungan dan kecanduan, penurunan produktivitas, gangguan tidur, serta konsumsi konten negatif (Lilis, 2023).

Peneliti melakukan studi pendahuluan dengan metode pengisian kuesioner terhadap 60 remaja perempuan yang berusia 13-22 tahun terkait penggunaan *Tiktok*. Berdasarkan studi pendahuluan tersebut diketahui bahwa 27 dari 47 remaja perempuan pengguna *Tiktok* sering melihat konten *dance*, *beauty* dan *fashion*, sejalan dengan penelitian Praisra dan Reskisari (2019) yang menjelaskan konten paling populer dikalangan remaja adalah konten *fashion* dan kecantikan. Dari hasil studi pendahuluan ini, terlihat bahwa remaja perempuan yang gemar melihat konten *dance*, *beauty* dan *fashion* merasakan beberapa dampak pada dirinya seperti menambah wawasan terkait *fashion*, mengetahui tips dalam pengaplikasian *makeup*, menjadi lebih perhatian terhadap diri sendiri, merasa terhibur, dan semakin menambah ilmu tentang cara merawat tubuh. Selain merasakan dampak positif, 3 remaja perempuan dalam studi pendahuluan tersebut juga memiliki perasaan tidak percaya diri setelah melihat konten terkait *fashion* dan kecantikan. Pemilihan konten yang dilihat remaja perempuan juga tidak lepas dari perkembangan pada masa remaja dimana remaja perempuan akan mengalami perubahan dalam segi kognitif, hormonal, emosional, fisik, sosial, maupun psikologis (Denich, ifdil & Ilyas, 2017).

Salah satu perkembangan yang dialami individu pada masa remaja adalah pandangan dirinya terhadap tubuh sendiri, dimana setiap individu memiliki gambaran ideal terhadap tubuhnya. Pandangan remaja perempuan

terhadap tubuhnya ini disebut dengan *body image*. Menurut Tatengelo et al (2015) *body image* adalah sikap individu terhadap bentuk tubuh, penampilan, ukuran tubuh, dan fungsi potensi tubuh baik secara sadar maupun tidak. *Body image* mencakup perilaku, persepsi, kognitif dan afektif individu terhadap tubuhnya (Thompson, 2001). *Body image* juga dapat diartikan sebagai gambaran tubuh yang individu bentuk dalam pemikiran, yaitu cara dimana individu menilai penampilannya sendiri (Schilder, 2013). Remaja perempuan cenderung lebih memperhatikan penampilan fisiknya daripada laki-laki, hal tersebut didasarkan pada daya tarik sebagai faktor penting yang mempengaruhi cara pandang individu terhadap tubuhnya (Miftahul, 2022). Tingkat *Body image* individu dilihat dari seberapa jauh individu merasa puas terhadap bagian tubuh dan penampilan fisik milik individu secara keseluruhan. Apabila individu memiliki *body image* yang positif maka individu akan memandang tubuhnya secara baik. Begitupun sebaliknya, individu yang mempunyai *body image* negatif maka akan merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya (Bell&Rushforth,2008).

Body image remaja umumnya buruk karena beberapa perubahan yang terjadi akibat pubertas, dan kemungkinan besar lebih buruk pada pengguna media sosial karena *body image* yang ditemukan di media sosial diinternalisasi menjadi tubuh ideal (Audrey et al, 2020). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Wang (2021) dimana saat beberapa pengguna dengan penampilan yang luar biasa mengunggah foto atau video tubuh atau muka mereka sendiri di *Tiktok*, pengguna lain akan terpengaruh dan memiliki emosi atau ide untuk mengubah diri mereka sendiri. Liu (2021) menyebutkan bahwa *Tiktok* menyebarkan *trend* rasa malu dengan fisik yang dimiliki oleh seseorang dan berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental publik, konsep tubuh, dan potensi ancaman bagi masyarakat.

Riset yang dilakukan peneliti dalam aplikasi *Tiktok* menunjukkan terdapat sebuah konten *beauty privilege*. Dalam konten tersebut menunjukkan individu terutama wanita yang menjelaskan bahwa *beauty privilege* dalam kehidupan sehari-hari nyata adanya. Pada akun *Tiktok* bernama @mermetc mengunggah video dengan tulisan “*beauty privilege* itu nyata because aku udah

ngerasain perbedaan cara orang-orang perlakuan aku dari sebelum bisa ngerawat diri sampe sekarang mulai bisa walaupun blm sepiantas itu buat disebut cantik”. Terlihat juga dalam beberapa komentar penonton yang menceritakan pengalaman pribadinya seperti komentar akun @grtxyccirel “aku juga ngerasain, waktu awal masuk SMP ga ada yang mau temenan karena waktu itu mukaku jerawat banget+bruntusan, sekarang udah mendingan jadi banyak teman”. Dari beberapa komentar dan konten dalam *trend* tersebut, menunjukkan bahwa perlakuan yang didapatkan individu dari lingkungan sekitarnya bisa dipengaruhi dari seberapa menariknya penampilan individu dimata orang lain. *Trend* ini, juga memperlihatkan pandangan mengenai standar kecantikan seperti wajah yang mulus tanpa adanya jerawat ataupun bekas jerawat, tubuh dengan bentuk ideal, dan kulit yang lebih cerah. Standar tubuh ideal yang muncul dalam masyarakat dan media sosial seperti pada konten “Tadow” di aplikasi *Tiktok* dapat menyebabkan adanya rasa ketidakpuasan remaja terhadap tubuhnya (Febriani, dan Rahmasari, 2022). Ketidakpuasan terhadap tubuh dan penampilannya membuat remaja melakukan aktivitas membandingkan antara penampilannya dengan penampilan pengguna media sosial lainnya yang menurut mereka lebih cantik, dan menarik (Eka dan Avi, 2019).

Perbandingan sosial atau *social comparison* merupakan teori yang menunjukkan adanya dorongan dalam diri individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain sebagai evaluasi bagi individu agar dapat unggul dari berbagai aspek dikehidupan (Schaefer & Thompson, 2014). Individu yang melakukan *social comparison* terhadap *body image* akan berdampak kepada evaluasi dirinya sehingga berdampak pada kepuasan pada bentuk tubuh yang dimilikinya. Standar kecantikan yang tinggi dan tekanan dari lingkungan sekitar dapat membuat remaja secara tidak langsung melakukan perbandingan dan penilaian bentuk tubuhnya dengan individu lain (Ridha, 2020). *Social comparison* berdasarkan teori Festinger (1954) meliputi dua jenis, yaitu perbandingan dengan individu yang memiliki standar lebih rendah (*downward comparison*), dan perbandingan dengan individu yang memiliki standar lebih tinggi (*upward comparison*). Dampak dari *downward comparison* akan

membuat seseorang mengevaluasi diri menjadi lebih baik, sementara *upward comparison* akan memunculkan kondisi rendah diri, cemburu sosial, dan ketidakpuasan dalam dirinya. *Social comparison* memiliki peran penting dalam mengevaluasi individu, remaja yang memiliki bentuk tubuh tidak memenuhi standar ideal akan mengalami ketidakpuasan terhadap tubuh (Levine & Smolak, 2002). *Upward comparison* adalah tipe perbandingan sosial yang banyak terjadi dalam konteks media sosial saat ini dan hal ini kebanyakan terjadi pada perempuan (Sandy, 2021). Berdasarkan hal ini, *social comparison* yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah *upward comparison*.

Menurut Wheeler (2012), setelah melakukan perbandingan, individu berharap dapat meningkatkan kualitas dirinya lebih dari orang lain. Adanya kebutuhan menilai diri sendiri dapat membuat individu melakukan perbandingan sosial. Motivasi individu melakukan perbandingan sosial tidak hanya untuk mengevaluasi diri, perbandingan sosial dilakukan untuk meningkatkan kemampuan yang ada pada dirinya agar menjadi lebih baik (Van Lange (2012). Di samping itu, Jones (2001) menemukan bahwa perempuan lebih banyak melakukan *social comparison* yang berkaitan dengan *body image*, seperti *body dissatisfaction*. Sejalan dengan itu, pada penelitian Nailatus (2022) menunjukkan bahwa korelasi antara *social comparison* terhadap *body dissatisfaction* pada pengguna media sosial Instagram di Malang adalah positif. dimana individu yang melakukan *social comparison* berdampak pada cara pandang terhadap tubuh mereka kearah negatif (*body dissatisfaction*). Sejalan dengan itu, hasil penelitian Ana dan Jusuf (2023) juga memperlihatkan bahwa media sosial *Tiktok* membuat individu terpengaruh oleh gambar atau video didalamnya sehingga membandingkan penampilan mereka dengan orang lain, dan menghasilkan citra tubuh yang negatif. Penelitian Ida & Luh (2018) sendiri menunjukkan bahwa tingkat *social comparison* pada remaja perempuan tinggi yang membuat citra tubuh mereka berada pada tingkat yang rendah yang artinya antara *social comparison* terhadap *body image* remaja perempuan berkorelasi negatif. Hasil penelitian Nur (2020) juga menunjukkan adanya korelasi negatif antara perbandingan sosial dengan citra tubuh pada mahasiswa pengguna *Instagram* dimana jika semakin tinggi perbandingan sosial yang

dilakukan individu maka akan semakin rendah juga citra tubuhnya begitupun sebaliknya.

Sebagaimana pemaparan diatas, ditemukan bahwa pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat kesinambungan mengenai hubungan *social comparison* terhadap *body image* pada pengguna media sosial. Perbedaan antara penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu terletak pada pengambilan subjek yang menggunakan remaja perempuan usia 13-22 tahun di Indonesia. Pemilihan konten yang dilihat oleh remaja perempuan seperti konten *fashion* dan *beauty* juga menjadi daya tarik bagi peneliti untuk menelitinya lebih dalam. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh antara *social comparison* terhadap *body image* remaja perempuan pengguna aplikasi *Tiktok* di Indonesia (dengan konten *beauty and fashion*).

1.2 Rumusan Masalah

2. Bagaimana gambaran *social comparison* pada remaja perempuan yang menggunakan aplikasi *Tiktok* di Indonesia?
3. Bagaimana gambaran *body image* pada remaja perempuan yang menggunakan aplikasi *Tiktok* di Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh antara *social comparison* terhadap *body image* remaja perempuan yang menggunakan aplikasi *Tiktok* di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

2. Mengetahui gambaran *social comparison* pada remaja perempuan pengguna aplikasi *Tiktok* di Indonesia
3. Mengetahui gambaran *body image* pada remaja perempuan pengguna aplikasi *Tiktok* di Indonesia
4. Mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *social comparison* terhadap *body image* remaja perempuan pengguna aplikasi *Tiktok* di Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Harapan dari penelitian yang dilakukan ini agar kedepannya dapat memberikan pandangan baru bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber rujukan mengenai ada atau tidaknya pengaruh antara *social comparison* terhadap *body image* remaja perempuan pengguna aplikasi *Tiktok* di Indonesia.