

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini membahas terkait konten *motivational posters* terhadap *self esteem* perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konten *motivational posters* efektif untuk mempengaruhi *self esteem* perempuan. Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan konten akun instagram @nkcthi sebagai *treatment* dalam melaksanakan eksperimen, sedangkan untuk objek penelitian yaitu pengguna instagram dengan jenis kelamin perempuan. Terdapat beberapa alasan mengapa penelitian dengan topik tersebut menarik untuk dikaji oleh peneliti, diantaranya:

Pertama, salah satu *platform* media sosial yang mampu menarik lebih dari 1 miliar pengguna yaitu instagram, sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto yang berkembang pesat dan sudah digunakan oleh 71% orang berusia 18 hingga 24 tahun (Smith dan Anderson, 2018, hlm.8). Munculnya media baru seperti instagram menimbulkan pergeseran nilai-nilai sosial dalam kehidupan masyarakat sehingga media sosial kali ini turut menjadi bagian dari kehidupan masyarakat khususnya pada remaja (Griggs, 2009, hlm. 5). Instagram menjadi salah satu situs jejaring sosial yang memiliki karakteristik visual-sentris yaitu lebih memfokuskan postingan berupa gambar atau tampilan visual (Ting, 2015, hlm. 3). Dalam kegunaannya instagram memiliki peran sebagai mencari informasi mengenai orang lain, mendokumentasikan kehidupan seseorang, juga sebagai wadah untuk menampilkan kreativitas dan minat seseorang dengan format visual seperti gambar (Sheldon dan Bryant, 2016).

Instagram juga memiliki potensi untuk membuat konten yang tidak terbatas pada visual saja melainkan tulisan-tulisan pendek seperti puisi, kutipan, dan cerita pendek mampu di kolaborasikan sehingga menghasilkan karya yang lebih menarik dengan adanya gambar (Octoveria, dkk, 2019, hlm. 159). Pemanfaatan fitur instagram untuk menciptakan karya dan menyalurkan ide dan kreativitas dilakukan oleh seorang influencer bernama Marcella FP dengan membuat akun @nkcthi. Akun instagram @nkcthi menyajikan prosa dengan tambahan ilustrasi sebagai konten utamanya.

Tulisan-tulisan pendek tersebut mengangkat topik mengenai ekspresi dari perasaan dan pemikiran mengenai kehidupan yang mewakili khalayak seperti nasihat hidup, kepastian dan penggambaran dari realita kehidupan. Penelitian sebelumnya membahas mengenai seberapa efektif konten *motivational poster* jika dilihat dari segi estetika dapat mengubah dampak pesan teks yang terdapat dalam *motivational poster* terhadap perilaku, hasilnya menunjukkan bahwa sisi estetika dari suatu *motivational poster* tidak terlalu mengubah dampak pesan motivasi yang terkandung dalam poster (Duro, dkk, 2019, hlm. 5).

Kedua, saat ini kemajuan teknologi semakin berkembang khususnya di Indonesia, salah satu produk dari kemajuan teknologi yaitu munculnya media sosial. Lebih dari satu dekade perkembangan media sosial seperti facebook, MySpace, SNS/Instagram memiliki dampak yang signifikan terhadap perubahan cara berkomunikasi dan berinteraksi masyarakat, disisi lain media sosial sekarang ini digunakan untuk berbagi ide dan pembelian online (Libert, 2014, hlm. 652). Peran media sosial dalam kehidupan manusia selain untuk wadah berkomunikasi juga dapat menyaksikan pengalaman orang lain (Muraidhara, Paul, 2018, hlm. 2). Selanjutnya peran media sosial pun memiliki pengaruh terhadap cara berpikir, bersikap dan tindakan yang dilakukan manusia dalam kehidupannya (Ardianto, 2009, hlm. 59).

Ketiga, dilansir dari *Suara.com*¹ menyebutkan bahwa Indonesia termasuk dalam salah satu negara dengan penggunaan internet tertinggi di dunia terutama dalam hal menggunakan media sosial, sesuai dengan Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018, survey ini pun menyebutkan bahwa pengguna internet terbesar di Indonesia yaitu di dominasi oleh perempuan. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh NapoleonCat. pada januari 2020 menyebutkan bahwa jumlah pengguna aktif instagram di Indonesia mencapai lebih dari 62 juta dengan pengguna paling banyak di dominasi oleh perempuan yaitu sebesar 51% sedikit lebih banyak dibandingkan laki-laki yaitu 49%.

¹ Vania Rossa, Dinda Rachmawati, "Survei: Media Sosial Buat Perempuan Muda Indonesia Tidak Produktif", <https://www.suara.com/lifestyle/2019/07/30/182636/survei-media-sosial-buat-perempuan-muda-indonesia-tidak-produktif>. (diakses pada 23 Juni 2020, pukul 15:09)

Salah satu perusahaan kecantikan di Indonesia melakukan survey pada 100 perempuan muda dan hasilnya menyatakan 58% perempuan muda Indonesia menghabiskan waktunya untuk mengakses media sosial. Intensitas penggunaan media sosial perempuan menghabiskan waktu lebih banyak yaitu rata-rata 46 menit per hari dibandingkan dengan laki-laki yang hanya menghabiskan waktu rata-rata 31 menit untuk berselancar di media sosial (Hawi, dkk, 2017, hlm.576-577).

Keempat, dilansir dari laman *womens.net*² menyebutkan bahwa perempuan dengan *self esteem* rendah selalu menjadi isu yang sering didiskusikan, hal ini karena perempuan selalu mengalami kesulitan dalam mengembangkan kepercayaan diri. Menurut American Association of University women's (AAUW) tahun 1991 dalam (Mahaffy, Kimberly, 2004, hlm. 309) rendahnya tingkat harga diri perempuan telah menjadi masalah sosial yang mendesak, selain itu menurunnya harga diri perempuan secara drastis terjadi pada masa anak-anak menuju remaja dan berdampak pada pertumbuhan perempuan.

Meskipun perempuan di abad ke-21 lebih percaya diri dan diberi kebebasan, nyatanya masih ada jutaan perempuan dengan *self esteem* rendah. Banyak alasan dan akar penyebab dibalik rendahnya *self esteem* perempuan, salah satu alasan paling jelas yaitu akibat paparan media. Di abad ke-21 yang tentunya teknologi semakin maju, manusia lebih mudah untuk mengakses dan mengetahui berbagai hal, seperti dalam kasus ini media sangat berperan menjadi penyebab *self esteem* perempuan menurun, contohnya perusahaan seperti Victoria's Secret, Calvin Klein, dan perusahaan sejenis yang lain memperlihatkan model-model yang memiliki tubuh seksi, cantik, dan pinggul yang ramping. Hal ini secara tidak disadari menjadi sebuah konstruksi sosial di mana standar cantik perempuan adalah mereka yang memiliki tubuh dengan kriteria seperti yang sudah disebutkan. Sehingga perempuan yang tidak memiliki tubuh seperti itu akan cenderung menyalahkan dirinya sendiri dan menyebabkan *self esteem* mereka menurun. Penggunaan media sosial dan sifat kepribadian perempuan mempengaruhi kecemburuan perempuan terhadap seorang *influencer* yang mereka lihat di instagram melalui perbandingan sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan

² Lilit, "Women With Low Self-Esteem: Signs, Causes And Possible Solutions", <https://womens.net/women-with-low-self-esteem/> (diakses pada 12 Oktober 2019, pukul 20.31)

bahwa frekuensi paparan dari postingan *influencer* memiliki hubungan terkait perilaku perbandingan sosial (Chae, Jiyoun, 2017, hlm.10-12).

Menurut Savin William & Demo dalam (Santrock, John W, 2007:184) Indikator dari menurunnya *self esteem* perempuan tidak hanya dilatar belakangi oleh penampilan, terdapat indikator lain diantaranya kekerasan secara verbal seperti direndahkan orang lain sehingga seseorang yang mendapatkan perlakuan tersebut cenderung merendahkan dirinya sendiri, selain itu kekerasan nonverbal pun berperan dalam menurunnya *self esteem*. Pada penelitian kali ini penulis mengambil objek penelitian kepada mahasiswi tingkat akhir karena menurut penelitian yang dilakukan oleh Akinleke dalam (Arshad, dkk, 2015, hlm. 158) menyebutkan bahwa menurunnya tingkat *self esteem* dari mahasiswa dipengaruhi prestasi atau capaian akademik mereka di dalam lingkungan perkuliahan. Selain itu, menurut Twinomugisha dalam (Arshad, dkk, 2015, hlm.158) menjelaskan mahasiswa dengan jenis kelamin perempuan memiliki tingkat *self esteem* yang lebih rendah jika dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki. Hal ini menjadi faktor utama mengapa peneliti memilih mahasiswi tingkat akhir sebagai objek penelitian mengenai efektivitas konten poster motivasi dari akun @nkcthi terhadap *self esteem* perempuan.

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah dari sisi tujuan penelitian dan objek dari penelitian. Pertama, dalam hal tujuan penelitian perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang sedang dilakukan penulis saat ini yaitu, pada penelitian *Visual Quotes: Does Aesthetic Appeal Influence How Perceived Motivating Text Messages Impact Short-Term Exercise Motivation?* memaparkan mengenai efektivitas *visual quotes/ poster quotes* terhadap motivasi melakukan olahraga menggunakan metode penelitian eksperimen dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan teks/ poster *digital quotes* dirasakan memotivasi disajikan dengan berbagai tingkat estetika daya tarik - jelek, netral, indah - memiliki dampak yang sama pada motivasi yang terkait dengan jangka pendek latihan (regulasi perilaku ekstrinsik yang diidentifikasi). Dengan kata lain daya tarik estetika yang dirasakan tidak mempengaruhi kemampuan memotivasi pesan tekstual untuk mendorong aktivitas fisik (Duro, dkk, hlm. 1).

Hal lain yang menjadi faktor utama penulis ingin mengangkat topik ini yaitu jika penelitian-penelitian sebelumnya hanya memandang dampak dari segi

estetika/tampilan sebuah *motivational poster* terhadap perubahan seseorang pada perilaku dan pemahaman teks motivasi, maka dalam penelitian kali ini penulis ingin mengetahui mengenai efektivitas *motivational poster* yang menjadi konten akun instagram @nkcthi terhadap *self esteem* perempuan. Alasan lainnya berkaitan dengan postingan foto di instagram yang terindikasi menyebabkan menurunnya *self esteem* pada perempuan, sebaliknya penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh postingan-postingan motivasi dari akun instagram @nkcthi dalam meningkatkan *self esteem* pada mahasiswi tingkat akhir.

Penelitian yang dilakukan menggunakan teori S-O-R sebagai dasar penelitian dengan mengimplementasikan model komunikasi S-O-R. Alasan penulis memilih Kota Bandung karena kota ini dikenal sebagai salah satu kota pendidikan, salah satu acuannya yaitu karena kota ini memiliki banyak berbagai perguruan tinggi mulai dari universitas, institut, sekolah tinggi, akademi, hingga politeknik.³ Responden yang terlibat berjumlah 40 orang responden dengan pembagian 20 responden dalam kategori kelompok eksperimen dan 20 responden lainnya dalam kategori kelompok kontrol. Penulis memilih sampel sebanyak 40 orang karena jumlah ideal sampel pada penelitian kuasi eksperimen yaitu karena menurut Roscoe dalam (Sugiyono, 2012, hlm. 91) menjelaskan bahwa jumlah ideal partisipan dalam penelitian eksperimen yaitu sebanyak 10-20 partisipan dalam setiap kelompok.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

- 1.2.1 Apakah terdapat perbedaan tingkat self esteem pada kelompok eksperimen sebelum dan sesudah mendapatkan perlakuan yaitu berupa terpapar media *motivational posters* dari akun instagram @nkcthi?
- 1.2.2 Apakah terdapat perbedaan tingkat self esteem dari kelompok kontrol ketika diberikan pre test dan post test?

³ Oris Riswan Budiana, "Bandung, Kota Gudangnya Perguruan Tinggi", <https://www.beritabaik.id/read?editorialSlug=indonesia-baik&slug=1537767475342-bandung-kota-gudangnya-perguruan-tinggi>. (diakses 26 September 2020, pukul 17.20 WIB)

Almalia Hazna, 2020

EFEKTIVITAS MOTIVATIONAL POSTERS TERHADAP SELF ESTEEM PEREMPUAN (KUASI EKSPERIMEN POSTER NKCTHI TERHADAP MAHASISWI TINGKAT AKHIR DI KOTA BANDUNG)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- 1.2.3 Apakah terdapat perbedaan mengenai tingkat *self esteem* pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol setelah melakukan eksperimen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1.3.1 Mengetahui perbedaan tingkat self esteem pada kelompok eksperimen sebelum dan sesudah mendapatkan perlakuan yaitu berupa terpaan media motivational posters dari akun instagram @nkcthi.
- 1.3.2 Mengetahui perbedaan tingkat self esteem pada kelompok kontrol ketika diberikan pre test dan post test.
- 1.3.3 Mengetahui perbedaan mengenai tingkat *self esteem* pada kelompok eksperimen dan kelompok kontrol setelah melakukan eksperimen.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi penelitian berkelanjutan dalam ranah Ilmu Komunikasi. selain itu, penulis berharap penelitian ini mampu memperkuat teori yang sudah ada. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan terhadap pembaca dan menjadi bahan referensi untuk penelitian yang akan datang. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan informasi kepada pembaca mengenai topik yang ada pada penelitian ini.

1.5 Struktur Organisasi Penulisan Skripsi

Berdasarkan (Pedoman Penulisan Karya Ilmiah UPI, 2018) Sistematika penulisan skripsi, tesis, dan disertasi terdiri dari beberapa bagian berikut:

1.5.1 Bab I: Pendahuluan

Pendahuluan dalam penulisan karya ilmiah pada dasarnya menjadi bab perkenalan. Menurut Panduan Penulisan Karya Ilmiah UPI 2018, penulisan ini diadaptasi dari Evans, Gruba dan Zobel, Paltridge dan Starfield dengan struktur seperti latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, struktur organisasi skripsi.

1.5.2 Bab II: Kajian Pustaka

Bagian kajian pustaka merupakan bagian skripsi yang memberikan konteks yang jelas terhadap topik atau permasalahan yang diangkat dalam penelitian.

1.5.3 Bab III: Metode Penelitian

Bagian ini merupakan bagian yang bersifat prosedural, yakni bagian yang mengarahkan pembaca untuk mengetahui bagaimana peneliti merancang alur penelitiannya dari mulai pendekatan penelitian yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data yang dilakukan, hingga langkah-langkah analisis data yang dijalankan.

Berikut kecenderungan alur pemaparan metode penelitian untuk skripsi yang menggunakan pendekatan kuantitatif (terutama untuk survei dan eksperimen) yang diadaptasi dari Creswell dalam Karya Ilmiah UPI (2018) yaitu Desain Penelitian, Partisipan, Populasi dan sampel, Instrumen Penelitian, Prosedur Penelitian, dan Analisis Data.

1.5.4 Bab IV: Temuan dan Pembahasan

Bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni (1) temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan (2) pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

1.5.5 Bab V: Simpulan, Implikasi dan Rekomendasi

Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian tersebut. Ada dua alternatif cara penulisan simpulan, yakni dengan cara butir demi butir atau dengan cara uraian padat.