

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

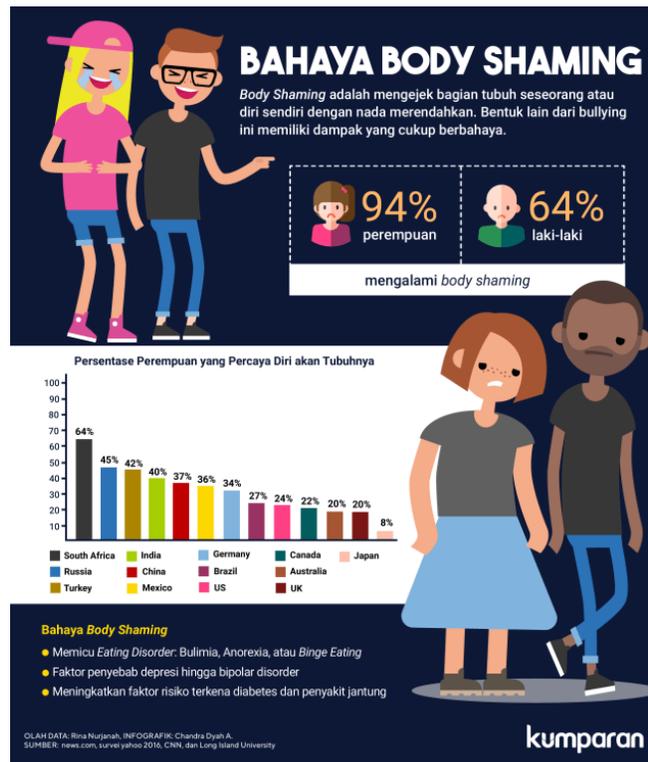
Penampilan dan tingkat kepercayaan diri adalah dua hal yang tidak bisa dilepaskan. Penampilan yang baik dapat menunjang tingkat kepercayaan diri setiap individu. Meningkatnya tingkat kepercayaan diri membuat individu lebih mudah dalam menjalankan setiap aktivitas. Santrock (Girindra dkk., 2018, hlm. 145) menyatakan bahwa salah satu kunci utama dalam meningkatkan kepercayaan diri adalah penampilan.

Kepercayaan diri juga termasuk dalam bagian dari lima kualitas untuk menunjang berbagai aktivitas, terutama komunikasi. Kepercayaan diri juga dapat memberikan manfaat untuk memperkuat hubungan relasi. Kepercayaan diri juga membuat individu lebih terbuka dan lebih mudah dalam meningkatkan hubungan relasi (Darmawan dkk., 2019, hlm. 161).

Bentuk dan penampilan tubuh masih menjadi poin standar manusia di kehidupan bermasyarakat. Terutama bagi wanita, bentuk dan penampilan tubuh kerap menjadi bahan perbandingan atau tolak ukur saat berinteraksi dengan wanita lain (Arindita, 2020, hlm. 320). Apalagi standar penampilan tubuh ini juga berdasarkan dari proses interaksi dan aturan yang diikuti oleh masyarakat (Zaenudin, 2012, hlm. 159). Namun, penampilan tubuh juga mengalami perubahan setiap waktu. Adanya perubahan pada bentuk tubuh membuat individu merasa kurang percaya diri dan malu dengan penampilan tubuhnya (Ifdil dkk., 2017, hlm. 2). Berkurangnya tingkat kepercayaan diri ini juga membuat individu mengalami krisis kepercayaan diri yang dikarenakan adanya gambaran tubuh (*body image*) yang dibangun dari persepsi masyarakat tentang penampilan tubuh (Amma dkk., 2017, hlm. 536–537).

Menurunnya tingkat kepercayaan diri juga diakibatkan oleh adanya perundungan tubuh (*body shaming*). Perundungan tubuh terjadi lewat perkataan atau komentar dari orang lain terhadap tubuhnya. Tindakan ini juga bisa muncul lewat ucapan bentuk candaan terhadap salah satu anggota tubuh orang lain atau penampilan tubuhnya yang

dianggap kurang menarik (Fauzia & Rahmiaji, 2019, hlm. 4–5). Pada survei Body Peace Resolution yang dilansir dari Kumparan menyatakan bahwa 94% korban perundungan tubuh adalah perempuan dan korban perundungan tubuh laki-laki sebesar 64% (Nurjanah, 2018).



Gambar 1.1 Infografis persentase tentang korban *body shaming*

Sumber: Kumparan.com

Perundungan tubuh memiliki berbagai macam jenis menurut Bauman yakni lewat tindakan perundungan secara fisik dan ucapan, pengucilan, memberikan julukan yang buruk, membandingkan penampilan tubuh, hingga perundungan lewat media sosial (Fauzia & Rahmiaji, 2019, hlm. 4). Media menjadi faktor utama tindakan perundungan tubuh terus dilakukan oleh masyarakat. Media kerap menyajikan berbagai informasi termasuk foto dan video penampilan tubuh setiap individu yang menarik. Media juga menjadi sumber terjadinya *cyberbullying* bagi individu yang memiliki penampilan tubuh yang tidak sesuai (Geofani, 2019, hlm. 2–3).

Media juga mempunyai peranan penting dalam mengedarkan informasi terkait standar penampilan tubuh. Berbagai wadah dari media umum seperti koran, tayangan di TV, hingga ke media daring seperti media sosial, situs berita daring, dan lainnya juga kerap mengedarkan informasi tentang standar penampilan tubuh. Terutama bagi media daring yang penggunaannya dilakukan secara fleksibel dan lebih mudah (Zaenudin, 2012, hlm. 104).

Media juga menjadi tempat untuk menyebarkan berbagai informasi tentang standar penampilan tubuh. Terutama media sosial yang kerap menampilkan konten atau interaksi tentang standar penampilan tubuh. Hal ini membuat individu mulai mengetahui dan memahami berbagai informasi seputar standar penampilan tubuh dari media sosial (Darmawan dkk., 2019, hlm. 167–168).

Internet yang mendukung peredaran informasi tentang standar penampilan tubuh di media daring membuat masyarakat semakin terpengaruh dan mengetahuinya. Informasi tentang standar penampilan tubuh di media daring juga dapat diakses dimanapun dan kapanpun. Hal ini juga yang membuat perundungan tubuh semakin meningkat (Zaenudin & Suwatno, 2019, hlm. 84).



Gambar 1.2 Media menjadi faktor utama penyebab *body shaming*

Sumber: Fitrated.com

Selain media, perundungan tubuh juga selalu dilakukan oleh berbagai pihak. Pelaku *body shaming* bias terjadi dari keluarga, teman, rekan kerja, netizen, dan lainnya. Berdasarkan data dari situs Fit Rated menyatakan bahwa 62,7% wanita dan 30,6% pria memilih ibu sebagai pelaku perundungan tubuh tertinggi (Rated, 2021). Tentunya hal ini terjadi dengan cara membandingkan penampilan tubuh anaknya dengan orang lain, berkata buruk tentang penampilan tubuh orang lain, dan lainnya (Fitria & Febrianti, 2020, hlm. 13).

Perundungan tubuh lewat orang terdekat seperti keluarga dan teman membuat individu menjadi lebih tertekan secara emosional. Hal ini disebabkan tidak adanya dukungan dari keluarga dan teman dalam proses menerima dan menyayangi penampilan tubuh. Akibatnya, kepercayaan dirinya menjadi berkurang dan komunikasi menjadi terhambat. Individu menjadi kehilangan tumpuan dukungan dari keluarga dan teman (Darmawan dkk., 2019, hlm. 160).



Gambar 1.3 Infografis pelaku penyebab terjadinya body shaming

Sumber: Fitrated.com

Tindakan perundungan tubuh dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu cara umum dilakukan dengan memberikan kritik dan berkata buruk terhadap penampilan tubuh. Pemberian kritik, perlakuan dan perkataan buruk terhadap penampilan tubuh membuat individu merasa semakin kurang percaya diri. Selain itu, tindakan ini juga membuat individu kurang menerima segala bentuk penampilan tubuhnya. Bahkan, individu tersebut juga melakukan berbagai cara untuk mengikuti segala permintaan orang lain terhadap penampilan tubuhnya (Chairani, 2018, hlm. 13–14; Fauzia & Rahmiaji, 2019, hlm. 2)



Gambar 1.4 Bentuk pernyataan yang menggambarkan tindakan perundungan tubuh

Sumber: nova.grid.id

Bentuk perundungan tubuh dilakukan baik dalam bentuk ucapan canda, hinaan, dan lainnya. Ada juga bentuk perundungan tubuh lewat pernyataan rekomendasi yang membuat individu semakin tidak nyaman. Pernyataan perundungan tubuh terjadi saat menyerang bagian tubuh, kondisi wajah, dan lainnya yang kurang (Amri, 2020, hlm. 102–103; Chairani, 2018, hlm. 15).

Perundungan tubuh dari berbagai pihak juga berimbas pada emosi dan tindakan. Individu menjadi terpengaruh dan secara tindakan akan kembali melakukannya kepada orang lain. Akibatnya, perundungan tubuh terus berlanjut dan kembali merundunginya

kepada orang yang secara penampilan tubuhnya kurang (Darmawan dkk., 2019, hlm. 163)

Sehubungan dengan pernyataan dari Devito pada Liliweri yaitu hubungan dengan orang terdekat dapat tercipta jika terdapat dapat memahami, merasakan, membantu individu, terutama dalam menerima dan menyayangi penampilan tubuh. Namun, perundungan tubuh dari keluarga dekat juga membuat hubungan dengan orang terdekat menjadi merenggang. Selain itu, tindakan perundungan tubuh ini menyebabkan kepercayaan diri individu menjadi berkurang (Darmawan dkk., 2019, hlm. 162).



Gambar 1.5 Berbagai contoh ucapan yang menggambarkan bentuk perundungan tubuh

Sumber: Fitrated.com

Tindakan perundungan tubuh ini membuat individu merasa resah dan rendah diri untuk tampil dan beraktivitas seperti sedia kala. Rendahnya kepercayaan diri ini juga menghambat individu untuk berinteraksi dengan individu lainnya. Kondisi fisik dan psikologinya juga terpengaruh karena dituntut untuk tampil sesuai dengan perspektif penampilan tubuh orang lain. Selain itu individu juga merasa tertekan hingga

mengalami depresi hingga berpikir untuk melakukan tindakan memutuskan nyawanya sendiri akibat adanya perundungan tubuh (Chairani, 2018, hlm. 15-16; Fauzia & Rahmiaji, 2019, hlm. 2; Fitria & Febrianti, 2020, hlm. 13).

Hal ini semakin diperparah dengan kondisi individu yang mencari dan menerapkan gaya hidup dan standar penampilan dari pemengaruh di media sosial. Individu menjadi kurang menerima penampilan tubuhnya dan cenderung mengikuti dari para pemengaruh di media sosial (Darmawan dkk., 2019, hlm. 168)

Tindakan perundungan tubuh ini berpengaruh buruk terhadap kondisi fisik dan psikologis, kini masyarakat berusaha untuk menghindari dan melawan tindakan perundungan tubuh. Berbagai upaya dilakukan untuk menghindari terjadinya tindakan perundungan tubuh. Berbagai upaya dilakukan untuk menghindari terjadinya tindakan perundungan tubuh. Salah satunya melalui jalur hukum. Terdapat beberapa pasal hukum yang dapat menjerat pelaku perundungan tubuh. Pasal hukum di Indonesia yang mengatur tindakan pelaku perundungan tubuh adalah pasal 315 KUHP. Lewat pasal ini, pelaku perundungan tubuh dikenakan hukuman penjara hingga empat bulan dua minggu atau denda sebesar tiga ratus juta rupiah (Rismajayanthi & Priyanto, 2020, hlm. 7).



Gambar 1.6 Berbagai pasal hukum di Indonesia terhadap perundungan tubuh

Sumber: Indonesiabaik.id

Dalam pasal ini dinyatakan bahwa pelaku perundungan tubuh yang menyerang penampilan tubuh secara langsung, ucapan, dan tulisan dapat terjerat dengan pasal ini. Selain itu, terdapat pasal 310 dan pasal 311 KUHP yang juga menindaklanjuti pelaku perundungan tubuh. Ada juga Pasal 27 ayat 3 juncto Pasal 45 ayat 3 UU ITE yang mengatur tindakan perundungan tubuh di media sosial (Mutmainnah, 2020, hlm. 983; Rismajayanthi & Priyanto, 2020, hlm. 7). Adanya berbagai pasal hukum ini membuat masyarakat lebih sadar dan berhati-hati terhadap penampilan tubuh individu

Perlawanan terhadap perundungan tubuh juga tidak hanya lewat tindakan hukum. Kampanye *body positivity* juga menjadi cara untuk melawan perundungan tubuh sekaligus meningkatkan kepercayaan diri. *Body positivity* muncul dengan gerakan kampanyenya di media sosial untuk menerima dan mencintai diri sendiri termasuk penampilan tubuh. Selain itu, gerakan *body positivity* juga mengajak manusia untuk berfokus pada kesehatan tubuh (Cohen, Fardouly, Newton-john, dkk., 2019, hlm. 1548-1549; Cohen dkk., 2020, hlm. 2-3).

Berbagai bentuk kampanye *body positivity* telah digaungkan lewat media sosial dan salah satunya adalah video kanal Youtube MARSHED berjudul “My Body Is Perfect And I Love It”. Video ini muncul di Youtube tahun 2021. Video ini dibuat oleh artis Indonesia yakni Marshanda lewat kanal Youtube miliknya yaitu MARSHED. Dalam video ini, Marshanda menceritakan perubahan bentuk tubuhnya karena konsumsi obat bipolar. Selain itu, ia juga berbagi pengalaman menerima dan mencintai tubuhnya dan juga memberikan nasihat untuk lebih menerima dan mencintai penampilan tubuh. Terkait penelitian tentang pesan kampanye *body positivity* video “My Body Is Perfect And I Love It” MARSHED terhadap tingkat kepercayaan diri, sejauh yang diketahui oleh peneliti belum banyak yang meneliti tentang hal ini. Hal ini bisa menjadi celah penelitian bagi peneliti.

Sejumlah media daring juga memberitakan aksi artis atau produk ternama yang membahas tentang *body positivity*. Media tersebut diantaranya adalah Kompas.com dan Liputan 6.com memberitakan aksi *body positivity* oleh selebritis atau produk

ternama. Artis yang mengangkat isu *body positivity* diantaranya adalah Tara Basro, Marshanda, Selena Gomes, Lizzo, dan lainnya.

Terkait penelitian ini, ada beberapa faktor yang melatarbelakanginya. *Pertama*, video “My Body Is Perfect And I Love It” ini dicetuskan oleh artis Indonesia Marshanda yang kerap membagikan cerita untuk menerima dan mencintai diri sendiri. Video ini telah ditonton sebanyak 373 ribu *views* di Youtube channel MARSHED. Video ini juga menjadi bagian dari realisasi kampanye *body positivity* untuk lebih mencintai tubuh dan kesehatan diri (Cohen, Fardouly, Newton-john, dkk., 2019, hlm. 1548).

Kedua, konten *body positivity* hingga kini masih menjadi isu yang digaungkan di media sosial. Tagar *#bodypositivity* hingga kini mencapai 10,9 juta postingan di Instagram. Selain itu tagar *#bodypositive* juga mencapai 18,2 juta postingan di Instagram (Instagram, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa isu *body positivity* masih menjadi isu terhangat dan digaungkan oleh masyarakat terutama warganet.

Untuk objek penelitian yang digunakan yaitu dari komunitas Perempuan Hari Ini Medan dan komunitas Beauty Beyond Size. Penulis memilih dua komunitas ini karena kedua komunitas perempuan ini masih aktif dalam menyuarakan isu perempuan di kota Medan, termasuk isu *body positivity*.

Pada komunitas Beauty Beyond Size memiliki akun Instagram dan Youtube yang digunakan untuk mengampanyekan isu *body positivity*. Komunitas yang didirikan oleh Angel Veira Japardy ini kerap mengadakan berbagai kegiatan untuk meningkatkan kesadaran tentang *body positivity*. Kegiatannya berupa seminar, acara olahraga bareng, dan lainnya. Komunitas ini tetap mengampanyekan isu *body positivity* hingga kini.

Selanjutnya ada komunitas Perempuan Hari Ini Medan yang juga berfokus pada kampanye berbagai isu perempuan, termasuk isu standar penampilan tubuh. Komunitas ini didirikan oleh Lusty Ro Manna dan berpusat di kota Medan. Komunitas ini juga memiliki akun Instagram dan akun diskusi khusus di Whatsapp untuk membahas isu perempuan termasuk isu *body positivity*.

Terkait teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R. Dalam teori ini, stimulus berupa pesan-pesan kampanye *body positivity* “My Body Is Perfect And I Love It” MARSHEd kepada masyarakat. Organismenya berupa proses masyarakat menerima pesan terhadap kampanye *body positivity* “My Body Is Perfect And I Love It” MARSHEd. Responnya berupa perubahan perilaku masyarakat dari kampanye *body positivity* “My Body Is Perfect And I Love It” MARSHEd.

Grand theory yang digunakan pada penelitian skripsi ini adalah teori stimulus-respon (S-R). Pada teori ini, pesan sebagai stimulus atau dorongan yang membuat komunikator cenderung memberikan balasan atau respon. Teori S-R juga memperlihatkan bagaimana pesan dapat berpengaruh pada perilaku lewat pesan yang diterimanya.

Paradigma yang digunakan pada penelitian ini adalah paradigma positivistik. Paradigma positivistik memandang adanya fenomena yang terjadi dilakukan secara nyata. Fenomena ini juga diperkuat dengan data dan fakta. Pandangan, ide, sikap, dan lainnya yang berubah juga dipengaruhi oleh adanya pengiriman pesan kepada individu. Sehingga individu mulai mengetahui, memahami, dan mengikuti pesan yang diberikan kepadanya.

Pada penelitian skripsi ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif studi korelasional untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel X dan variabel Y. Penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan terkait penelitian sejenis tentang kampanye *body positivity*. Sekaligus penelitian ini dapat memberikan pemahaman masyarakat tentang isu *body positivity* dan dapat meningkatkan kepercayaan dirinya. Berdasarkan penjelasan latar belakang dimulai dari isu perundungan tubuh, isu *body positivity*, dan peningkatan kepercayaan diri, penelitian ini diberikan dengan judul “PENGARUH PESAN KAMPANYE BODY POSITIVITY TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI”

1.2 Rumusan Masalah

Untuk rumusan masalah pada penelitian ini beberapa diantaranya adalah:

1. Bagaimana pengaruh antara daya tarik pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHED komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan?
2. Bagaimana pengaruh antara faktualitas pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton Video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHED komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan?
3. Bagaimana pengaruh antara kecukupan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHED komunitas Beauty Beyond Size Medan & Kkmunitas Perempuan Hari Ini Medan?
4. Bagaimana pengaruh antara kebenaran pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHED komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan?
5. Bagaimana pengaruh antara keringkasan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHED komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan?
6. Bagaimana pengaruh antara kejelasan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat

kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan?

7. Bagaimana pengaruh antara pertimbangan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan?
8. Bagaimana pengaruh antara pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh daya tarik pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktualitas pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kecukupan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan.

4. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kebenaran pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & Komunitas Perempuan Hari Ini Medan.
5. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh keringkasan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan.
6. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kejelasan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan.
7. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pertimbangan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan.
8. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri penonton video “My Body is Perfect And I Love It” MARSHEd komunitas Beauty Beyond Size Medan & komunitas Perempuan Hari Ini Medan

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi saran dan arahan dalam mendalami dan memahami pesan kampanye *body positivity* terhadap

tingkat kepercayaan diri. Peneliti juga berharap bahwa penelitian ini juga dapat menjadi bagian untuk mengembangkan dan menyampaikan pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri.

1.4.2 Manfaat Praktikal

A. Bagi peneliti:

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman baru tentang isu *body positivity*. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pembelajaran bagi peneliti untuk memahami dan menerapkan *body positivity* untuk meningkatkan kepercayaan diri.

B. Bagi komunitas perempuan di kota Medan (Komunitas Perempuan Hari Ini dan Komunitas Beauty Beyond Size Medan):

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi bahan untuk penyampaian pesan kampanye *body positivity* sekaligus untuk meningkatkan kesadaran akan *body positivity* untuk meningkatkan kepercayaan diri.

1.4.3 Manfaat Signifikansi

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi barometer dalam pengambilan keputusan dan juga melihat isu terkait *body positivity*.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Skripsi ini terdiri dari lima bab yang saling terkait dan juga menghubungkan dengan variabel yang diteliti. Masing-masing bab terdiri dari:

1.5.1 Bab 1: Pendahuluan

Pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi penelitian. Pada bab ini juga menjelaskan hubungan masing-masing variabel secara garis kecil.

1.5.2 Bab 2: Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini terdiri dari masing-masing penjelasan per variabel penelitian, teori yang digunakan, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

1.5.3 Bab 3: Metodologi

Pada bagian ini terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel, angket penelitian, dan berbagai rumus yang digunakan dalam meneliti.

1.5.4 Bab 4: Temuan dan Pembahasan

Pada bagian ini lebih menjelaskan pada hasil penelitian dan pembahasannya. Hasil yang diteliti juga telah dihitung dengan rumus yang digunakan dan telah dianalisis untuk menemukan hubungan dengan hipotesis penelitian.

1.5.5 Bab 5: Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Pada bagian ini lebih ditekankan pada kesimpulan penelitian dan kegunaan hasil penelitian untuk berbagai kegiatan. Selain itu, peneliti juga memberikan rekomendasi kepada responden dan pihak yang terlibat dalam penelitian