

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan budaya dan trend dalam masyarakat telah menjadikan kecantikan sebagai tujuan utama (Melliana, 2006). Kecantikan konon merupakan anugrah yang terindah bagi seorang perempuan, tak ada yang lebih diimpikan oleh perempuan selain tampil cantik dan mempesona, sebagian perempuan rela mengorbankan tenaga, waktu bahkan harta untuk membayar impian individu agar menjadi cantik. Kecantikan merupakan modal utama untuk masuk ke dunia kerja, karena dalam dunia kerja mewajibkan perempuan berpenampilan menarik dan memiliki kriteria tertentu. Perempuan yang menarik mendapatkan *respect* yang positif di tempat kerjanya. Perempuan wajib merawat tubuh dan penampilan fisik secara keseluruhan, karena bentuk tubuh dan penampilan fisik adalah permasalahan yang sering di sorot di masyarakat (Melliana, 2006).

Royan (2009) menjelaskan bahwa kehadiran SPG diharapkan mampu membantu konsumen agar bisa mendapatkan informasi produk lebih rinci dibandingkan melalui iklan. Pernyataan ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Ratmoyo (2012), bahwa SPG merupakan wanita yang menjadi ujung tombak dari pemasaran suatu produk dengan cara memasarkan langsung produk maupun sampel dari produk tersebut kepada konsumen. Dalam hal ini, SPG menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam menetapkan beberapa kriteria yang harus dipenuhi calon SPG, seperti yang dijelaskan oleh Raharti (2001), yakni *performance* (tampilan fisik yang dapat dinilai dengan indra penglihatan, *communicating style*, dan *body language* yang mengarah pada gerakan fisik).

Penampilan yang menarik dan juga memiliki daya tarik yang tinggi dapat menunjang penampilan SPG. Dalam menunjang penampilan SPG, salah satu tuntutan untuk menjadi SPG adalah dengan menggunakan alat kosmetik atau *make up* (Ratmoyo, 2012). Kosmetik dapat membuat SPG menjadi menarik. Selain itu juga dengan adanya kosmetik, SPG dapat berpenampilan menarik dan juga dapat pelanggan juga tertarik dengan SPG sehingga dapat membeli produk tersebut (Ratmoyo, 2012).

SPG seharusnya mempunyai penampilan yang enak dipandang oleh mata, sehingga konsumen dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Pada iklan-iklan lowongan pekerjaan sebagai SPG sering kali mencantumkan penampilan fisik yang menarik seperti cantik dan memiliki tubuh yang ideal sebagai salah satu syarat. Menurut Retnaningsih (2001) SPG yang menjual perlengkapan kecantikan, penampilan fisik sangat diperlukan untuk menarik pelanggan, SPG pada produk kecantikan akan menjadi representasi produk yang dijual kepada konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa ketika seseorang ingin membeli suatu produk, maka individu fokus pada penilaian terhadap penampilan fisik dari SPG tersebut (Retnaningsih, 2001). Tetapi, Ratmoyo (2012) menyatakan bahwa kebanyakan SPG tidak puas dengan tubuhnya. Ketidakpuasan dalam tubuhnya dapat mempengaruhi daya tarik seorang SPG (Hahn & Payne, 2003).

Hal ini menunjukkan bahwa Tubuh adalah salah satu aspek penting dalam kehidupan manusia, terutama perempuan. Penilaian dalam penampilan fisik ini mencakup cara seseorang melihat, merasakan, dan mempersepsikan keadaan fisiknya sendiri. Hal ini dikenal sebagai citra tubuh (Grogan, 1999). Citra tubuh berkaitan dengan kepuasan terhadap tubuh seseorang. Kepuasan atau ketidakpuasan terhadap tubuh dan bagian-bagian tubuh merupakan bagian dari cara seseorang memaknai anggota tubuhnya sebagai fungsi

atau sebagai objek keindahan. Saat seseorang memiliki kriteria tubuh ideal dalam pikirannya namun seseorang menganggap atau merasa bahwa bagian-bagian tubuhnya belum memenuhi kriteria ideal tersebut disitulah muncul ketidakpuasan citra tubuh (Grogan, 1999). Seseorang yang memiliki kecenderungan ketidakpuasan citra tubuh akan memikirkan keadaan fisiknya yang sebenarnya tidak nyata, tidak percaya akan bentuk tubuhnya dan tidak menerima perbedaan dalam bentuk tubuhnya (Bordo, 1993).

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) citra tubuh merupakan penilaian dari pengalaman perasaan seseorang mengenai karakteristik dirinya. Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) citra tubuh merupakan sikap yang dimiliki seorang terhadap tubuhnya yang dapat berupa penilaian positif dan negatif. Cash dan Pruzinsky (2002), citra tubuh terdiri dari lima aspek, yaitu: (1) Evaluasi penampilan (*Appearance evaluation*) yaitu penilaian mengenai penampilan dirinya. (2), orientasi penampilan (*Appearance orientation*) yaitu perhatian individu terhadap dirinya dan usaha memperbaiki penampilannya. (3) kepuasan area tubuh (*Body areas satisfaction*) yaitu, kepuasannya terhadap bagian tubuh. (4) (kecemasan menjadi gemuk (*Overweight preoccupation*); kewaspadaan individu terhadap kegemukan. (5) persepsi terhadap ukuran tubuh (*Self classified weight*) yaitu individu mempersepsikan bentuk tubuhnya

Bedasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yunalia dan Mahyuvi (2017) menunjukkan bahwa 60,3 % subjek penelitian memiliki citra tubuh negatif dan 39,7% subjek penelitian memiliki citra tubuh positif. Hal ini di dukung oleh penelitian Wiranatha dan Supriyadi, (2015) terdapat 6,1% subjek penelitian yang memiliki citra tubuh sangat rendah, 44,3% subjek penelitian dengan citra tubuh rendah, 42,5% subjek penelitian

memiliki citra tubuh tinggi dan 7,1% subjek penelitian memiliki citra tubuh sangat tinggi. Oleh sebab itu citra tubuh masih menjadi permasalahan terutama pada wanita.

Sejalan dengan data tersebut, berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan pada Desember 2020 terhadap 10 orang SPG perusahaan Dagadu di Yogyakarta. Peneliti memilih Dagadu sebagai tempat dalam melakukan wawancara karena SPG di gadagu memiliki citra tubuh yan rendah. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengacu pada aspek Cash dan Pruzinsky (2002), citra tubuh terdiri dari lima aspek, yaitu: (1) Evaluasi penampilan (*Appearance evaluation*) yaitu penilaian mengenai penampilan dirinya. (2), orientasi penampilan (*Appearance orientation*) yaitu perhatian individu terhadap dirinya dan usaha memperbaiki penampilannya. (3) kepuasan area tubuh (*Body areas satisfaction*) yaitu, kepuasann terhadap bagian tubuh. (4) kecemasan menjadi gemuk (*verweight preoccupation*); kewaspadaan individu terhadap kegemukan. (5) persepsi terhadap ukuran tubuh (*Self classified weight*) yaitu individu mempersepsikan bentuk tubuhnya. Pada aspek evaluasi penampilan 8 dari 10 SPG beranggapan bahwa tubuhnya kurang menarik di mata orang lain, menurut subjek tubuh yang menarik adalah ketika seorang mempunyai badan yang langsing, tinggi serta memiliki kulit putih. Pada aspek orientasi penampilan 9 dari 10 SPG kosmetik tersebut berusaha memperbaiki penampilnya dengan bermake up dan memakai lotion agar kelihatan cantik, mencatok rambutnya agar lebih lurus, memakai lulur agar kelihatan putih. Pada kenyataannya, hal tersebut tidak memberikan hasil karena tetap kurang menarik perhatian di mata orang lain.

Pada aspek kepuasan area tubuh 9 dari 10 SPG tersebut merasa tubuh subjek kurang memuaskan karena kulit yang subjek miliki kurang putih untuk ukuran seorang perempuan,

sedangkan pada kecemasan menjadi gemuk 9 dari 10 SPG tersebut sangat cemas bila badan menjadi gemuk, subjek sering mengontrol makanan, dan juga rutin meminum herbal serta olahraga untuk menyeimbangkan tubuhnya. Pada aspek persepsi terhadap ukuran tubuh 9 dari 10 SPG beranggapan tubuh yang ideal adalah tinggi, putih, langsing, menurut subjek dengan memiliki kulit yang putih akan terlihat lebih cantik dan mempesona. Oleh sebab itu SPG menunjukkan citra tubuh yang rendah. Hal ini dikarenakan bahwa sebagian SPG merasa bahwa kurang puas dengan bentuk tubuh, memiliki kecemasan ketika badan gemuk serta tidak memiliki kulit putih. Hal ini menunjukkan bahwa dengan bentuk tubuh yang bagus maka akan memiliki daya tarik yang tinggi yang akan membuat konsumen ingin membeli ditempat tersebut. Hal ini didukung dengan pernyataan dari Kanuk (2007) bahwa daya tarik terhadap konsumen merupakan elemen-elemen yang terdapat dalam diri penjual yang meliputi sejumlah karakteristik dan dapat dilihat khalayak dalam diri penjual tersebut. Daya tarik merupakan sifat yang dimiliki oleh seseorang yang dapat menimbulkan rasa ketertarikan terhadap dirinya. Adanya ketertarikan dalam dirinya akan membuat seseorang merasa puas dengan apa yang diperoleh sekarang (Kanuk, 2007)

Retnaningsih (2001) menyatakan bahwa seorang SPG seharusnya memiliki citra tubuh yang positif agar mampu menerima dirinya sendiri tanpa harus memikirkan standar tubuh kebanyakan orang. Seorang SPG harus bisa menerima bentuk tubuhnya agar mampu bekerja dengan maksimal dan juga memiliki kinerja yang baik (Retnaningsih, 2001). Pada kenyataannya Raharti (2001) menyatakan bahwa kebanyakan SPG tidak percaya diri dengan tubuh dan tidak puas dengan citra tubuhnya. Citra tubuh yang negatif ini memacu seseorang untuk memperbaiki penampilan mereka. Individu yang memiliki

ketidaknyamanan akan bentuk tubuhnya dan ingin menurunkan berat badannya (Raharti,2001).

Menurut Cash dan Pruznsky (2002) citra tubuh yang positif akan memfasilitasi kenyamanan sosial sedangkan citra tubuh negatif akan menyebabkan kecemasan sosial dan rasa minder. Hal ini menunjukkan bahwa citra tubuh yang sangat berpengaruh pada seseorang yang didasarkan bagaimana individu tersebut melihat bagaimana kondisi fisik yang dapat berupa bentuk tubuh ataupun berat tubuh yang ia miliki serta bagaimana penilaian individu itu terhadap fisik yang ia miliki dan bagaimana bentuk yang ia inginkan (Smolak & Thompson, 2009).

Hasil penelitian dari Homan, Brittany & Boyd (2014) menunjukkan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi citra tubuh yaitu jenis kelamin, orangtua, hubungan interpersonal dan *gratitude*. Peneliti memilih *gratitude* sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi citra tubuh karena Citra tubuh adalah gambaran yang beraneka ragam mengenai sikap subjektif dan persepsi tentang tubuh, terutama penampilan fisik. *Gratitude* adalah bagian dari psikologi positif yang dapat menjadi orientasi dalam hidup untuk mengarah pada hal-hal positif (Dwinanda, 2016).

Menurut Fitzgerald (1998) *gratitude* adalah memberikan ucapan terima kasih kepada orang-orang yang telah menolong, memberikan kebaikan, atau keuntungan, sebagai bentuk timbal balik atas apa yang orang lain telah lakukan padanya. *Gratitude* dapat diartikan sebagai keadaan dalam diri seseorang untuk mengapresiasi segala peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan atas pengalaman-pengalamannya (Snyder & Lopez, 2002). Menurut Emmons dan McCullough (2003) mengungkapkan aspek-aspek

bersyukur terdiri dari empat unsur, yaitu : a). *Intensity*, b). *Frequency*, c). *Span*, dan d). *Density*

Penelitian dari Dwinanda (2016) menunjukkan bahwa *gratitude* dapat mengurangi rasa ketidakpuasan terhadap tubuh melalui peningkatan emosi positif yang dimiliki individu. Emosi positif yang diberikan dengan cara bersyukur dapat menumbuhkan *positive feeling* dan *positive thinking* akan penampilan fisiknya sedangkan emosi negatif hanya memberikan ketegangan dan kecemasan akan penampilan fisiknya. Seseorang yang memiliki *gratitude* maka individu akan bahagia karena melihat bentuk tubuhnya (Dwinanda, 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian dari Overwalle, Mervielde, & DeSchuyter (1995), menunjukkan bahwa seseorang yang kurang memiliki *gratitude* tidak menunjukkan rasa bahagia dan orang yang memiliki *gratitude* mengalami kebahagiaan yang lebih besar, harapan, kebanggaan. Seseorang yang memiliki *gratitude* yang tinggi akan jauh dari kecemasan akan bentuk tubuh dan penampilan fisiknya. Hal ini dikarenakan syukur memiliki hubungan positif dengan berbagai emosi positif, seperti kepuasan hidup, kebahagiaan, mudah memaafkan orang lain, tidak mudah merasa sepi dan mudah mengontrol amarah sehingga terhindar dari depresi, kecemasan dan iri hati (McCullough, Emmons & Tsang, 2002).

Taylor (2006) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki *gratitude* dapat membuatnya berpikir positif serta memiliki pola pikir yang sehat dalam menghadapi berbagai masalah yang ada pada hidupnya, dimana pikiran positif yang dimiliki dapat mengarahkannya pada citra tubuh yang positif dalam memandang penampilan fisiknya sedangkan pikiran negatif akan mengarahkannya pada citra tubuh yang negatif akan ketidakpuasan terhadap penampilan fisiknya. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang

tidak memiliki kepuasan dalam tubuh akan merasa tidak tenang dan tidak mampu bersyukur. Hal ini berdampak pada kesehatan (Taylor, 2006). Hal ini sejalan dengan penelitian dari Wood, Maltby, Gillett, Linley, & Joseph (2010) bahwa seseorang yang memiliki *gratitude* akan membuat seseorang dapat melihat situasi yang menguntungkan.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian dari Wood, Froh dan Geraghty (2010) bahwa usaha untuk mengarahkan individu pada emosi positif yaitu melalui *gratitude* yang secara langsung meningkatkan pengaruh positif pada individu yaitu mampu memperbaiki pikiran yang negatif mengenai bentuk tubuh. Individu yang memiliki *gratitude* senantiasa memandang serta menyikapi permasalahan terkait fisiknya secara positif, bahwasanya segala sesuatu yang Tuhan berikan merupakan sebuah karunia yang layak untuk disyukuri.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka prumusan masalah dari penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara *gratitude* dengan citra tubuh pada *sales promotion girl* (SPG) perusahaan Dagadu di Yogyakarta?.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti maka dapat diperoleh tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan antara *gratitude* dengan citra tubuh pada *Sales Promotion Girl* (SPG) perusahaan X di Yogyakarta.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan teoritis di bidang psikologi dan kelimuan lainnya, terkhusus dibidang psikologi klinis mengenai citra tubuh dan *gratitude* pada SPG.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bagi SPG, dapat memberikan informasi dan masukan agar tetap menghargai tubuh atau keadaan tubuh, sehingga dapat mengurangi fikiran negatif tentang pandangan terhadap bentuk tubuhnya.