

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Individu yang mencapai status dewasa secara resmi apabila pertumbuhan pubertas sudah selesai atau hampir selesai dan organ reproduksi telah berkembang dan mampu untuk bereproduksi. Masa dewasa dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu tahapan pertama masa dewasa awal yang dimulai pada usia 18 tahun sampai usia 40 tahun. Tahapan kedua masa dewasa madya yang dimulai pada umur 40 tahun sampai usia 60 tahun, dan tahapan yang terakhir yaitu masa dewasa lanjut yang dimulai pada usia 60 tahun sampai kematian (Hurlock, 2011). Levinson, dkk (dalam Monks, 2014) berpendapat bahwa masa dewasa awal dimulai pada usia 17 sampai usia 45 tahun. Di Indonesia, individu dikatakan dewasa awal jika sudah mencapai usia 21 tahun (Monks, 2014).

Penyesuaian diri pada masa dewasa awal merupakan periode khusus dan sulit dari rentang hidup seseorang. Individu yang berada di masa dewasa awal memiliki tugas perkembangan yang harus dilalui mencakup mendapatkan pekerjaan, memilih seorang teman hidup, belajar hidup bersama dengan pasangan untuk membentuk suatu keluarga, membesarkan anak-anak. Mengelola sebuah rumah tangga, menerima

tanggung jawab sebagai warga negara, dan bergabung dalam kelompok sosial yang sesuai (Hurlock, 2011). Dalam masa ini pula terjadi perubahan minat termasuk pada penampilan. Individu yang sudah dewasa, pria maupun wanita dewasa memahami perubahan-perubahan yang terjadi pada fisik dan memanfaatkannya. Meskipun penampilannya tidak sesuai dengan yang diharapkan, tetapi individu ini sudah menyadari semua kekurangannya dan sadar bahwa kekurangannya tidak dapat dihilangkan ataupun hanya diperbaiki. Kesadaran ini memunculkan minat terhadap kecantikan, diet, dan olahraga (Hurlock, 2011).

Wolf (2004) wanita merasa bahwa penampilan fisik, tubuh, wajah, rambut, atau pakaian merupakan bagian penting dari dirinya. Penampilan fisik yang menarik membuat wanita menyadari akan potensi untuk meningkatkan status dalam bidang bisnis maupun perkawinan (Hurlock, 2011), Hutapea (2017) menambahkan bahwa penampilan fisik yang menarik juga memberikan pengaruh yang positif. Sehingga orang yang belum dikenal dapat memberikan kesan baik pada individu. Wanita yang tidak percaya diri akan berdampak pada ketidakpuasan terhadap penampilan fisik. Hal ini merupakan pendorong bagi wanita melakukan sesuatu untuk meningkatkan penampilan fisiknya agar terlihat cantik dan menarik. Kemudian muncul produk perawatan kulit wajah atau *skin care* yang menjadi bagian tak terpisahkan dari wanita dalam meningkatkan penampilan fisik (Irwanto dan Hariatiningsih, 2020).

Harga diri merupakan penilaian pribadi individu mengenai kelayakan atau tidaknya yang diungkapkan dalam bentuk sikap yang dimiliki individu terhadap

dirinya sendiri. Pada penilaian ini mengungkapkan sikap yang menyetujui dan menunjukkan sejauh mana individu percaya bahwa dirinya mampu, berhasil secara signifikan, dan layak (Coopersmith dalam Heatherton dan Wyland, 2003). Trzesniewski, Donnellan, dan Robins (2013) mendefinisikan harga diri sebagai evaluasi individu mengenai nilainya sendiri. Individu yang percaya bahwa dirinya adalah orang yang berharga dan bernilai, maka individu memiliki harga diri tinggi, terlepas dari hasil evaluasi individu divalidasi orang lain. Harter (dalam Mruk, 2013) mendapati adanya penurunan harga diri terutama pada perempuan yang besar terkait dengan kepuasan terhadap penampilan fisik individu. Berfokus pada penampilan fisik juga memunculkan kesempatan baru untuk memperoleh atau kehilangan harga diri (Mruk, 2013).

Berdasarkan definisi dari Coopersmith (dalam Heatherton dan Wyland, 2003) dan Trzesniewski, Donnellan, dan Robins (2013) dapat disimpulkan bahwa harga diri merupakan penilaian yang dilakukan individu terhadap diri individu. Penilaian ini menunjukkan sejauh mana individu percaya akan kemampuannya, berhasil, layak, perasaan berharga dan bernilai terlepas dari validasi orang lain.

Coopersmith (dalam Mruk, 2013) mengungkapkan aspek-aspek dari harga diri antara lain *power* (kekuatan), *significance* (keberartian diri), *virtue* (kebajikan), dan *competence* (kompetensi). *Power* (kekuatan) yaitu kemampuan individu untuk memengaruhi atau mengendalikan diri maupun orang lain. *Significance* (keberartian diri) yaitu penerimaan yang mempengaruhi perasaan diri individu

melalui hubungan dengan keluarga, teman sebaya, pasangan, atau rekan. *Virtue* (kebajikan) yaitu ketaatan terhadap standar moral, etika, dan agama. *Competence* (kompetensi) merupakan kemampuan individu sebagai usaha untuk mendapatkan prestasi yang baik. Usaha yang dilakukan sesuai dengan tuntutan dan harapan.

Data dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mohanapriya, Padmavathi, dan Prasathkumar (2019) mengenai perbandingan antara tingkat harga diri pada wanita yang menggunakan produk *skin care* dan wanita yang tidak menggunakan produk *skin care*. Hasil penelitian tersebut menggambarkan tingkat harga diri pada wanita yang menggunakan produk *skin care* dan tidak bahwa wanita yang menggunakan produk *skin care*. Wanita yang menggunakan produk *skin care* memiliki tingkat harga diri yang sedang sebesar (50,7%) sedangkan hasil dari wanita yang tidak menggunakan produk *skin care* memiliki tingkat harga diri rendah sebesar (47,7%). Hasil survey yang dilakukan oleh ZAP Beauty Index (2020) pada tahun 2018 dari data yang dikumpulkan, sebesar 73,1% dari wanita Indonesia yang beranggapan bahwa menjadi cantik berarti memiliki kulit yang cerah dan *glowing*. Pada tahun 2019, mengalami peningkatan sebesar 82,5% dengan jawaban yang sama. Pada tahun 2020, sebesar 69,8% wanita Indonesia berusia 23-38 tahun menginginkan produk perawatan dan kecantikan yang dapat mencerahkan kulit mereka. Hasil penelitian dari Ra dan Jee (2013) ditemukan bahwa wanita yang memiliki warna kulit lebih terang cenderung lebih puas dengan kulit dan tubuhnya dibandingkan dengan wanita yang memiliki warna kulit gelap.

Berdasarkan hasil wawancara terkait harga diri yang dilakukan peneliti pada hari Jumat 21 Januari 2022 terhadap sepuluh wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta yaitu untuk memperoleh data khusus penelitian yang lebih maksimal. Hasil wawancara yang berdomisili di Yogyakarta, menunjukkan bahwa tujuh diantaranya mengalami harga diri yang rendah. Hal tersebut dapat diketahui pada aspek-aspek harga diri menurut Coopersmith (1967, dalam Ghufron dan Risnawita, 2014) yaitu, *power* (kekuatan) tujuh subjek merasa bahwa dirinya kesulitan dalam berinteraksi dengan orang sekitar karena malu akan penampilannya yang seringkali dikomentari oleh orang lain, sehingga subjek merasa kesulitan dalam beradaptasi dengan lingkungan. Tiga subjek lainnya cukup baik dalam berinteraksi dengan sosialnya dan tidak merasa kesulitan untuk beradaptasi karena subjek cenderung tidak peduli dengan komentar orang lain mengenai penampilannya. Pada aspek *significance* (keberartian diri) tujuh subjek merasa dirinya tidak menarik karena penilaian dari orang lain seperti teman, keluarga, dan lingkungan yang menganggap warna kulit, wajah, atau bentuk tubuh dari subjek kurang menarik atau tidak sesuai dengan kebanyakan orang. Tiga subjek lainnya merasa dirinya menarik. Pada aspek *virtue* (kebajikan) kesepuluh subjek mengungkapkan bahwa tidak terlibat dalam kegiatan-kegiatan dalam masyarakat, salah satu subjek mengungkapkan bahwa masyarakat tidak terlepas dengan norma namun ada beberapa norma yang sudah tidak relevan namun tetap dipertahankan. Beberapa subjek lainnya menganggap masyarakat cenderung memandang orang lain hanya dari penampilan fisik. Individu yang memiliki penampilan fisik yang menarik lebih dimudahkan dalam mengurus

kesehariannya. Subjek lainnya beranggapan masyarakat cenderung menuntut orang lain untuk terlihat sama dengan orang lain yang dianggap lebih baik. Pada aspek *competence* (kompetensi) kesepuluh subjek untuk meningkatkan penampilannya dengan menggunakan *skin care* dan *body care*. Namun, untuk tingkat keberhasilan yang dilakukan, delapan subjek merasa belum berhasil dan merasa belum puas dengan usaha yang telah dilakukan. Dua subjek lainnya merasakan hasil dan puas atas usaha yang telah dilakukan untuk meningkatkan penampilannya.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa seharusnya subjek wanita dewasa awal pengguna *skin care* individu yang memiliki harga diri yang tinggi terdapat beberapa manfaat yaitu individu merasa baik tentang dirinya, mampu untuk mengatasi tantangan dan umpan balik negatif secara efektif, dan individu percaya bahwa orang lain maupun lingkungan menghargai dan menghormati individu (Heatherton dan Wyland, 2003).

Beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri menurut Coopersmith (1967, dalam Ghufon dan Risnawita, 2014) yaitu jenis kelamin, inteligensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga, dan lingkungan sosial. Individu yang memiliki kondisi fisik yang menarik cenderung memiliki harga diri yang lebih baik. Whitbourne dan Skultety (dalam Cash dan Pruzinsky, 2002) menambahkan penampilan fisik merupakan salah satu komponen citra tubuh dimana memberikan petunjuk penting yang ditujukan kepada diri individu dan orang lain, termasuk informasi mengenai usia dan daya tarik.

Bentuk fisik yang baik menimbulkan kepuasan terhadap diri individu. Semakin menarik dari tubuh atau kepercayaan diri pada tubuh maka semakin harga diri yang dimiliki individu positif, hal ini dikarenakan citra tubuh yang positif dapat meningkatkan nilai diri, kepercayaan diri serta mempertegas jati diri, yang mana hal tersebut mempengaruhi harga diri (Hurlock dalam Sari, 2012). Penelitian yang dilakukan oleh Sahri (2016) mengenai hubungan antara citra tubuh dengan harga diri didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan positif antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care*. Hal tersebut menunjukkan bahwa citra tubuh yang positif terlihat bagaimana individu puas terhadap tubuhnya. Individu yang puas dengan apa yang dimiliki akan menghargai dirinya sendiri atau harga diri tinggi. Sebaliknya, citra tubuh negatif akan membuat individu mengalami ketidakpuasan terhadap tubuh yang akan menyebabkan individu rentan memiliki harga diri yang rendah.

Cash (2012) mendefinisikan citra tubuh yaitu bagaimana individu mempersepsikan bentuk dari tubuhnya, terutama penampilan fisik di mana individu mengevaluasi dan menginvestasi dalam penampilan. Thompson dan Keith (2001) menambahkan bahwa citra tubuh merupakan salah satu komponen diri dan menjadi hal yang penting sepanjang kehidupan. Salah satu bagian tubuh individu yang dinilai secara positif, maka akan berdampak pada diri individu juga positif. Ada sejumlah faktor yang mempengaruhi citra tubuh, antara lain warna kulit, ukuran, dan bentuk. Kawamura (2012) juga menambahkan bahwa fitur fisik seperti ukuran tubuh, bentuk

mata, dan warna kulit yang lebih menonjol dan lebih rentan terhadap ketidakpuasan citra tubuh, begitu juga sebaliknya.

Cash (dalam Thompson dan Berg, 2002) mengemukakan pendapat bahwa, lima aspek-aspek citra tubuh meliputi *appearance evaluation* (evaluasi penampilan) yaitu mengukur evaluasi terhadap penampilan secara keseluruhan, misalnya adanya kepuasan atau tidak kepuasan dan menarik atau tidak menarik dari penampilan, *appearance orientation* (orientasi penampilan) yaitu perhatian individu pada penampilan dan usaha yang dilakukannya untuk memperbaiki atau meningkatkan penampilannya, *body areas satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh) yaitu mengukur kepuasan yang terletak pada bagian-bagian tertentu secara spesifik, *overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk) yaitu mengukur kecemasan terhadap kegemukan, melakukan diet, dan kewaspadaan individu terhadap berat badan, dan *self-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh) yaitu mengukur persepsi individu dalam menilai berat badan dari yang sangat kurus sampai yang sangat gemuk.

Penelitian yang dilakukan oleh Mohanapriya, Padmavathi, dan Prasathkumar (2019) didapatkan hasil harga diri pada wanita yang menggunakan *skin care* terbagi menjadi tiga tingkat harga diri yaitu, tingkat harga diri rendah sebesar 31,9%, untuk tingkat harga diri sedang sebesar 50,7%, dan tingkat harga diri tinggi sebesar 17,4%. Citra tubuh positif yaitu ditandai dengan adanya perwujudan harga diri positif yang memiliki ciri dengan adanya ketepatan gambaran mental dan sikap mengenai tubuh

individu (Wati & Sumarmi dalam Afzalia, Sari, Sari, & Viridanda, 2020). Tiwari (dalam Tiwari dan Kumar, 2015) mengungkapkan bahwa studi mengenai citra tubuh yang rendah dihasilkan dari harga diri rendah dan depresi. Wanita cenderung mengalami penurunan harga diri dibandingkan dengan pria terkait dengan kepuasan terhadap penampilan fisik seseorang (Mruk, 2013). Harter (dalam Lupitasari, 2019) menambahkan penampilan fisik yang dikaitkan dengan citra tubuh juga secara konsisten terdapat hubungan yang kuat dengan harga diri.

Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan di atas, dapat dirumuskan masalah, apakah ada hubungan antara harga diri dengan citra tubuh pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta.

2. Manfaat

a. Manfaat teoritis

Manfaat secara teoritis penelitian ini adalah diharapkan penelitian ini nantinya akan memberikan kontribusi bagi perkembangan khasanah ilmu psikologi, khususnya psikologi klinis yang membahas variabel harga diri dan citra tubuh pada wanita dewasa awal.

b. Manfaat praktis

Manfaat secara praktis adalah memberikan pertimbangan dalam upaya penerimaan terhadap diri sendiri untuk meningkatkan harga diri yang tinggi dan citra tubuh positif pada wanita dewasa awal.