

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Permasalahan

Globalisasi mempermudah penyebaran nilai-nilai dan budaya antar negara, dan salah satu ilustrasinya adalah popularitas musik *Korea Pop* atau yang dikenal dengan *K-Pop* yang telah meluas di berbagai belahan dunia (Dewi & Indrawati, 2019). *K-Pop* atau *Korean Pop* didefinisikan sebagai suatu bentuk spesifik dari musik dengan term yang tidak merujuk pada keseluruhan musik populer asli Korea, melainkan dihubungkan dengan gagasan *idol music* – sebuah *sub-genre* yang mewakili orientasi bintang industri hiburan kaum muda yang berkaitan erat dengan industri televisi (Ubonrat & Shin, 2007). *K-pop* identik dengan sekelompok perempuan atau laki-laki yang berada di bawah naungan suatu manajemen, yang disebut dengan *boygroup* dan *girlgroup*, orang-orang yang menggemari *K-pop* ini memiliki sebutan yaitu *K-popers* (*Korean-Pop Lovers*), biasanya penggemar *K-pop* yang menyukai satu atau lebih selebriti memiliki sebuah perkumpulan yang disebut dengan *fandom* (Eliani et al., 2018).

Menurut data dari CNN Indonesia (2019) yayasan yang berafiliasi dengan pemerintah Korea mencatat ada 1.843 klub penggemar (*fanclub*) di 113 negara dunia. *Fanclub Hallyu global* totalnya adalah 89,19 juta penggemar. Negara yang paling banyak memiliki penggemar *K-pop* ada di Asia dan Oceania, daerah tersebut memiliki 457 fanclub yang berisi 70,59 juta penggemar. Indonesia memiliki proporsi pecinta *K-Pop* tertinggi kedua dari semua video penonton yang membahas *K-Pop* di *Youtube*, terhitung 9,9% dari seluruh penonton. Negara dengan *tweet*

terkait *K-Pop* terbanyak di *Twitter* di seluruh dunia adalah Indonesia, diikuti oleh Thailand dan Korea Selatan, yang mayoritas penggemarnya adalah remaja (Agustin, 2022). Berdasarkan survey yang dilakukan kepada 580 responden, didapatkan data bahwa 9,3% penggemar *K-pop* yang berusia 10-15 tahun, 38,1% penggemar *K-pop* yang berusia 15-20 tahun, 40,7% penggemar *K-pop* yang berusia 20-25 tahun, 11,9% penggemar *K-pop* yang berusia diatas 25 tahun dan data paling banyak diisi oleh perempuan sebanyak 92,1% dan laki-laki sebanyak 7,9% (IDN Times, 2019).

Menurut Lie (2012) Industri *K-pop* secara strategis memanfaatkan citra kecantikan dan kesempurnaan sebagai bagian dari branding nasional Korea Selatan, yang juga mempengaruhi norma kecantikan yang berlaku secara global. *K-pop* telah menjadi fenomena global sehingga industri Korea memanfaatkan citra fisik para idolnya untuk menarik perhatian dan mempengaruhi norma kecantikan internasional (Oh, 2015). Industri *K-pop* memanfaatkan dan mengkomersialkan tubuh wanita muda, termasuk kecantikan fisik seperti kaki jenjang, rambut yang berkilau dan pinggang yang ramping, sebagai bagian dari strategi pasar global (Jung, 2011). Hal ini membuat banyak penggemar idol *K-pop* kerap kali menetapkan standar penampilan ideal yang harus para penggemar *idol K-pop* ini miliki, dan hal ini juga bisa menyebabkan meningkatnya *body dissatisfaction* (Liebelt, dkk, 2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Indrawati (2019) Ada empat faktor utama yang mendorong seseorang untuk menjadi penggemar *K-Pop*, yaitu daya tarik *visual idol*, musik *idol*, penampilan panggung *idol*, dan sikap *idol* yang

ditampilkan di panggung seperti yang kita ketahui dari kutipan tersebut salah satu alasan seseorang menjadi penggemar *K-pop* adalah dari segi visual. Jang & Song (2013) mengeksplorasi bagaimana visual yang menarik dari para *idol K-pop* berkontribusi terhadap popularitas mereka dengan menyoroti bagaimana penampilan fisik yang sesuai dengan standar kecantikan Korea dapat mempengaruhi persepsi penggemar. Para peneliti menemukan bahwa visual yang menarik secara signifikan meningkatkan daya tarik para idol ini terhadap penggemarnya.

Daya tarik *idol K-pop* yang seringkali menggambarkan standar kecantikan dan kebugaran fisik yang tinggi dapat mempengaruhi persepsi penggemar terhadap citra tubuh mereka sendiri yang menyebabkan ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh, fenomena ini diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa penggemar *K-pop*, khususnya remaja perempuan, cenderung melakukan *social comparison* dengan idolanya, yang dapat berkontribusi pada *body dissatisfaction* mereka (Dwiputeri & Maulina, 2015).

Berdasarkan penelitian Putri dan Indryawati (2019), paparan media yang menampilkan wanita dengan tubuh langsing membuat individu mengalami *body dissatisfaction*. Individu yang mengalami *body dissatisfaction*, cenderung melakukan perubahan pada penampilannya, seperti mengubah bentuk tubuh, wajah, warna kulit, jenis rambut, dan sebagainya. Bahkan beberapa perubahan tersebut didapat dengan cara yang ekstrim seperti operasi plastik, operasi pemotongan lambung supaya tidak makan banyak, dan diet ekstrim. *Body dissatisfaction* dapat meningkatkan risiko memburuknya kesehatan termasuk gangguan makan,

berkurangnya fungsi tubuh, olahraga berlebihan, mengonsumsi pil diet dan penggunaan steroid (Burlew & Shurts, 2013).

Menurut Heinberg dan Thomson (1992) dikatakan bahwa *body dissatisfaction* dalam wanita meningkat ketika membandingkan bentuk tubuhnya dengan selebriti yang memiliki tubuh langsing, penampilan fisik dan elemen visual memang menjadi salah satu aspek krusial dalam industri hiburan. Penggemar sering kali terpapar gambar dan konten media yang memperlihatkan penampilan sempurna dan ideal dari para selebriti. Paparan konten yang terus-menerus terhadap citra yang sempurna ini dapat menyebabkan *body dissatisfaction* jika penggemar merasa tidak bisa mencapai standar yang sama. Pengaruh media dan industri kecantikan yang memperlihatkan gambar tubuh yang sempurna dapat memperburuk *body dissatisfaction* yang mungkin sudah ada sebelumnya. Media sosial seringkali mempertontonkan gambar yang telah disunting, yang menetapkan standar kecantikan yang tidak realistis dan sulit dicapai, hal ini menyebabkan *body dissatisfaction* dan penurunan kepercayaan diri (Wojtara, 2022).

Stice dan Shaw (2002) menjelaskan bahwa *body dissatisfaction* adalah pandangan negatif terhadap penampilan fisik diri sendiri. Hal ini sering terjadi saat masa remaja dan dapat dipicu oleh pengalaman intimidasi, persepsi seseorang tentang ekspektasi orang lain, dan pengaruh media (Voelker, Reel, & Greenleaf, 2015). *Body dissatisfaction* adalah evaluasi negatif terhadap citra tubuh, yang dapat dijelaskan sebagai perbedaan antara bagaimana seseorang memandang tubuhnya sendiri dengan ukuran ideal yang mereka harapkan (Cash & Pruzinsky, seperti yang dikutip dalam Alifa & Rizal, 2020).

Menurut Cooper, Taylor, Cooper, dan Fairbum, (1987) ada empat aspek dari *body dissatisfaction* yaitu *self-perception of body shape* (Persepsi diri terhadap bentuk tubuh), *comparative perception of body image* (Membandingkan persepsi mengenai citra tubuh dengan orang lain), *attitude concerning body image alteration* (Sikap yang fokus terhadap citra tubuh), *severe alteration in body perception* (Perubahan yang drastis terhadap persepsi mengenai tubuh). Dwiputeri dan Maulina (2015) menyebutkan bahwa dari 45 orang remaja putri penggemar *K-pop* dan didapatkan hasil bahwa 31 dari 45 orang responden pernah membandingkan bentuk tubuhnya dengan idola *K-pop* perempuan yang dilihat. Pada penelitian Santika dan Bawono (2022) pada 349 subjek, *body dissatisfaction* remaja penggemar *K-Pop* berkisar antara 70 subjek (20%) pada kategori tinggi, 226 subjek (65,7%) pada kategori sedang, dan 53 subjek (15,1%) pada kategori rendah.

Sebuah studi pada tahun 2019 oleh Kim *et al.*, menemukan bahwa semakin sering seseorang mengonsumsi konten *K-pop*, semakin tinggi tingkat ketidakpuasan tubuh mereka. Studi lain oleh Jung dan Lee (2020) menemukan bahwa penggemar *K-pop* yang aktif cenderung memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang kurang aktif dalam mengonsumsi konten *K-pop*. Sunartio *et al.*, (2012) menyajikan temuan bahwa semakin sering seseorang membandingkan bentuk tubuhnya dengan orang lain, semakin besar tingkat *body dissatisfaction* yang dialaminya, selain itu intensitas perbandingan ini juga dapat menghasilkan persepsi negatif terhadap dirinya sendiri, terutama saat melihat bahwa objek perbandingannya terlihat lebih baik. Hasil

penelitian ini didukung oleh wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tujuh orang penggemar *K-Pop*.

Hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti secara *online* dan *offline* pada tanggal 7-9 Mei 2024 terhadap 7 orang penggemar *K-pop* perempuan yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia, seperti dua orang berasal dari Yogyakarta, dua orang berasal dari Batam, Bandung, Jakarta, dan Bali semakin memperkuat data di atas. Seluruh responden mengaku bahwa mereka pernah membandingkan tubuhnya dengan *idol k-pop* yang mereka lihat di layar kaca, sesuai dengan salah satu aspek *body dissatisfaction* di atas yaitu *comparative perception of body image*. Berdasarkan pernyataan ketujuh responden, lima orang diantaranya pernah melakukan diet ekstrim yaitu diet IU. Responden yang melakukan diet ekstrim tersebut mengatakan bahwa mereka memang mengalami penurunan berat badan yang drastis, akan tetapi mereka juga merasakan efek negatif dari diet tersebut seperti mengalami kerontokan rambut, pusing, lemas, mual dan asam lambung yang naik, bahkan salah satu dari responden yang melakukan diet IU tersebut sampai dirawat di rumah sakit karena *gerd* supaya bisa mendapatkan bentuk tubuh seperti selebriti tersebut. Sedangkan dua diantaranya hanya mengagumi dan merasa ingin memiliki bentuk tubuh seperti selebriti yang mereka lihat di layar kaca, tetapi tidak sampai melakukan diet ekstrim.

Berdasarkan aspek *self-perception of body shape*, responden memiliki keyakinan jika mereka memiliki badan yang bagus dan kulit yang putih juga sehat seperti selebriti, mereka pasti akan terlihat cantik dan juga merasa jauh lebih cantik. Tiga responden mengatakan bahwa mereka merasa malu saat keluar rumah karena

mereka merasa tidak percaya diri dengan penampilan diri mereka sendiri, mereka merasa kecewa karena bentuk tubuh mereka tidak sesuai dengan standar yang diinginkan. Responden tersebut merasa saat mereka pergi dengan teman mereka yang menurut mereka cantik dan berbadan bagus, orang-orang akan menilai dan membandingkan penampilan mereka dengan temannya yang menyebabkan mereka malas pergi keluar rumah dengan temannya.

Berdasarkan aspek *comparative perception of body image*, seluruh responden mengatakan bahwa mereka sering membandingkan tubuhnya dengan *idol K-pop* perempuan yang dilihat di sosial media, terutama yang dianggap memiliki tubuh ideal. Perbandingan ini memicu perasaan tidak puas dan rasa ingin mengubah penampilan supaya memiliki penampilan yang mirip dengan *idol K-pop* yang dilihat di layar kaca yang dianggap ideal.

Berdasarkan aspek *attitude concerning body image alteration*, seperti yang sudah dituliskan sebelumnya lima dari tujuh responden melakukan diet ekstrim untuk bisa mengubah bentuk tubuhnya dengan cara yang cepat. Satu dari kelima responden tersebut juga mengaku bahwa kulitnya pernah mengalami ruam karena membeli pil pemutih badan dan masker pemutih badan di toko *online* untuk memutihkan badan dengan cara yang cepat.

Berdasarkan aspek *severe alteration in body perception*, para responden mengaku bahwa mereka memiliki perubahan yang signifikan tentang pandangan terhadap bentuk tubuh. Mereka berpikir kalo cantik itu harus putih dan langsing.

Lima dari tujuh responden mengatakan bahwa mereka tidak mau keluar rumah disiang hari karena takut kulit mereka akan menjadi terlalu coklat.

Kesimpulan dari keseluruhan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap tujuh orang penggemar idol K-Pop, Seluruh responden mengaku bahwa mereka pernah membandingkan tubuhnya dengan *idol k-pop* yang mereka lihat di layar kaca, sesuai dengan salah satu aspek *body dissatisfaction* menurut Cooper, Taylor, Cooper, dan Fairbum, (1987) yaitu *comparative perception of body image*.

Standar kecantikan yang tinggi dan sulit untuk dicapai yang dibawa oleh para selebriti korea juga membawa pengaruh negatif pada sebagian orang, salah satunya yaitu meningkatnya *body dissatisfaction* pada penggemar *idol K-pop*. Penggemar *idol K-pop* diharapkan tidak hanya melihat seseorang dari penampilan yang dianggap ideal (Dewi & Dianovinina, 2022). Beberapa dampak negatif yang bisa disebabkan oleh *body dissatisfaction* meliputi meningkatnya risiko memburuknya kesehatan termasuk gangguan makan, berkurangnya fungsi tubuh, olahraga berlebihan, mengkonsumsi pil diet, dan penggunaan steroid (Burlew & Shurts, 2013). *Body dissatisfaction* juga dapat meningkatkan risiko perilaku makan yang terganggu, seperti anoreksia atau bulimia, hal ini berkorelasi dengan penurunan harga diri dan prevalensi yang lebih tinggi dari depresi (Wojtara, 2022).

*Body dissatisfaction* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor penting penyebab *body dissatisfaction* menurut Grogan (2021) adalah faktor budaya, sifat kepribadian, usia, kelas sosial, hubungan interpersonal, dan media sosial. Grogan (2021) juga menjelaskan dalam tulisannya bahwa didalam faktor

media sosial terdapat faktor perbandingan sosial yang juga mempengaruhi *body dissatisfaction*. Penelitian oleh Grabe, Ward, & Hyde (2008) menemukan bahwa paparan terhadap media yang memfokuskan pada citra tubuh ideal dapat meningkatkan *body dissatisfaction* di kalangan wanita, menunjukkan bagaimana standar kecantikan yang tinggi dan representasi selebriti berkontribusi terhadap persepsi tubuh yang negatif. Menurut Heinberg dan Thomson (1992) dikatakan bahwa *body dissatisfaction* dalam wanita meningkat ketika membandingkan bentuk tubuhnya dengan selebriti yang memiliki tubuh langsing. Individu dengan ketidakpuasan tubuh akan selalu merasa bahwa bentuk tubuhnya tidak sempurna dan cenderung untuk menginginkan bentuk tubuh orang lain. Salah satu faktor yang mempengaruhi *body dissatisfaction* pada wanita masa dewasa awal adalah *social comparison* (Yager, dalam jurnal Celine & Soetjningsih, 2024). Selain itu, penelitian lain menyatakan bahwa ada hubungan antara *social comparison* dan *body dissatisfaction*, salah satu faktor yang menyebabkan wanita merasa tidak puas dengan tubuhnya adalah ketika wanita membandingkan tubuhnya dengan orang lain yang dianggap menarik (Sunartio, et al., 2012).

Menurut Schaefer dan Thompson (2014) *social comparison* adalah kecenderungan individu untuk mengevaluasi penampilan fisiknya dengan cara membandingkannya dengan individu lain. Menurut Festinger (1954) *Social comparison* merupakan proses seseorang dalam membandingkan kemampuan atau penampilan dirinya terhadap orang lain secara subjektif. Sedangkan Wills dan Papageorgiou (2009) berfokus pada aspek kognitif dari *social comparison*. Mereka mendefinisikan *social comparison* sebagai proses mental di mana individu

membandingkan diri mereka dengan orang lain dan mengevaluasi perbedaan yang mereka temukan. Dewi *et al.*, (2020) mengatakan dalam jurnalnya bahwa *social comparison* adalah bentuk evaluasi atau penilaian individu terhadap dirinya dengan membandingkan diri dengan orang lain dan *social comparison* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *body dissatisfaction*. Menurut Schaefer dan Thompson (2014) *social comparison* dibangun atas lima aspek diantaranya penampilan fisik, berat tubuh, bentuk tubuh, ukuran tubuh dan lemak tubuh. Menurut Festinger (1954) terdapat tiga aspek utama *social comparison* antara lain *Upward Social Comparison*, *Downward Social Comparison*, dan *Lateral Social Comparison*.

Dalam beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *social comparison* dan *body dissatisfaction*. Semakin tinggi tingkat *social comparison*, semakin tinggi pula tingkat *body dissatisfaction* (Alifa & Rizal, 2020). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfina dan Soetjningsih (2023) pada perempuan dewasa awal pengguna media sosial *Instagram* dan *Tiktok* menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel *social comparison* dengan variabel *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna media sosial *Instagram* dan *Tiktok*. Penelitian yang dilakukan oleh Pedalino dan Camerini (2022) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *body dissatisfaction* dan *social comparison* terhadap wanita muda yang membandingkan penampilannya dengan teman sebaya dan *influencers* di *Instagram*. Penelitian yang dilakukan oleh Aggarwal (2020) menyatakan bahwa keterlibatan *social comparison* di media sosial

berkaitan dengan meningkatnya *body dissatisfaction* dan juga risiko terkena gangguan makan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwiputeri dan Maulina (2015) pada remaja perempuan di Indonesia yang merupakan penggemar *K-Pop* juga menunjukkan bahwa *social comparison* dengan idola *K-Pop* perempuan memiliki pengaruh positif terhadap *body dissatisfaction*. Semakin sering remaja perempuan membandingkan penampilan fisik mereka dengan idola *K-Pop*, semakin tinggi tingkat *body dissatisfaction* yang mereka rasakan.

Media sosial dan akses mudah ke gambar dan video idola *K-pop* dapat memperkuat proses perbandingan sosial ini (Habibah, Tsani & Sumarni, 2021). Penelitian-penelitian di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *social comparison* dan *body dissatisfaction*. Semakin sering seseorang terlibat dalam *social comparison*, semakin besar kemungkinan mereka mengalami *body dissatisfaction*, khususnya pada penggemar *K-Pop*. Hal ini dapat memiliki dampak negatif pada kesehatan mental dan fisik mereka (Habibah, Tsani & Sumarni, 2021). Berdasarkan kajian di atas, peneliti mengajukan rumusan masalah berupa apakah terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat *social comparison* dan tingkat *body dissatisfaction* pada penggemar idol *K-pop*.

## **B. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara tingkat *social comparison* dan tingkat *body dissatisfaction* pada penggemar idol *K-pop*.

## 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### a. Manfaat teoritis

Hasil penulisan makalah ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai hubungan *social comparison* dan tingkat *body dissatisfaction* pada penggemar *idol K-pop*.

### b. Manfaat praktis

#### 1) Bagi Mahasiswa

Dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa lainnya dalam penulisan karya ilmiah dan bahan kajian dalam pengembangan teori psikologi khususnya mengenai *body dissatisfaction* pada penggemar *idol K-Pop*.

#### 2) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan untuk pengembangan program pencegahan *body dissatisfaction* yang lebih efektif di masyarakat pada umumnya dan penggemar *K-Pop* pada khususnya. Selain itu, diharapkan mampu menjadi pedoman bagi pembuat kebijakan untuk merancang intervensi khusus pada kasus *body dissatisfaction* yang berfokus pada *social comparison* individu.