

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang semakin berkembang menghadirkan kemudahan dalam mengakses informasi dari berbagai media, baik televisi, media *online*, dan media sosial mana saja. Hal ini dapat berdampak positif maupun negatif bagi masyarakat. Dampak positifnya, masyarakat menjadi lebih dimudahkan dalam melakukan pekerjaannya, serta berkomunikasi. Namun dapat berdampak negatif pula terhadap penyebaran nilai-nilai yang dengan mudah memengaruhi sikap dan perspektif masyarakat terhadap suatu hal, salah satunya adalah standarisasi penampilan fisik ideal.

Rombe (2013) menyatakan bahwa individu cenderung menganggap masalah penampilan menjadi hal utama dan memberikan pengaruh terhadap perkembangan kepercayaan diri. Manusia terkadang merasa dirinya lebih berharga dan menarik jika fisiknya dianggap ideal sesuai standar masyarakat, dibandingkan aspek kehidupan yang lainnya.

Pada umumnya masyarakat masih memiliki standar bahwa penampilan ideal seseorang, yaitu dengan memiliki perawakan fisik yang langsing, putih, tinggi, dan berambut lurus. Standarisasi tersebut sesungguhnya tidak hanya dimiliki oleh wanita, namun berpengaruh pula pada kaum pria. Seiring perkembangan waktu, pria juga mulai menganggap bahwa penampilan fisik adalah hal yang cukup penting. Pria yang dianggap ideal oleh mayoritas masyarakat memiliki tubuh atletis, maskulin, tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya tayangan di

televisi, iklan dan *platform* media lainnya yang menampilkan *talent* dengan ciri-ciri tersebut, karena dianggap lebih menarik.

Fenomena ingin terlihat ideal hingga melakukan apa saja banyak dilakukan oleh orang-orang. Mulai dari melakukan diet ketat, minum obat pelangsing, hingga pada akhirnya menyiksa diri sendiri, bukan lagi dengan tujuan merawat tubuh. Melakukan segala cara untuk membuat diri terlihat ideal seringkali menjadi tekanan bagi seseorang. Bentuk tubuh yang dinilai tidak sempurna ini menjadikan manusia tidak bisa menerima keadaan dirinya, dan akhirnya dapat menyebabkan gangguan pada kesehatan mental, depresi, hingga keinginan untuk bunuh diri.

Berdasarkan CNN Indonesia (2019), salah satu kasus mengenai *bullying* di media sosial karena penampilan fisiknya, hingga berakhir dengan bunuh diri yaitu *K-Pop Idol* asal Korea, Goo Hara eks KARA. Pada tahun 2010 Hara mengakui pernah melakukan operasi plastik minor di bagian mata dan merapikan gigi. Pada 2015 ia secara terbuka mengakui melakukan botoks dan laser. Di tahun 2019, Hara dituding melakukan operasi mata, yang pada akhirnya diakui karena mengalami *blepharoptosis* (penurunan kelopak mata) sehingga memengaruhi kesehatan mentalnya. Akibat dari hal ini, semakin banyak orang yang melakukan *bullying* terhadap Go Hara di media sosial, sehingga membuatnya depresi dan menjadi salah satu alasan pada 2019, ia ditemukan bunuh diri.

Berdasarkan kasus di atas, dapat dikatakan Hara tidak kuat menerima penilaian negatif dan *bullying* dari masyarakat terhadapnya. Penilaian manusia atas bentuk tubuh yang dimiliki disebut dengan citra tubuh (*body image*). Menurut Cash and Pruzinky dalam Marshall, Lengyel, & Utioh (2012), *body image* adalah sikap

dan penilaian yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya yang dapat berupa penilaian positif dan negatif. *Body image* dapat bersifat positif atau negatif tergantung pada bagaimana individu tersebut menyikapinya. Gambaran citra tubuh seseorang sesungguhnya terbentuk dari pikiran individu tersebut sendiri, sehingga dapat menciptakan rasa puas atau tidak puas akan bentuk tubuhnya. Apabila seseorang memiliki tingkat kepuasan *body image* tinggi, maka individu tersebut memiliki *body image* yang positif. Sebaliknya jika seseorang memiliki tingkat kepuasan *body image* rendah, maka individu tersebut cenderung memiliki *body image* yang negatif terhadap dirinya.

Berdasarkan uraian di atas dapat dilihat bahwa penerimaan diri seseorang terhadap dirinya sendiri dipengaruhi oleh bagaimana dia mempersepsikan perasaan dan pikirannya tentang ukuran dan bentuk tubuhnya sendiri. Jika seseorang memiliki citra tubuh yang negatif terhadap dirinya sendiri, maka hal tersebut akan mengakibatkan terganggunya mental, perilaku, pemikiran yang akan memengaruhi penerimaan dirinya terhadap dirinya di lingkungan, maupun pandangan terhadap orang lain.

Seseorang harus dapat menghargai, mencintai, dan belajar menerima apapun bentuk tubuhnya sendiri dengan memiliki pandangan *body image* yang positif. Hal ini dapat berdampak positif, agar seseorang dapat melihat potensi dirinya yang lebih luas dari hanya sekedar penampilan fisik. Seseorang harus memahami bahwa dirinya berharga, cantik dari luar maupun dalam, memiliki kelebihan-kelebihan lain yang dapat ditonjolkan, dan setiap orang unik dengan segala kelebihan dan kekurangan yang dimiliki.

Saat ini dalam kampanye sosial lebih dikenal dengan *body positivity*. Berdasarkan Very Well Mind (2020), *body positivity* mengacu pada pernyataan bahwa semua orang berhak memiliki citra tubuh yang positif, terlepas dari bagaimana masyarakat dan kebiasaan pada umumnya dalam memandang penampilan, bentuk, ukuran yang ideal. Diperlukan sikap ini yang dimulai dari diri kita sendiri yang harus memperjuangkan untuk mencintai dan menghargai segala bentuk tubuh. Setiap orang memiliki keunikan tersendiri yang belum tentu dimiliki oleh orang lain. Perlu untuk memiliki sikap yang dapat menerima, mencintai segala bentuk, ukuran, dengan tetap merawat penampilan diri sendiri, dan juga menghargai orang lain.

Berdasarkan Yahoo!life (2016), hasil survei *Body Peace Resolution* yang digelar oleh Yahoo!Health pada tahun 2016, menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak mendapat perlakuan *body shaming* daripada laki-laki. Survei dilakukan kepada 2.000 orang yang berusia 13 - 64 tahun. Hasilnya menyatakan bahwa 94% remaja perempuan pernah mengalami *body shaming*, sementara remaja laki-laki juga mengalami sebesar 64%. Berdasarkan CNN Indonesia (2018), Mabes Polri menyatakan telah mendapatkan laporan mengenai *body shaming* sebanyak 966 kasus, dan hanya 374 kasus yang telah ditangani.

Berdasarkan dari hasil survei *online* Mental Health Foundation (2019) bersama YouGov pada tahun 2019, yang dilakukan terhadap 4,505 remaja dewasa di UK. Diperoleh hasil yang menyatakan lebih dari 1/3 orang dewasa mengatakan bahwa mereka merasa cemas (34%) atau depresi (35%) karena citra tubuh mereka,

dan sekitar satu dari delapan (13%) memiliki pikiran untuk bunuh diri karena kekhawatiran tentang citra tubuh mereka.

Berdasarkan Psychology Today (2016) yang melakukan survei kepada orang-orang melalui aplikasi, Whisper, untuk mengetahui apa arti *body positivity* bagi mereka. Hasil survei menemukan bahwa : 35,1% mendefinisikan *body positivity* sebagai *being okay with flaws* (tidak masalah dengan kekurangan); 29,3% mendefinisikannya sebagai *loving your self* (mencintai diri sendiri); 21,1% mendefinisikannya sebagai *being confident* (percaya diri); 14,5% pengguna mendefinisikannya sebagai *appreciating your body* (menghargai tubuh).

Sesungguhnya dalam beberapa tahun terakhir baik di Indonesia maupun di internasional, telah banyak *brand* kecantikan yang mulai ikut gerakan *body positivity* seperti Dove, CVS, Aerie yang secara resmi mengumumkan berhenti melakukan *airbrushing* terhadap model iklannya, dan menampilkan bentuk tubuh nyata dan beragam. H&M sebagai salah satu *brand fashion icon* internasional pada 2018 turut mendukung *body positivity* dengan menampilkan model dengan tubuh wanita dengan *stretch mark*, bulu lengan dan bekas luka. Selain itu banyak gerakan dan kampanye yang mendukung *body positivity* juga digaungkan oleh *influencer* (Angelica Marthin), selebriti (Tara Basro), komunitas seperti Xtra-L Indonesia, dan Plus Size Jabodetabek, bahkan model (Clara Sutantio).

Semakin populer *body positivity* dikampanyekan dengan berbagai sisi dan berbagai definisi, maka banyak terjadi kesalahpahaman dalam memahami *body positivity*. Tren *body positivity* saat ini lebih fokus hanya pada penampilan fisik, tanpa memperhatikan fungsi sesungguhnya dari tubuh. Isu yang diangkat

cenderung hanya mengacu kepada menerima semua bentuk dan ukuran tubuh (fisik), dan kurang memperhatikan dan menjaga aspek kesehatan.

Berdasarkan hasil survei, maka dapat dilihat bahwa sesungguhnya banyak orang yang telah mengetahui tentang *body positivity*. Permasalahan komunikasi yang terjadi, orang hanya mengetahui garis besar mengenai *body positivity* yaitu harus mencintai, menerima kekurangan tubuh. Sehingga orang memiliki *mindset* untuk hanya menerima segala bentuk tubuhnya, namun mengabaikan merawat diri serta menjaga kesehatan tubuh, yang dapat menyebabkan gangguan kesehatan seperti obesitas, anoreksia, radang kulit, dan lainnya. Lalu, meskipun sudah banyak orang mengetahui dan memahami *body positivity*, sikap ini masih tidak diterapkan dan dilaksanakan.

Seseorang yang tidak memahami *body positivity* dengan benar cenderung melakukan *body shaming* dengan melihat, membandingkan dirinya dengan orang lain, memandang rendah diri sendiri dan orang lain. Akibat paling fatalnya dapat menyebabkan gangguan kesehatan mental, depresi, hingga keinginan untuk bunuh diri. Maka diperlukan pendekatan komunikasi yang dapat mendorong mereka untuk memiliki pemahaman yang tepat mengenai pentingnya *body positivity* serta tidak hanya memahami, namun juga menerapkan dan melakukan sikap *body positivity*. Wadah yang paling relevan dan efektif yaitu dengan memanfaatkan media sosial untuk memberikan wawasan dan edukasi serta menunjang penyebaran informasi mengenai penyelenggaraan seminar daring mengenai *body positivity*.

Selain menyelenggarakan seminar daring *Flawsome*, dipersiapkan pendukung penyelenggaraan seminar daring, yaitu *Instagram Marketing Strategy*

di akun Instagram yang berisi informasi dan edukasi mengenai *body positivity*. Diharapkan dengan adanya seminar daring dan pendekatan melalui Instagram, dapat membantu mengedukasi, serta memberikan pandangan yang benar mengenai *body positivity* kepada remaja dewasa untuk lebih memahami, menghargai, melihat nilai positif dalam diri sendiri maupun orang lain.

1.2 Tujuan Karya

1. Memberikan pemahaman yang tepat serta kesadaran akan pentingnya memiliki citra tubuh positif, yang dapat menerima, menghargai, mencintai diri sendiri dan menjaga kesehatan baik fisik maupun mental.
2. *Body positivity* dapat diterapkan dan dilakukan dengan tepat sebagai solusi mengurangi tingkat gangguan kesehatan mental, depresi, hingga berakibat fatal bunuh diri.

1.3 Manfaat Karya

1.3.1 Manfaat Akademis

Karya ini diharapkan memberikan kajian akademis terbaru bagi mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Program Studi *Strategic Communication* yang mengambil mata kuliah *Seminar for Project by Thesis*. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan literatur tambahan bagi universitas untuk memperkaya kajian terkait topik pembahasan seputar *body positivity*.

1.3.2 Manfaat Praktis

Karya ini diharapkan dapat menjadi masukan dan edukasi bagi masyarakat, terutama remaja dewasa agar dapat menerapkan *body positivity* dalam lingkungan sekitar, khususnya dalam berinteraksi di media sosial. Serta dapat mengurangi adanya gangguan kesehatan mental, tingkat depresi, akibat kurangnya rasa percaya diri, penerimaan terhadap diri sendiri, maupun orang lain.