

## BAB II

### KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

Dalam mengerjakan penelitian ini, peneliti tentu membutuhkan data, pembandingan serta acuan agar dapat mengeksekusi serta memiliki perbandingan-perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengerjakan serta mengembangkan apa yang masih kurang dari penelitian sebelumnya. Terdapat 5 penelitian terdahulu yang dijadikan acuan yang membahas mengenai konsep diri dan beberapa topik *body shaming*.

Penelitian pertama dilakukan oleh Stephanie Wimona dan Riris Loisa (2022) dengan judul “Konsep Diri Individu Pengguna Media Sosial” peneliti dalam penelitian ini melakukan riset pada aplikasi Instagram serta menganalisis efek pengaruh dari aplikasi Instagram itu sendiri. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram dapat mempengaruhi pola pikir individu yang kemudian akan mempengaruhi persepsi individu terhadap konsep dirinya sendiri. Penelitian ini mengacu pada teori pengungkapan diri atau self-disclosure, individu cenderung melakukan komunikasi intrapersonal setelah berhasil menyerap informasi. Tindakan komunikasi intrapersonal merupakan sarana bagi individu untuk menarik kesimpulan dan persepsi baik ataupun buruk terhadap dirinya sendiri. Dalam hal pemanfaatan, tindakan komunikasi intrapersonal yang dilakukan oleh individu membantu mereka untuk memotivasi diri dalam keadaan terpuruk pada suatu masalah.

Penelitian kedua dilakukan oleh Chika Ananda Putri Irza, Ivan Taufiq dan Budi Hermanto (2022) dengan judul “Konsep Diri Perempuan Cantik di Instagram” Penelitian ini membahas mengenai konsep diri perempuan cantik di Instagram yang berdasar pada fenomena standar beauty di Instagram. Adanya standar kecantikan ini membuat perempuan tidak percaya diri, cenderung membandingkan diri dengan orang lain serta hilangnya motivasi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan aspek dari konsep diri yaitu pengetahuan, harapan, dan penilaian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa informan memanfaatkan informasi yang ada pada Instagram untuk menambah wawasan serta belajar untuk mencintai diri sendiri serta merasa jauh lebih nyaman dan termotivasi dengan versi diri mereka saat ini. Informan juga belajar untuk menjadi

orang yang lebih baik dari yang sebelumnya.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Indriani Novita (2022) dengan judul “Komunikasi Intrapersonal pada mahasiswa korban *body shaming* di Pekanbaru” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana komunikasi intrapersonal pada mahasiswa-mahasiswa yang menjadi korban *body shaming* di Pekanbaru. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan 3 narasumber laki-laki dan 3 narasumber perempuan. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan paradigma interpretif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 4 proses komunikasi intrapersonal yang dirasakan korban *body shaming* adalah sensasi sakit hati dan sedih, persepsi menyalahkan diri sendiri dan tidak percaya diri, memori trauma dan membentuk pola pikir yang cenderung membandingkan diri sendiri dengan orang lain atau memaafkan pelaku *body shaming*.

Penelitian keempat dilakukan oleh Arum Sekar Kinasih, Rasinna BR Saragih dan Verani Indiarma (2022) dengan judul “Analisis Interaksi Simbolik Body Shaming Sesama Perempuan (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu)” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tindakan body shaming yang terjadi terhadap sesama perempuan dalam kajian pikiran (*mind*), Diri (*self*), Masyarakat (*Society*) dalam ruang lingkup mahasiswi Ilmu Komunikasi. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar foto. Peneliti menggunakan triangulasi data sebagai metode untuk menguji keabsahan data, dengan memeriksa data yang didapatkan dari berbagai sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan yang mengalami body shaming membenruk pikiran (*Mind*) berdasarkan pengalaman lalu sebagian memandah diri (*Self*) dengan menerima apa adanya (*I*) namun terkadang konsep diri para informan juga terbentuk karena faktor penilaian oleh orang lain (*Me*). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa masyarakat (*Society*) adalah faktor terbesar bagi perempuan yang pernah mengalami body shaming dalam membentuk pola pikir dan penemuan jati diri.

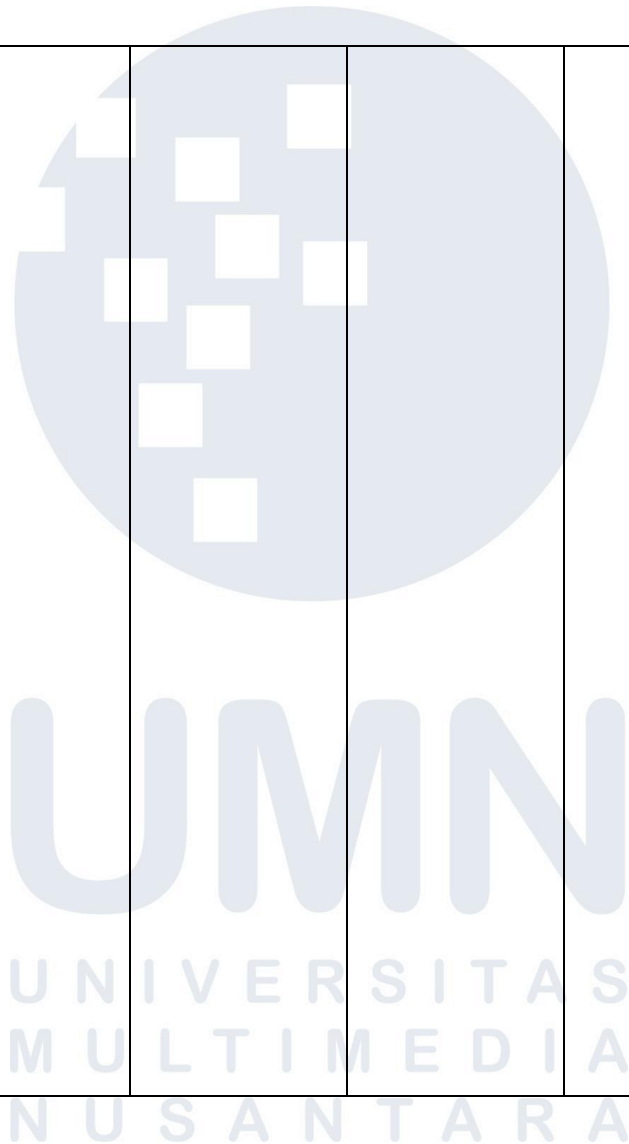
Penelitian kelima dilakukan oleh Adika Wikan Paramesti (2023) dengan judul “Komunikasi Intrapersonal penggunaan *instastory* terhadap tingkat kepercayaan diri remaja usia 18-23 tahun” Penelitian dengan metode kualitatif ini bertujuan untuk mengetahui konsep komunikasi intrapersonal penggunaan *instastory* terhadap tingkat kepercayaan diri remaja usia 18 hingga 23 tahun. Penelitian ini mengumpulkan data dengan cara melakukan teknik wawancara kepada narasumber yang tergolong remaja akhir yakni berusia 18 hingga 23 tahun dan aktif mengunggah *instastory*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep persepsi merupakan konsep komunikasi intrapersonal yang berpengaruh dalam seseorang mengunggah sesuai di *instastory*. Perbedaan persepsi baik itu dengan diri sendiri dan dengan external menyebabkan kurangnya rasa percaya diri seseorang.



**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tahun Penelitian	Metodologi Penelitian	Konsep dan Teori	Hasil Penelitian
1	Stephanie Winona & Riris Loisa	Konsep Diri Individu Pengguna Media Sosial	2022	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep diri</li> <li>• Teori pengungkapan diri (<i>Self-disclosure</i>)</li> <li>• Komunikasi intrapersonal</li> </ul>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram dapat mempengaruhi pola pikir individu yang kemudian akan mempengaruhi persepsi individu terhadap konsep dirinya sendiri. Selain itu ditemukan juga</p>

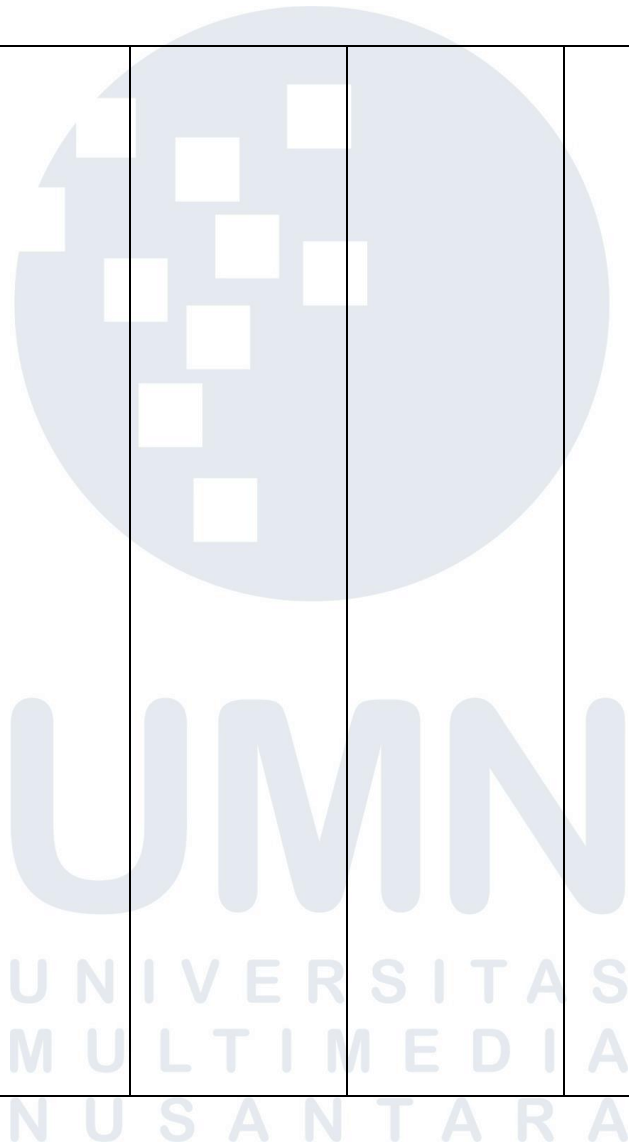
						<p>bahwa tindakan komunikasi intrapersonal merupakan sarana bagi individu untuk menarik kesimpulan dan persepsi baik ataupun buruk terhadap dirinya sendiri. Dalam hal pemanfaatan, tindakan komunikasi intrapersonal yang dilakukan oleh individu</p>
--	--	--	--	--	--	--



						membantu mereka untuk memotivasi diri dalam keadaan terpuruk pada suatu masalah.
2	Chika Ananda Putri Irza, Ivan Taufiq dan Budi Hermanto	Konsep Diri Perempuan Cantik di Instagram	2022	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsep diri</li> </ul>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa informan memanfaatkan informasi yang ada pada Instagram untuk menambah wawasan serta belajar untuk mencintai diri sendiri serta

						merasa jauh lebih nyaman dan termotivasi dengan versi diri mereka saat ini. Informan juga belajar untuk menjadi orang yang lebih baik dari yang sebelumnya.
3	Indriani Novita	Komunikasi Intrapersonal pada mahasiswa korban <i>body shaming</i> di Pekanbaru	2022	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikasi Intrapersonal</li> <li>• <i>Body Shaming</i></li> </ul>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 4 proses komunikasi intrapersonal yang dirasakan korban <i>body</i>

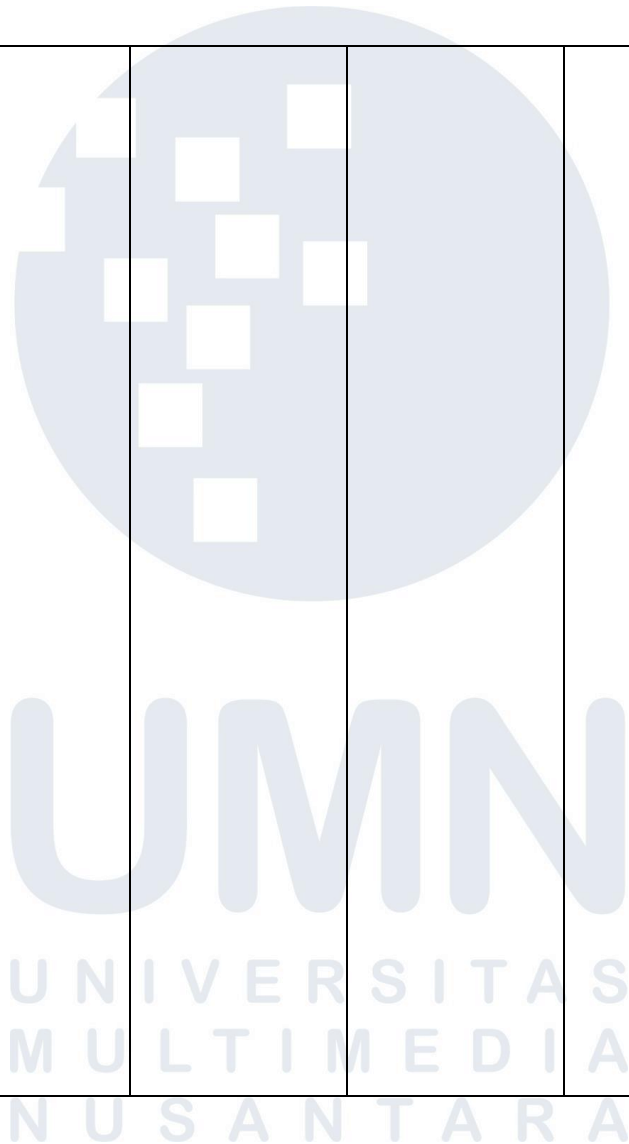
						<p><i>shaming</i> adalah sensasi sakit hati dan sedih, persepsi menyalahkan diri sendiri dan tidak percaya diri, memori trauma dan membentuk pola pikir yang cenderung membandingkan diri sendiri dengan orang lain atau memaafkan pelaku <i>body shaming</i>.</p>
--	--	--	--	--	--	--





4	Arum Sekar Kinasih, Rasinna BR Saragih dan Verani Indiarma	Analisis Interaksi Simbolik Body Shaming Sesama Perempuan (Studi Pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu	2022	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>Konsep diri</li> </ul>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan yang mengalami body shaming membenruk pikiran (Mind) berdasarkan pengalaman lalu sebagian memandah diri (Self) dengan menerima apa adanya (I) namun terkadang konsep diri para
---	--	--	------	------------	---	--

						<p>informan juga terbentuk karena faktor penilaian oleh orang lain (Me). Penelitian ini juga menunjukkan bahwa masyarakat (Society) adalah faktor terbesar bagi perempuan yang pernah mengalami bod shaming dalam membentuk pola pikir dan penemuan jati diri.</p>
--	--	--	--	--	--	--



5	Adika Wikan Paramesti	Komunikasi Intrapersonal penggunaan <i>instastory</i> terhadap tingkat kepercayaan diri remaja usia 18-23 tahun	2023	Kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikasi Intrapersonal</li> <li>• <i>Instastory</i></li> <li>• Kepercayaan Diri</li> <li>• Remaja</li> <li>• <i>Message Design Logic</i></li> </ul>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep persepsi merupakan konsep komunikasi intrapersonal yang berpengaruh dalam seseorang mengunggah sesuai di <i>instastory</i>. Perbedaan persepsi baik itu dengan diri sendiri dan dengan external</p>
---	--------------------------	--	------	------------	--	--

						menyebabkan kurangnya rasa percaya diri seseorang.
--	--	--	--	--	--	---

Sumber: Olahan Peneliti



## 2.2 Teori atau Konsep yang digunakan

Dalam melakukan penelitian, peneliti tentu membutuhkan teori-teori yang relevan untuk menjadi arahan serta landasan dalam menjalankan penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teori dan konsep yang diambil dari buku, jurnal serta internet untuk memperkaya landasan dalam melakukan penelitian mengenai komunikasi intrapersonal pada perempuan usia remaja akhir korban *body shaming* melalui media sosial.

### 2.2.1 Komunikasi Intrapersonal

Sebelum membahas lebih dalam mengenai komunikasi Intrapersonal itu sendiri, pada dasarnya komunikasi sendiri memiliki definisi sebagai proses yang menjadi dasar utama memahami hakikat manusia (Miller dalam Suryanto, 2015) Definisi lain dari komunikasi adalah proses yang menggambarkan bagaimana seseorang memberikan stimulus pada makna pesan baik itu secara verbal maupun nonverbal (McCroskey dalam Suryanto, 2015) dari kedua definisi tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa komunikasi merupakan suatu proses yang membuat seseorang bisa memahami hakikat manusia serta proses yang menimbulkan stimulus untuk memberikan makna pada suatu pesan baik itu verbal maupun nonverbal. Sebelum seseorang merespon terhadap suatu pesan, orang tersebut akan terlebih dahulu memproses di dalam pikirannya sendiri. Menurut Suryanto (2015: 102) Komunikasi Intrapersonal atau komunikasi intrapribadi merupakan suatu proses penggunaan bahasa atau pemikiran pada diri sendiri. Komunikasi intrapersonal merupakan proses pemikiran internal dalam memproses simbol dari pesan yang diolah dalam pemikiran seseorang. Dalam komunikasi intrapersonal, individu secara tidak langsung menjadi pengirim dan penerima pesan dikarenakan seorang individu akan memberikan umpan balik bagi dirinya sendiri. Komunikasi intrapersonal merupakan hal yang penting, komunikasi intrapersonal lah yang menjadi pemicu terjadinya komunikasi-komunikasi yang lain seperti komunikasi kelompok dan komunikasi massa.

Dalam proses komunikasi intrapersonal, individu akan melalui proses-proses psikologis seperti persepsi dan *awareness* untuk mengenal dirinya sendiri. Lebih lanjut Suryanto membahas bahwa sebelum seseorang berkomunikasi, individu perlu terlebih dahulu mengenal dirinya sendiri dan orang lain. Beberapa usaha yang dilakukan seseorang dalam memahami dirinya sendiri adalah dengan berdoa, bersyukur, introspeksi diri, melamun, merencanakan aktivitas yang akan dilakukan, reaksi hati nurani, berimajinasi dan lain sebagainya.

Proses memahami diri sendiri berkembang seturut dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam diri setiap individu. Seorang individu lahir tanpa pengetahuan siapa dirinya. Perilaku-perilaku yang dilakukan dalam kehidupan memiliki pesan penting untuk membangun proses pengenalan dan pemahaman terhadap diri sendiri. Kesadaran pribadi atau *self awareness* mengacu pada identitas spesifik individu, terdapat beberapa elemen di dalamnya, yaitu konsep diri, proses menghargai diri sendiri (*self-esteem*), dan identitas diri yang berbeda-beda (*multiple selves*) (Fisher dalam Suryanto, 2015)

Dalam proses komunikasi intrapersonal terhadap proses pengolahan yang dilakukan secara terus-menerus dalam internal seseorang yakni penerimaan informasi, pengelolaan informasi, penyimpanan informasi dan penghasilannya. Proses ini disebut sebagai komunikasi intrapersonal yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berpikir. (Suryanto:2015:103)

### **2.2.1.1 Sensasi**

Menurut Suryanto (2015:103-102) mengatakan bahwa sensasi yang berasal dari kata *sense* memiliki arti alat penginderaan yang tugasnya menghubungkan organisme dengan lingkungannya. Sensasi merupakan pengalaman yang spontan dan tidak memerlukan penjelasan atau penguraian secara verbal, simbolis dan konseptual (Dennis Coon dalam Suryanto, 2015) Bentuk dari sensasi yaitu eksteroseptor contohnya mata atau telinga, interoseptor

contohnya peredaran darah, serta Gerakan tubuh proprioseptor contohnya organ vestibular.

### **2.2.1.2 Persepsi**

Persepsi merupakan pengalaman mengenai suatu objek, kejadian atau hubungan yang menghasilkan suatu informasi dan pesan. Persepsi adalah bagaimana suatu individu memberikan makna dan terjadi saat stimuli indrawi. Sensasi merupakan bagian dari persepsi. Persepsi muncul didasarkan oleh faktor situasional maupun faktor personal. Selain kedua faktor tersebut, perhatian terhadap suatu objek juga dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. (Jalaludin Rahmat dalam Suryanto, 2015)

Persepsi seseorang juga dipengaruhi oleh latar belakang orang tersebut yang nantinya akan mempengaruhi *frame of reference* dan *field of experience* dalam proses kehidupan seseorang.

### **2.2.1.3 Memori**

Memori adalah elemen yang berperan penting dalam komunikasi intrapersonal. Memori juga berpengaruh terhadap proses berpikir serta persepsi. Fakta yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari akan diproses secara terstruktur dan terbentuklah memori. Memori ini akan menjadi pengetahuan dalam membimbing perilaku (Schlessinger dan Groves dalam Suryanto, 2015)

Menurut Suryanto (2015:105) memori melewati tiga proses, yaitu:

#### *1. Encoding*

Tahap ini merupakan proses ketika reseptor indera dan sirkuit sadar internal melakukan pencatatan informasi.

#### *2. Storage*

Tahap ini terjadi adalah proses penentuan bentuk, tempatnya serta lamanya informasi.

#### *3. Retrieval*

Tahap pemanggilan adalah proses ketika menggunakan informasi yang tersimpan di memori (Jalaludin Rakhman dalam Suryanto, 2015)

Terdapat 4 cara dalam proses pemanggilan, yakni:

1. *Recall*

Merupakan proses pengingatan secara aktif agar mendapatkan hasil ingatan fakta secara kata demi kata atau verbatim, meskipun tidak diiringi dengan petunjuk yang jelas.

2. *Recognition*

Merupakan proses pengenalan yang sukar untuk diingat kembali.

3. *Relearning*

Tahap ini adalah proses belajar lagi untuk menguasai ulang pelajaran yang sebelumnya sudah pernah diperoleh

4. *Redintegration*

Merupakan proses merekonstruksi ulang seluruh memori masa lalu melalui satu petunjuk memori kecil.

#### **2.2.1.4 Berpikir**

Berpikir merupakan tahap yang melibatkan semua proses, yaitu sensasi, persepsi dan memori. Dalam proses berpikir, seseorang tidak perlu melakukan kegiatan yang tampak. Berpikir merupakan suatu proses memanipulasi atau mengorganisir suatu informasi menggunakan lambang. Tujuan dari berpikir adalah *decision making*, *problem solving* dan menghasilkan sesuatu yang baru (*creativity*). Cara orang berpikir terdiri dari dua macam, yaitu:

1. Autistik

Contoh dari berpikir autistik adalah dengan melamun, berkhayal, berfantasi, dan lain



sebagainya. Melalui cara berpikir ini, seseorang dapat melarikan diri dari kenyataan dan memandang hidup sebagai gambar-gambar yang terasa fantastis.

## 2. Realistis

Cara berpikir ini menggunakan penggunaan nalar, dalam rangka menyesuaikan diri dengan dunia nyata.

Floyd L. Ruch (Suryanto, 2015: 107) menjelaskan bahwa berpikir realistis terbagi ke dalam tiga macam, yaitu:

1. Berpikir deduktif atau proses berpikir dengan mengambil kesimpulan dari dua pernyataan. Dalam logika, hal ini disebut silogisme.
2. Berpikir induktif, yakni pemikiran yang dimulai dari hal-hal yang unik, lalu mengambil kesimpulan secara umum.
3. Berpikir evaluative, adalah pemikiran yang dilakukan secara kritis, menimbang baik dan buruknya suatu hal, atau tepat dan tidaknya suatu gagasan.

Dari penjabaran di atas, teori komunikasi intrapersonal akan menggambarkan bagaimana seorang remaja perempuan korban *body shaming* memproses kejadian tersebut yang kemudian informasi tersebut diolah dan disimpan untuk menghasilkan suatu pengalaman yang berpengaruh terhadap *self-esteem* remaja perempuan korban *body shaming*.

### 2.2.2 Konsep Diri

Menurut Devito (2016:77-78) Konsep diri merujuk pada gambaran atau pandangan individu terhadap dirinya sendiri, mencakup perasaan dan pemikiran tentang kekuatan dan kelemahan, kemampuan dan keterbatasan, serta aspirasi dan pandangan dunia individu tersebut. Selain itu Menurut Suryanto (Suryanto, 2015, p. 107-108) Seorang individu memiliki

pandangan terhadap dirinya sendiri. Hal ini disebut dengan konsep diri. Konsep diri dilakukan untuk menggolongkan karakteristik sifat pribadi, karakteristik sifat sosial serta peran sosial. Karakteristik pribadi merupakan sifat yang dimiliki dalam persepsi seseorang mengenai dirinya sendiri. Karakteristik ini dapat bersifat fisik (gender, tinggi, pendek, ganteng, cantik, kurus, gemuk dan sebagainya). Konsep diri erat kaitannya dengan pengetahuan seseorang. Seseorang yang memiliki pengetahuan yang baik/tinggi maka konsep dirinya cenderung baik pula. Begitupun sebaliknya.

Menurut Devito (Devito, 2016, p. 77-78) Konsep diri berkembang dari setidaknya empat sumber, yaitu gambaran diri yang dimiliki oleh orang lain dan yang mereka ungkapkan kepada individu tersebut, perbandingan individu tersebut dengan orang lain, ajaran dari budaya individu tersebut, serta cara individu tersebut menafsirkan dan mengevaluasi pikiran dan perilaku mereka sendiri. Berikut merupakan penjelasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri menurut Devito (Devito, 2018, 78-79):

1. Gambaran diri dari orang lain

Konsep diri seseorang juga dipengaruhi oleh bagaimana orang lain melihat dan mengomentari tentang dirinya. Baik itu melalui komentar langsung maupun perilaku nonverbal, seperti ekspresi wajah dan perilaku terhadap orang tersebut.

2. Perbandingan sosial

Seseorang juga membentuk konsep diri berdasarkan perbandingan dengan orang lain. Hal ini dapat terjadi dalam bentuk perbandingan ke bawah (membandingkan diri dengan orang yang dianggap rendah) atau perbandingan ke atas (membandingkan diri dengan orang yang dianggap lebih baik).

3. Ajaran budaya

Nilai, keyakinan, dan sikap yang ditanamkan oleh budaya juga mempengaruhi konsep diri seseorang. Misalnya, pandangan terhadap kesuksesan, agama, ras, atau kewarganegaraan.

#### 4. Evaluasi diri sendiri

Seseorang juga merespons perilaku mereka sendiri dan mengevaluasinya. Misalnya, jika seseorang melakukan sesuatu yang bertentangan dengan nilai yang mereka anut, hal ini dapat mempengaruhi konsep diri mereka.

Selain itu, konsep diri juga dipengaruhi oleh sejauh mana seseorang mengenal dirinya sendiri (*self-awareness*) dan sejauh mana seseorang menghargai dirinya sendiri (*self-esteem*). *Self-awareness* mengacu pada sejauh mana seseorang mengenal dirinya sendiri, sementara *self-esteem* mengacu pada sejauh mana seseorang menghargai dirinya sendiri.

#### 2.2.3 Remaja

Menurut World Health Organization (WHO), remaja adalah masyarakat yang berada pada rentang usia 10 hingga 19 tahun. Menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), masyarakat berusia 10 hingga 24 tahun dan belum menikah, masih dikategorikan remaja (BPS, 2020). Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2014, seseorang dianggap remaja jika berada dalam rentan umur 10 hingga 18 tahun. Masa remaja merupakan masa peralihan atau perubahan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pertumbuhan dan perkembangan itu ditandai dari perubahan yang terjadi baik itu secara fisik maupun mental (Diananda, 2018).

Ali dan Asrori (2016) menyatakan bahwa karena masa remaja merupakan masa pertumbuhan menuju masa dewasa, maka remaja berada dalam posisi yang tidak menentu karena tidak termasuk dalam kelompok anak-anak maupun kelompok dewasa. Pengertian masa remaja sendiri sangatlah luas dan mencakup kematangan emosi, fisik, sosial, dan mental. Rentang usia remaja adalah 12 hingga 22 tahun. Ali dan Asrori (2016) membaginya menjadi dua tahap, yaitu masa remaja awal pada usia 12 hingga 17 tahun dan masa remaja akhir pada usia 18 hingga 22 tahun. Pada tahap remaja akhir, seseorang biasanya sudah mempunyai pemikiran yang matang namun belum matang secara emosional dan kurang memiliki

pengendalian diri, sehingga pada fase ini, seseorang seringkali merasa kesulitan dalam mengambil keputusan penting di hidupnya. Di satu sisi, pada fase-fase ini remaja juga berusaha semaksimal mungkin dalam mengembangkan pemikiran yang lebih matang demi mendapatkan kepercayaan dari orang-orang di sekitarnya, keluarga, dan teman.

### **2.2.3.1 Remaja Perempuan**

Masa pubertas yang terjadi pada seorang perempuan merupakan periode di mana tubuh seorang individu berubah secara pesat. Remaja perempuan mengalami pematangan pada perkembangan alat kelaminnya, yang mencakup pertumbuhan rahim, vagina, dan ovarium. "Menarche", atau menstruasi. Menstruasi umumnya terjadi pertama kali di antara usia 11 hingga 15 tahun. Anak kecil perempuan akan berubah menjadi gadis remaja selama proses pubertas ini. Dalam hal perkembangan mental, remaja perempuan mulai sudah mulai bisa memecahkan masalah secara sistematis dan ilmiah, berpikir logis, dan menafsirkan ide-ide mereka secara abstrak. Remaja perempuan juga mulai mengalami peningkatan emosi seperti empati dan cinta terhadap lawan jenis. Mereka juga menjadi lebih sensitif terhadap peristiwa dan situasi di lingkungan sosial mereka, dan rentan mengalami emosi negatif seperti depresi, yang membuat suasana hati tidak stabil. Hal ini akan berakhir setelah seorang remaja perempuan telah memasuki tahap perkembangan yang kondusif. Hal ini ditandai dengan perkembangan emosi yang matang (cinta, simpati, senang menolong, menghargai orang lain dan ramah) pada fase ini juga, remaja perempuan sudah memiliki pengendalian emosi yang baik. Ditandai dengan sifat yang tidak mudah tersinggung atau marah, tidak agresif, pantang menyerah dan dapat mengatasi situasi yang sulit dengan baik dan benar.

Dalam proses perkembangan sosial, remaja perempuan mampu memahami orang lain berdasarkan karakteristik pribadi, minat, dan emosinya. Melalui perkembangan ini, remaja perempuan

akan mengembangkan hubungan sosialnya. Seperti persahabatan dan hubungan romantis. Pada tahap ini, remaja perempuan cenderung bersikap konformitas, yaitu sifat di mana seorang individu lebih cenderung mengikuti atau menyesuaikan terhadap pandangan, pendapat, nilai, kebiasaan preferensi, atau aspirasi orang lain. Hal ini dilakukan dalam usaha untuk bisa beradaptasi dengan lingkungan sosialnya, seperti sekolah, keluarga, dan masyarakat. Selain perkembangan sosial, remaja juga mengalami yang namanya perkembangan moral. Dalam perkembangan ini, remaja perempuan sudah dinilai lebih dewasa dibandingkan dengan anak-anak. Pada perkembangan ini, remaja perempuan cenderung berperilaku baik agar mendapatkan penilaian yang baik dari orang lain. Hal ini memunculkan perasaan puas dan senang secara fisik dan psikologis seorang remaja perempuan (Yusuf, 2017: 198-200).

Selanjutnya adalah perkembangan kepribadian remaja perempuan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi berubahnya kepribadian, yaitu perkembangan fisik, seksual, emosional, sosial, kognitif, nilai serta pengalaman-pengalaman baru (Yusuf, 2017:201). Remaja perempuan cenderung menyadari betapa pentingnya peran kepribadian seseorang dalam proses hubungan sosial, hal ini membuat remaja perempuan mendorong diri untuk menjadi lebih baik dalam hal kepribadian. Remaja perempuan umumnya memiliki suatu standar dari suatu kelompok yang dijadikan dasar serta tolak ukur untuk kepribadiannya sendiri. Dari standar ideal ini, sebagian remaja perempuan berhasil menggapai dan ada juga yang tidak berhasil menggapai karena tidak bisa mengubah kepribadian dirinya. Seiring bertambahnya usia, remaja perempuan akan menguatkan sifat yang diinginkan dan mengurangi sifat yang kurang diinginkan. Perubahan ini terjadi secara natural hasil dari lingkungan tempat mereka berada dan akan terus berdampak pada konsep dirinya. Menurut Yusuf (2017: 210-211) Lingkungan yang buruk cenderung memberikan dampak yang

buruk dan dapat menimbulkan lingkungan yang kurang nyaman dan dapat membuat seorang individu stress dan depresi. Umumnya dalam kondisi kurang nyaman tersebut, seseorang akan menanggapi suatu hal dengan sikap dan perilaku yang tidak sewajarnya.

#### **2.2.4 Body Shaming**

Fisik adalah aspek penting dalam kehidupan setiap individu, terutama bagi perempuan. Sejak dahulu, standar kecantikan telah berbeda di berbagai negara. Misalnya, di Amerika Serikat, kecantikan dikaitkan dengan tubuh ramping, sementara di China, standar kecantikan mencakup mata besar, pinggang kecil, dan kaki panjang. Di Jerman, standar kecantikan meliputi rambut pirang, mata cerah, pinggang ramping, dan kulit mulus (Yulistara, 2017). Di Indonesia, kecantikan perempuan sering dikaitkan dengan kulit putih, mulus, bersih, dan tubuh langsing (Itsjot, 2019). Standarisasi kecantikan ini mempengaruhi banyak perempuan, termasuk remaja, untuk mencapai tubuh yang dianggap ideal. Namun, tidak semua orang dapat mencapai standar kecantikan yang dianggap ideal, terutama di Indonesia yang beragam. Indonesia adalah negara multikultural dengan berbagai suku, agama, adat istiadat, dan ras, menghasilkan beragam penampilan fisik perempuan Indonesia, termasuk yang berkulit putih, gelap, dan sawo matang (Itsjot, 2019). Fisik yang tidak sesuai dengan standar kecantikan sering menyebabkan ketidakpuasan tubuh, yang dapat mempengaruhi kondisi psikologis dan biologis remaja. Hal ini menimbulkan persepsi di masyarakat bahwa perempuan harus memiliki penampilan tertentu untuk dianggap cantik.

*Body shaming* merupakan tindakan mengomentari kekurangan fisik seseorang dan dapat digolongkan sebagai perundungan verbal atau perundungan yang dilakukan melalui perkataan mulut seseorang. Secara sederhana, *body shaming* dapat diartikan sebagai sikap atau perilaku negatif terhadap berat badan, tinggi badan, atau penampilan seseorang (Fauzia & Rahmiaji, 2019). *Body shaming* sering terjadi ketika seorang wanita dianggap memiliki tubuh yang kurang ideal atau standar tubuh yang tidak sesuai dengan wanita ideal saat itu. *Body shaming* bisa terjadi di mana saja,

baik itu di sekolah, di lingkungan sekitar bahkan di rumah. Siapa pun bisa melakukan *body shaming*, baik itu rekan kerja, orang-orang di sekitar, keluarga sendiri, bahkan dapat dilakukan oleh orang yang tidak dikenal. Terdapat beberapa bentuk *body shaming* (Fauzia & Rahmiaji, 2019) antara lain:

1. *Fat shaming*, merupakan bentuk *body shaming* yang paling umum dan paling sering ditemui. "Fat shaming" mengacu pada komentar negatif yang ditujukan kepada orang yang kelebihan berat badan atau kegemukan. Contoh komentar negatif yang umum adalah, "Lho, kok makin gendut aja?" "Diet dong, itu badan udah segede gaban,"
2. *Skinny Shaming*, kebalikan dari memermalukan orang gemuk adalah *skinny shaming*. Keduanya mempunyai dampak negatif yang sama terhadap korbannya. Tipe *body shaming* ini dipermalukan karena memiliki badan yang terlalu kurus. Contoh kata-kata dan komentar yang ditujukan kepada korban antara lain, "cungkring banget," "sekali ketiup angin langsung terbang," "kurus banget kaya orang kurang gizi" dan masih banyak komentar-komentar negatif lainnya.
3. Rambut Badan/Badan Berbulu, merupakan salah satu jenis *body shaming* penghinaan terhadap orang yang memiliki rambut di beberapa bagian tubuhnya, dan terlihat memiliki rambut berlebihan di beberapa area tubuhnya seperti tangan atau kaki. Standar kecantikan yang beredar seringkali membentuk pemikiran bahwa perempuan tidak menarik dan memalukan jika memiliki bagian tubuh yang berbulu. Contoh komentar yang biasa dilontarkan orang yaitu "Bulu-bulu banget kaki/tangan lu kaya monyet," "buset, lebat banget itu bulu kaki" dan lain sebagainya.
4. Warna Kulit, menjadi salah satu bentuk *body shaming* yang mengomentari mengenai warna kulit seseorang yang juga merupakan hal yang lumrah terjadi di Indonesia. Misalnya saja

jika kulit seseorang terlalu terang atau terlalu gelap. Namun, standar kecantikan di Indonesia secara tidak langsung menyudutkan orang yang memiliki kulit yang gelap. Contoh komentar negatif yang sering dilontarkan “Dekil amat kulit lu,” “Mandi kali biar ga dakian, item banget tu badan” dan masih banyak lagi.

5. *Face Shaming*, adalah bentuk *body shaming* yang juga banyak ditemui, *body shaming* ini cenderung memberikan komentar negatif mengenai penampilan wajah seseorang. Seperti orang dengan wajah *chubby*, dahi yang besar, memiliki jerawat, memiliki tompel di wajah, atau memiliki bekas tanda lahir atau luka bakar di wajah yang sangat terlihat. Contoh komentar-komentar negatif yang sering didapati adalah “Jerawatan banget sih mukanya,” “muka lu di urus dong,” “Sayang banget sebenarnya dia cantik, tapi dahinya jenong banget.” Dan masih banyak komentar-komentar negatif lainnya.

### **2.2.5 Media Sosial**

Media sosial atau dalam bahasa Inggris *social media* adalah sarana yang membuat orang-orang bisa saling berinteraksi, bertukar informasi serta mengungkapkan pendapatnya secara bebas tanpa terhalang jarak dan waktu. Media sosial adalah jenis media yang memungkinkan orang berinteraksi secara *online*. Contoh-contoh dari media sosial adalah blog, forum, aplikasi *chat*. Jejaring sosial dapat membantu masyarakat yang tidak memiliki kesempatan bertemu di dunia nyata, dapat bertemu secara *online* (Hendroyono dalam N.K.Ningsih, 2015).

### **2.2.6 Teori *Impression Management***

*Impression management* atau pengelolaan pesan merupakan bentuk dari upaya presentasi diri individu. Seseorang umumnya melakukan *impression management* secara sadar, setengah sadar, penuh kesadaran untuk memenuhi kepentingan dirinya sendiri baik itu secara finansial, sosial, atau politik tertentu (Mulyana, 2021:120). Menurut Mulyana



(2021:112) Seorang individu akan menata perilakunya akan menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan harapan dapat menimbulkan identitas yang diharapkan oleh individu tersebut. Menurut Erving Goffman (Rakhmat, 2018: 118) Menjelaskan bahwa individu akan melakukan usaha untuk menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada penanggap, aktivitas tersebut disebut dengan *impression management*. Sama halnya dengan apa yang dikemukakan oleh Mulyana bahwa dalam proses memproduksi identitas yang diharapkan, terdapat berbagai pertimbangan terkait atribut dan simbol-simbol yang digunakan agar bisa mendukung terbentuknya identitas tersebut (Mulyana, 2021:112). *Impression management* mengacu pada upaya sadar atau tidak sadar yang dilakukan oleh individu untuk mempengaruhi persepsi orang lain terhadap mereka, peristiwa, atau objek. Hal ini melibatkan pengaturan dan pengendalian informasi dalam interaksi sosial untuk membentuk opini dan kesan yang dibentuk orang lain. Hal ini dapat mencakup presentasi diri yang strategis, di mana individu secara strategis menampilkan citra diri mereka untuk mengatur bagaimana orang lain memandang sikap dan perilaku mereka. Pengelolaan kesan dapat dilakukan secara sadar maupun tidak sadar, dan melibatkan penyaringan dan pengaturan informasi untuk mempengaruhi bagaimana orang lain memandang individu atau kelompok. (Kavut, 2022:3-5)

Pada teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan memberikan penilaian diri kita berdasarkan pada petunjuk-petunjuk yang kita berikan; seseorang akan menyesuaikan perlakukannya berdasarkan penilaian yang diberikan berdasarkan petunjuk yang kita berikan. Contohnya jika mereka menilai kita berstatus rendah, maka mereka tidak akan melakukan kita secara spesial, begitupun sebaliknya, jika seseorang menilai kita berstatus tinggi, maka mereka akan melakukan kita secara spesial. Dari sistem tersebut, seseorang akan menampilkan dirinya (*self-representation*) sesuai dengan apa yang dikehendaki (Rakhmat, 2018)

Menurut Mulyana (2021:112) *Impression management* merupakan teori yang erat kaitannya dengan manajemen komunikasi. Pengelolaan

komunikasi secara tidak langsung merupakan pengelolaan pesan melalui kesan atau makna. *Impression management* merupakan usaha agar individu dapat menciptakan kesan tertentu “siapa dirinya” di hadapan orang lain. *Impression management* juga menjadi teknik yang digunakan individu untuk menumbuhkan kesan tertentu dalam situasi tertentu agar dapat mencapai tujuan tertentu.

Menurut Rakhmat (2018) peralatan yang digunakan untuk menampilkan diri disebut dengan *front*. *Front* terdiri dari beberapa hal, yaitu:

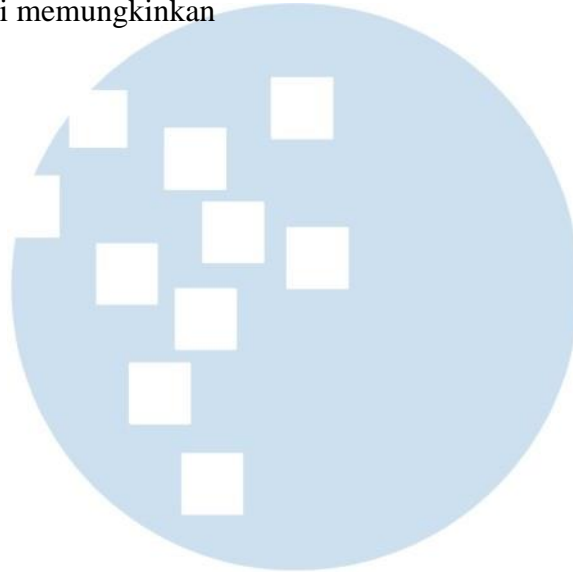
1. Panggung (*setting*), adalah rangkaian benda atau barang yang digunakan untuk memberikan kesan. Contohnya di dalam ruang tamu, terdapat hiasan dinding, lampu, karpet dan lemari. Sama halnya dengan seseorang yang memajang koleksi pialanya diruang tamu, hal tersebut akan memberikan kesan bahwa orang tersebut berprestasi.
2. Penampilan (*appearance*) artinya menunjukkan petunjuk artifaktual. Adalah bagaimana seseorang memberikan petunjuk “siapa dirinya” dari apa yang dikenakan atau dipakai. Contohnya, seseorang laki-laki memakai dasi, kemeja, Sepatu pantofel dengan harapan menciptakan kesan “mapan”, contoh lainnya, seorang Wanita menggunakan *tanktop* dan *sneakers* dengan warna rambut yang unik agar terkesan kekinian.
3. Gaya bertingkah laku (*manner*) menunjukkan bagaimana seseorang berperilaku, misalnya cara berjalan, cara berbicara, cara memandang dan lain sebagainya yang pada akhirnya menimbulkan kesan tertentu pada orang tersebut. Contohnya seorang petinggi akan mengontrol cara berbicara dan tertawanya agar tidak terlalu terbahak-bahak untuk memberikan kesan “berwibawa” kepada orang disekelilingnya atau kepada bawahannya.

#### **2.2.6.1 Digital Impression Management**

Menurut Kavut (2022:7-6) *Digital impression management* mengacu pada manajemen strategi yang dilakukan individu di lingkungan digital, terutama melalui media sosial dan platform *online* lainnya. Upaya ini dilakukan untuk membentuk dan mengontrol bagaimana seseorang dipersepsikan oleh orang lain di ruang digital. *Digital impression management* dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan internet, yang menyediakan berbagai alat dan platform bagi individu untuk secara aktif mengelola citra *online* mereka. Hal ini melibatkan pemanfaatan fitur-fitur komunikasi yang dimediasi komputer, berbagi media sosial, dan teknologi digital untuk menciptakan dan mempertahankan kesan yang diinginkan di ranah digital. Berikut merupakan cakupan dari *digital impression management* yang diutarakan oleh Kavut (2022:61-62):

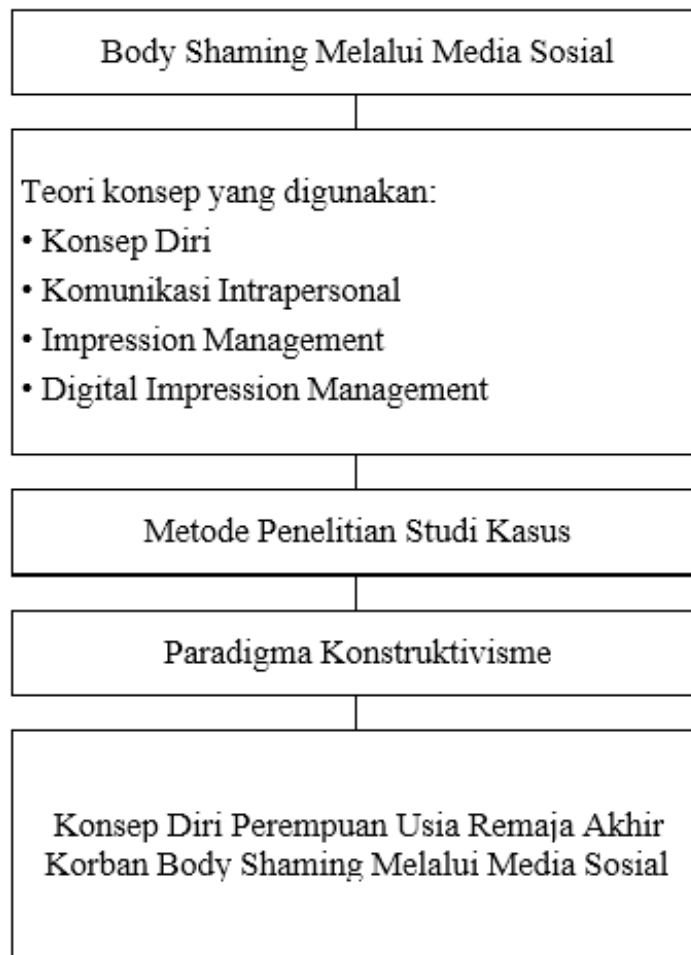
1. Identitas digital, mengacu pada identitas *online* yang dibuat seorang individu melalui profil pribadi pada ruang digital. Identitas digital mencakup informasi dan konten yang dibagikan individu tentang diri mereka di internet, seperti detail pribadi, minat, dan aktivitas mereka.
2. Personalitas digital, merupakan citra yang ditampilkan seseorang secara *online*. Hal ini dilakukan secara sengaja dilakukan untuk menampilkan citra *online* tertentu disesuaikan dengan audiens dan konteks yang berbeda-beda. Personalitas digital dilakukan dengan cara melakukan kurasi pada konten apa yang hendak ditampilkan pada khalayak untuk membentuk bagaimana citra diri seseorang di ruang digital.
3. Jejak digital, merupakan segala jejak dan konten yang ditinggalkan seorang individu ketika mereka terlibat di platform *online*. Jejak digital mencakup dari aktivitas, postingan, komentar, dan interaksi yang berkontribusi pada kehadiran dan reputasi *online* seseorang.

Dalam konteks digital, teori *Impression Management* memperlihatkan bagaimana perempuan usia remaja akhir menggunakan media sosial sebagai platform untuk mengelola impresi tubuh mereka dengan melibatkan pengaturan dan pengendalian informasi untuk membentuk persepsi orang lain di ruang digital, seperti media sosial untuk menciptakan dan mempertahankan kesan yang diinginkan. Dalam media sosial, individu dapat memilih konten yang akan ditampilkan, menentukan identitas digital, personalitas digital, dan jejak digital mereka. Hal ini memungkinkan



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 2.3 Alur Penelitian



**Gambar 2.1** Alur Penelitian

Sumber: Data Olahan Peneliti

UMIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA