

**DAMPAK PENERIMAAN PESAN BERISI “*BODY SHAMING*” TERHADAP
“*SELF CONFIDENCE*” REMAJA PEREMPUAN DI MEDIA SOSIAL
*INSTAGRAM***

Endah Paramita Rahayu

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri
Surabaya.

endahrahayu@mhs.unesa.ac.id

ABSTRAK

Body shaming atau penghinaan fisik seringkali terjadi di media sosial, khususnya di *Instagram*. Perbuatan ini merujuk pada kritikan atau penilaian negatif terkait bentuk tubuh dan juga penampilan fisik yang ditujukan pada seseorang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh penerimaan pesan *body shaming* terhadap *self confidence* remaja perempuan di media sosial *Instagram*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Sampel pada penelitian ini sebanyak 384 responden remaja perempuan, yang pernah mengalami *body shaming* pada akun instagramnya. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling insidental*. Uji hipotesis yang digunakan *Product Moment Person*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *body shaming* berpengaruh signifikan terhadap *self confidence* yang artinya remaja perempuan pada masa akhir akan menjadikan sebuah *body shaming* sebagai bentuk motivasi diri agar menjadi lebih baik.

Kata Kunci: Penerimaan Pesan, *Body Shaming*, *Self-Confidence*

Abstract

Body shaming often occur on social media, especially on Instagram. This action refers to negative criticisms or judgments regarding the body shape and physical appearance that is addressed to someone. Body shaming most happening in adolescence. The purpose of this study was to determine whether there was an effect of receiving body shaming messages on female teenager's self confidence on social media Instagram. The research method is the survey research method using a questionnaire as an instrument for collecting data. The sample in this research was 384 female teenager respondents, who had experienced body shaming on their Instagram account. The sampling technique used is sampling insidental. The hypothesis test used Product Moment Person. The research of this study indicate that body shaming has a significant effect on self confidence, which means that girls in the final period will make a body shaming as a form of self-motivation to be better.

Keywords: Acceptance Message, *Body Shaming*, *Self-Confidence*

PENDAHULUAN

Body shaming merupakan salah satu tindakan yang tak seharusnya dilakukan oleh seseorang dalam memberikan komentar atau penilaian negatif terkait bentuk fisik dan penampilan diri orang lain. Definisi *body shaming* menurut *YourDictionary* menyatakan, “*body shaming is the practice of making critical, potentially humiliating comments about a person's body size or weight*”. Dapat diartikan bahwa, *body shaming* merupakan tindakan

mempermalukan tubuh dengan membuat komentar dan kritikan memalukan tentang ukuran atau berat badan seseorang. Dalam laman *Kompasiana.com*, Hariz juga menuliskan bahwa bentuk dari *body shaming* seperti; mencela fisik, penampilan, berat badan, bentuk tubuh, bentuk tubuh, warna kulit, dan tinggi badan seseorang.

Tindakan dari *body shaming* tanpa disadari dapat memberikan pengaruh negatif yang besar bagi para penerimanya. Karena, tidak hanya meninggalkan luka secara fisik, melainkan juga dapat memicu tekanan

mental dan gangguan psikologi termasuk juga kurangnya rasa ketidakpercayaan diri seseorang (Tuti, 2018).

Aktivitas dari *body shaming* hadir dengan berbagai macam bentuk dan media penyampaiannya, bisa secara langsung dan juga melalui media sosial. Salah satu media sosial yang sedang tersorot saat ini adalah *Instagram*. Menurut hasil rekapitulasi data yang diperoleh *WeAreSosial* dan *Hootsuite* pada tahun 2018 menyatakan bahwa media sosial *Instagram* menjadi salah satu *platform* media sosial populer ke tiga di Indonesia. Dengan dinyatakannya bahwa usia pengguna terbesar yaitu dengan rentang usia 18 – 24 tahun, yang mana merupakan usia remaja. Pada rentan usia tersebut, *gender* pengguna *Instagram* yang lebih dominan ialah perempuan.

Santrock (2003:26) mendefinisikan usia remaja merupakan masa perkembangan transisi antara masa anak-anak dan masa dewasa. Sedangkan, perempuan sendiri memiliki sifat yang lebih mudah sensitif. Maka dari itu, para remaja perempuan akan lebih muda merasakan kecemasan akan ketidakmampuannya. Dikarenakan sifatnya yang mudah sensitif, maka sangat dikhawatirkan bilamana remaja perempuan tidak dapat mengendalikan sikap diri dan perasaannya ketika menerima sebuah tindakan dari *body shaming* pada akun *Instagram* miliknya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait fenomena tersebut. Rumusan masalah pada penelitian ini “Adakah pengaruh dari penerimaan pesan berisi *body shaming* terhadap *self confidence* remaja perempuan di media sosial *Instagram*”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan menggunakan jenis penelitian kausal, yakni penelitian yang bersifat membuktikan hubungan sebab dan akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018: 52). Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian survei yang dilakukan dengan penyebaran Kuisisioner secara *online* dan *offline*. Populasi dari penelitian ini adalah remaja perempuan yang berusia 13-21 tahun dan pernah mengalami *body shaming* pada akun *instagram*nya. Sedangkan, sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Nonprobability sampling* dengan menerapkan metode *Sampling Insidental*,

yang merupakan pemilihan sampel secara kebetulan bertemu dengan peneliti serta dianggap cocok sebagai sumber data dan dapat digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2018: 138).

Dikarenakan tidak diketahui jumlah populasi di penelitian ini maka Penghitungan jumlah sampel menggunakan rumus Lameshow dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, maka ditentukannya jumlah sampel sebesar 384 responden. Metode pengukur respon yang digunakan pada kuesioner ini menggunakan Skala *Guttmen* dengan 2 tingkat jawaban.

Untuk mengukur variabel X yaitu pesan *body shaming* dengan dimensi bentuk tubuh, ukuran tinggi badan dan juga warna kulit. Sedangkan, untuk variabel Y yaitu *self confidence* dengan menggunakan dimensi percaya diri lahir dan batin. Kemudian, dilakukannya uji coba instrumen kepada sampel kecil yaitu 30 responden yang kemudian hasil data rekap tersebut sebagai uji validitas dan realibilitas dengan menggunakan alat uji statistik SPSS. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi, yang dimana untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel yang diuji (Sugiyono, 2018). Dengan diterapkannya uji asumsi seperti uji normalitas dan lineritas. Serta, untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Product Moment Person*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari 384 responden terkait identitas usia dan status pendidikan responden yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1: usia responden

No.	Usia (Tahun)	F	Presentase
1.	13 – 15	34	8,85%
2.	15 – 18	165	42,96%
3.	18 - 21	185	48,19%
Jumlah		384	100%

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berusia 18-21 tahun yang merupakan masa remaja akhir. Masa remaja akhir memiliki karakteristik terkait minat yang dimilikinya semakin mantap terhadap fungsi intelektual, mulai terbentuknya identitas sosial, mampu berpikir abstrak, serta lebih bisa menyesuaikan diri dengan orang lain (Sarwono, 2006: 204).

Tabel 1.2: Pendidikan Responden

No	Pendidikan	F	Presentase
1.	SMP	34	8,85%
2.	SMA	150	39,06%
3.	Mahasiswi	185	48,19%
4.	Lainnya	15	3,90%
Jumlah		384	100%

Dari tabel 1.2 diatas dinyatakan bahwa hasil rekapitulasi dari status pendidikan responden didominasi oleh mahasiswi.

Status pendidikan responden dalam penelitian ini terdiri dari 34 responden berstatus SMP, 150 responden berstatus SMA/SMK, 185 responden berstatus mahasiswa dan 15 responden lainnya berstatus berkerja. Hal ini dapat disimpulkan bahwa status responden tertinggi adalah remaja perempuan berstatus mahasiswa yang memiliki presentase sebesar 48,19%. Tabel dibawah ini merupakan hasil presentase responden terkait fitur instgram yang pernah mereka dapatkan dalam menerima pesan *body shaming* pada akun instagramnya.

Tabel 1.2: Fitur Instagram sebagai media penerimaan pesan Body Shaming

No	Fitur Instagram	F	Presentase
1.	Kolom komentar	283	73,70%
2.	Direct Message (DM)	64	16,67%
3.	Siaran langsung	37	9,63%
Jumlah		384	100%

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa lebih dari 50% responden pernah menerima sebuah pesan *body shaming* melalui fitur *instagram* yakni pada fitur kolom komentar pada kiriman foto/video. Kemudian, pada tabel dibawah ini merupakan hasil dari tanggapan responden terhadap dimensi *body shaming* bentuk tubuh sebagai berikut:

Tabel 1.3: Output Variabel Bentuk Tubuh

Dim.	Indi.	Total Jawaban Responden		Presentase Jawaban Reponden (%)	
		P	TP	P	TP
Bentuk Tubuh	<i>Fat Shaming</i>	232	152	60,42	39,58
	<i>Thin Shaming</i>	130	254	66,15	33,85
	Penuaan Dini	207	177	53,91	46,09
Ukuran Tinggi Badan	Ukuran Badan Pendek	199	185	51,82	48,18
	Ukuran Badan Tinggi	105	279	27,34	72,66
Warna Kulit	Warna Kulit Gelap	182	202	47,4	52,6

Dari hasil rekapitulasi pada tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa didalam variabel *body shaming* cenderung pernah dialami oleh sebagian besar responden adalah *Fat Shaming* (232 responden), penuaan dini (207 responden), badan pendek (199 responden). Selanjutnya pada tanggapan variabel *Self Confidence*, sebagai berikut:

Tabel 1.4: Output Variabel Self Confidence

Dim.	Indi.	Total Jawaban Responden		Presentase Jawaban Responden (%)	
		S	TS	S	TS
PD. Batin	Cinta Diri	341	43	88,80	11,20
	Pemikiran Positif	309	75	80,47	19,53
	Tujuan Positif	156	228	40,63	59,38
PD. Lahir	Komunikasi	225	129	66,41	33,59
	Ketegasan	202	182	52,60	47,40
	Penampilan Diri	277	107	72,14	27,86

Dari hasil rekapitulasi tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa didalam variabel *self confidence* cenderung yang setuju dialami oleh sebagian besar responden adalah cinta diri dengan jumlah responden sebanyak 341 menjawab setuju, karena mereka akan mensyukuri kondisi fisik yang diberikan oleh Tuhan dan merekapun tidak berfikir bahwa orang yang menyampaikan *body shaming* terhadap dirinya memiliki arti senang.

Uji Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik penghitungan korelasi *Product Moment* dengan alat bantu hitung statistik SPSS. Uji hipotesis dilakukan setelah dilakukannya uji asumsi, yang terdiri dari uji normalitas dan uji lineritas. Berikut adalah hasil uji normalitas dan lineritas:

- Uji normalitas, Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu hitung statistik SPSS dengan menerapkan teknik *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi atau probalitas lebih dari 0,05 ($p > 0,05$) maka sebaran data dikatakan berdistribusi normal (Siregar, 2013:153). Nilai signifikansi pesan *body shaming* dan *self confidence* sebesar 0,85 ($p > 0,05$), maka nilai tersebut menunjukan bahwa kedua variabel tersebut berdistribusi normal.
- Uji lineritas, Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan alat bantu hitung statistik SPSS dengan menerapkan teknik *Test For Linearity*. Menurut Priyatno (2010: 73) menyatakan, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$) maka sebaran data dikatakan memiliki hubungan yang linear. Nilai signifikansi variabel pesan *body shaming* dan *self confidence* sebesar 0,002 ($p < 0,05$), maka nilai tersebut menunjukan bahwa kedua variabel tersebut memiliki model yang linear.

Kemudian, hasil uji korelasi *product moment* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.5: Hasil Korelasi *Product Moment*

		Body Shaming	Self Confidence
Body Shaming	Pearson Correlation	1	.113*
	Sig. (2-tailed)		.026
	N	384	384
Self Confidence	Pearson Correlation	.113*	1
	Sig. (2-tailed)	.026	
	N	384	384

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dilihat hasil korelasi pada Tabel 1.5 menyatakan bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel diatas sebesar 0,026 yang berarti nilai p kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) yang dapat disimpulkan bahwa adanya sebuah hubungan yang signifikan antara variabel pesan *body shaming* dan variabel *self confidence*. Nilai r menunjukan nilai sebesar 0,113 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *body shaming* memiliki pengaruh korelasi yang sangat rendah terhadap variabel *self confidence* remaja perempuan di *Instagram*.

Hasil analisis korelasi menunjukan koefisien korelasi sebesar $r = 0,113$, maka dari itu dapat dilihat bahwa koefisien korelasi memiliki arah hubungan yang positif. Hal ini dibuktikan melalui nilai besarnya koefisien korelasi yakni 0,113 yang terlihatnya tanda positif meskipun memiliki korelasi yang rendah. Dengan ini, dapat diartikan bahwa pesan *body shaming* di *Instagram* berpengaruh signifikan terhadap *self confidence* remaja perempuan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian ini diterima. Sehingga, dapat dikatakannya bahwa penerimaan pesan *body shaming* berpengaruh signifikan terhadap *self confidence* remaja perempuan di

Instagram. Dan memiliki pengaruh korelasi yang sangat rendah.

Saran

• **Bagi Pengguna Instagram**

Bagi seluruh pengguna media sosial Instagram khususnya remaja perempuan yang pernah mengalami body shaming untuk tetap menghadapi sebuah pesan tersebut dengan bijak dan positif, terlebih bagi remaja perempuan yang mudah merasa cemas dan minder dengan itu diharapkan lebih meningkatkan rasa kepercayaannya kembali.

• **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Diharapkannya bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan variabel dependen lainnya yang berbeda dari variabel dampak body shaming, agar penelitian terkait *body shaming* lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Damanik, Tuti .M. 2018. Skripsi: *Dinamika Psikologis Perempuan Mengalami Body Shame*. Akses pada tanggal 23 November 2018 pukul 13.00 WIB. https://repository.usd.ac.id/30840/2/119114172_full.pdf

Krisyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rifauddin, Machsun. 2016. *Fenomena Cyberbullying Pada Remaja*. Akses pada tanggal 29 Oktober 2018 pukul 01.00 WIB. https://www.academia.edu/36522643/FENOMENA_CYBERBULLYING_PADA_REMAJA

Santrock, John. W. 2003. *Adolescence: Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian. Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.