

**PENGARUH *MEDIA EXPOSURE VIDEO ARTIFICIAL BEAUTY* UNTUK  
MENINGKATKAN *BODY ESTEEM* DAN *BODY IMAGE SATISFACTION*  
PADA REMAJA PUTRI KOTA SURABAYA**

**Nathania**

Fakultas Psikologi Universitas Surabaya

[Barbara.nathania@gmail.com](mailto:Barbara.nathania@gmail.com)

**Abstrak-** *Lowbody esteem* dan *body image dissatisfaction* merupakan permasalahan sosial yang banyak dialami oleh remaja putri usia 14-17 tahun. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, *low body esteem* dan *body image dissatisfaction* disebabkan oleh internalisasi standar kecantikan palsu oleh media yang diperkuat oleh lingkungan sosial seseorang. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh *media exposure* dan psikoedukasi melalui pesan dari media untuk membentuk *cognitive dissonance* tentang standar kecantikan untuk membentuk percaya diri dan menurunkan tingkat *body dissatisfaction* pada remaja putri dengan menggunakan metode eksperimen *pretest posttest control group design*. Eksperimen dilakukan sebanyak 6 kali sesi bertujuan untuk memberikan efek yang bersifat jangka panjang bagi subjek karena pesan yang diberikan dapat lebih terinternalisasi. Pengukuran DV dilakukan dengan menggunakan skala *body esteem* dan skala *body image*. Hasil penelitian menyatakan adanya pengaruh yang signifikan dari pemberian *treatment media exposure* terhadap peningkatan *body esteem* dan *body image satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Artificial Beauty, Media Exposure, Body Image, Body Esteem*

**Abstract-** *low body esteem* and *body image dissatisfaction* is a common problem among 14-17 years adolescence girl. According to the theories and apst research, *low body esteem* and *body image dissatisfaction* caused by artificial beauty internalisation by the consumption media and social influence that cause upward social comparison. The aim of this research is to figure out the effect of media exposure artificial beauty video to increase *body esteem* and *body image*

satisfaction among them by creating the cognitive dissonance of beauty standard. This experimental research used pretest posttest control group design. This Experiment results gift a significant result and large effect size to increase the body esteem and body image satisfaction among the adolescents.

**Keywords:** *Artificial Beauty, Media Exposure, Body Image, Body Esteem*

## **PENDAHULUAN**

Fenomena ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh yang dialami oleh remaja putri karena meningkatnya jumlah lemak pada tubuh yang dialami pada masa pubertas (Santrock, 2011). Dewasa ini, *body esteem* dan *body image dissatisfaction* merupakan permasalahan yang cukup tinggi dialami oleh remaja putri. Hal ini dibuktikan dengan adanya data penelitian yang dilakukan oleh Yuanita & Sukanto pada tahun 2013 yang membuktikan bahwa wanita yang pergi ke *Fitness Centre "X"* di Surabaya, 70% disebabkan oleh ketidakpuasan mereka terhadap bentuk tubuhnya yang bahkan mendorong mereka untuk melakukan usaha lain guna membuat tubuhnya "ideal" dengan meminum obat-obatan penurun berat badan, melakukan perawatan di klinik kecantikan, melakukan kegiatan medis sedot lemak, hingga mengurangi porsi makan. Selain itu, dalam penelitian yang sama terdapat hasil yang menyatakan bahwa ketidakpuasan bentuk tubuh paling tinggi dialami oleh tingkatan usia remaja (14-16 tahun) dan berkorelasi positif dengan tingkat kegemukan menurut skala IMT. Sedangkan pada remaja yang mengalami *underweight* hanya terdapat 1 % yang mengalami ketidakpuasan (ingin lebih gemuk agar ideal). Hal ini disebabkan karena adanya anggapan dari remaja putri bahwa tubuh yang kurus akan dapat memudahkan mereka untuk menarik perhatian lawan jenis, dan memperoleh pasangan sukses.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode eksperimen dengan desain *pretest posttest control group design* dengan prosedur sebagai berikut:

1. Pra-Eksperimen:
  - a. Memberikan *informed consent* untuk meminta persetujuan menjadi responden penelitian
  - b. Proses seleksi bagi subjek dengan membagikan *Pretest* untuk mengisi skala BES dan BI pada subjek yang memenuhi kriteria usia dan jenis kelamin hingga terkumpul +- 50 orang
  - c. Dilakukan proses *screening* pada subjek dimana subjek yang terpilih adalah subjek dengan kategori *body image & body esteem* yang sedang-sangat rendah dalam kedua alat ukur (berdasar pada norma ideal), dan kateegori *body image & body esteem* yang trendah-sangat rendah (berdasar pada norma kelompok).
  - d. Melakukan *random assignment* pada subjek yang terpilih sebanyak 30 orang untuk membagi 15 orang ke dalam kelompok kontrol dan 15 orang ke dalam kelompok eksperimen. Pada tahap selanjutnya, dilakukan proses *matching* untuk menyetarakan kondisi *baseline* subjek pada kelompok kontrol dan kelompok eksperimen.
  - e. Menetapkan jadwal pelaksanaan eksperimen untuk mengumpulkan subjek yang terpilih. Menginformasikan kalau jadwal pemberian eksperimen akan diadakan pada saat sepulang sekolah dan dilakukan sebanyak 6 kali. Eksperimen akan dilakukan selama 3 minggu sehingga terdapat 2 kali pertemuan dalam 1 minggu.

Jadwal Ekperimen yang diberikan adalah sebagai berikut:

Perencanaan jadwal yang akan ditetapkan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Rencana Jadwal Eksperimen**

Minggu ke-	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
1	-	Eksperimen 1 (+ 10 menit)	-	-	Eksperimen 2 (+ 10 menit)
2	-	Eksperimen 3 (+ 20 menit)	-	-	Eksperimen 4 (+ 20 menit)
3	-	Eksperimen 5 (+ 20 menit)	-	-	Eksperimen 6 (+ 20 menit)

2. Eksperimen:

a. Melakukan pengontrolan terhadap variabel yang dapat menjadi pengotor eksperimen yaitu: suhu ruangan, cahaya dalam ruangan, serta kesiapan LCD dan Sound. Pengontrolan dilakukan dengan mempersiapkann kondisi ruangan ber AC yang tidak terlalu dingin +- 22 derajat Celcius, Mematikan lampu bagian depan agar memperjelas tayangan dari LCD, Memastikan bahwa *speaker* dapat berfungsi dengan baik.

b. *Briefing* awal sebagai pengantar penayangan video

c. Pemberian stimulus:

Pada eksperimen 1&2: dengan memberikan video bertemakan *artificial beauty* yang berisi gambar yang menunjukkan perbedaan foto keadaan sebenarnya dari model dengan kondisi ketika ditampilkan di media periklanan dengan durasi selama +- 10 menit

Pada eksperimen 3&4: Dengan menayangkan video berisi pesan psikoedukasi tentang pengakuan dari *editor* foto pada majalah kecantikan bahwa selama ini apa yang dilihat oleh masyarakat telah mengalami *retouch* sebanyak 99%. Serta pesan dari ahli kesehatan mengenai dampak yang dapat terjadi apabila seseorang berusaha untuk mengikuti standar kecantikan palsu tersebut.

Pada eksperimen 5&6: Dengan menayangkan video psikoedukasi berupa tanggapan dari model kecantikan terkait gambar diri mereka yang termuat di media. Video ini berisi pesan psikoedukasi berupa pengakuan mereka yang merasa tidak senang karena tidak dapat mengenali citra dirinya yang termuat di media.

Selain itu, pada setiap eksperimen akan diberi juga sesi *focus group discussion* untuk menguatkan *dissonance* subjek akan standar kecantikan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Normalitas

#### Normalitas Pada KK dan KE

Kelompok Eksperimen		Kelompok Kontrol	
Data	P	Data	P
<i>Pretest</i>	0,2	<i>Pretest</i>	0,2
<i>Posttest</i>	0,2	<i>Posttest</i>	0,2

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa sebaran data bersifat normal. Untuk memperkuat hasil tersebut maka dilakukan uji normalitas pada masing-masing dimensi pada alat ukur dengan hasil sebagai berikut

### Uji Normalitas Per-Dimensi

#### Normalitas pada Dimensi DV

<i>Body Esteem</i>		<i>Body Image</i>	
<b>Data</b>	<b>P</b>	<b>Data</b>	<b>P</b>
<i>Pretest</i>	0,2	<i>Pretest</i>	0,2
<i>Posttest</i>	0,2	<i>Posttest</i>	0,2

### Uji Normalitas Per-Dimensi dalam Kelompok

#### Normalitas pada Dimensi dalam Kelompok Eksperimen

<i>Body Esteem</i>			<i>Body Image</i>		
<b>Data</b>	<b>P</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Data</b>	<b>P</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Pretest</i>	0,2	Normal	<i>Pretest</i>	0,2	Normal
<i>Posttest</i>	0,2	Normal	<i>Posttest</i>	0,164	Normal

#### Normalitas pada Dimensi dalam Kelompok Kontrol

<i>Body Esteem</i>		<i>Body Image</i>	
<b>Data</b>	<b>P</b>	<b>Data</b>	<b>P</b>
<i>Pretest</i>	0,2	<i>Pretest</i>	0,2
<i>Posttest</i>	0,99	<i>Posttest</i>	0,164

Berdasarkan data analisis pendukung yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan data konsisten memiliki sebaran yang normal.

### Uji Asumsi Homogenitas

#### Data Homogenitas

<b>Data</b>	<b>P</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Pretest</i>	0,202	Homogen
<i>Posttest</i>	0,196	Homogen

Berdasarkan data yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwa data subjek penelitian telah memenuhi uji asumsi. Sehingga, selanjutnya dapat dilakukan analisis uji hipotesis parametrik.

### Uji Hipotesis

#### Uji Beda Aspek keseluruhan

### Uji Beda antar Kelompok

Data	P	Keterangan
Kelompok Eksperimen dengan Kelompok Kontrol	0,049	Signifikan

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 diterima yaitu terdapat pengaruh *media exposure* dan psikoedukasi terhadap peningkatan skor *body image* dan *body esteem* pada remaja putri. Hasil tersebut juga diperkuat dengan:

### Uji Beda dalam Kelompok

Data	P	Keterangan
Kelompok Eksperimen	0,009	Signifikan
Kelompok Kontrol	0,3	Tidak signifikan

Hasil ini dapat memperkuat diterimanya H1 dari penelitian dimana terdapat pengaruh pemberian *treatment media exposure* dan psikoedukasi terhadap perubahan skor *pretest* dan *posttest* pada masing-masing kelompok. Dimana pada kelompok eksperimen terdapat perbedaan yang signifikan antara skor *pretest* dengan *posttest* sedangkan pada kelompok kontrol tidak ada perbedaan signifikan antara skor *pretest* dengan *posttest*

### Uji Beda Masing-Masing Aspek

#### Uji Beda Aspek

Aspek	P	
<i>Body Esteem</i>	0,86	Tidak signifikan
<i>Body Image</i>	0,66	Tidak signifikan

#### Uji Beda Aspek Kelompok Eksperimen

<b>Aspek</b>	<b>P</b>	
<i>Body Esteem</i>	0,009	Signifikan
<i>Body Image</i>	0,006	Signifikan

**Tabel 4.15 Uji Beda Aspek Kelompok Kontrol**

<b>Aspek</b>	<b>P</b>	
<i>Body Esteem</i>	0,107	Tidak signifikan
<i>Body Image</i>	0,223	Tidak signifikan

Berdasarkan hasil yang diperoleh diketahui bahwa pada masing-masing aspek, dinilai tidak signifikan sehingga untuk analisis lebih lanjut dilakukan uji *effect size*.

#### 4.5.2 Uji *Effect Size*

**Tabel 4.16 Hasil Uji *Effect Size***

<b>Keterangan</b>	<b><i>Effect Size (Cohen's d)</i></b>	
Keseluruhan	0,89	<i>Large Effect Size</i>
Aspek <i>Body Esteem</i>	0,77	<i>Large Effect Size</i>
Aspek <i>Body Image</i>	0,83	<i>Large Effect Size</i>

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji *effect size* dapat disimpulkan bahwa *treatment* yang diberikan memiliki dampak yang signifikan dengan *large effect size*

#### ***Follow-Up***

**Tabel 4.22 *Follow Up***

<b>Aspek</b>	<b>P</b>	<b>Kesimpulan</b>
<i>Body Satisfaction</i>	0,335	Tidak ada perbedaan
<i>Body Esteem</i>	0,405	Tidak ada perbedaan
<i>Body Image</i>	0,353	Tidak ada perbedaan

Data tersebut merupakan hasil perbandingan / uji beda antara kondisi subjek pada kelompok eksperimen saat sesudah diberikan *treatment* dengan kondisi subjek pada 2 minggu setelahnya. Berdasarkan data tersebut, dapat



diinterpretasikan bahwa hasil *follow up* subjek memiliki kondisi yang menetap selama 2 minggu setelah pemberian *treatment* usai. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *treatment* yang diberikan dapat memberikan efek yang bersifat jangka panjang.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Implikasi pada teori peningkatan *body esteem* dan *body image satisfaction* dapat dilakukan secara efektif dengan menggunakan media sebagai pembentuk kesadaran akan kecantikan palsu/ *artificial* dan psikoedukasi sebagai pembentuk keyakinan subjek bahwa standar kecantikan yang dianut oleh lingkungan sosial mereka tidak nyata. Pada penelitian ini dibuktikan dengan pengaruh pemparan media dan psikoeduasi yang signifikan dan effect size yang besar.

Penelitian ini berhasil menjawab tujuan untuk memecahkan permasalahan *low body esteem* dan *body image dissatisfaction* yang banyak dipicu oleh media sehingga alternatif pencegahan dan pengobatan distorsi kognitif *low body esteem* dan *body image dissatisfaction* dapat diberikan melalui media itu sendiri.

Penelitian ini berhasil menjawab tujuan untuk memecahkan rendahnya *body esteem* dan *body image* yang banyak dipicu oleh *upward social comparison* oleh lingkungan sekitar sehingga alternatif pencegahan dan pengobatan distorsi kognitif *body dissatisfaction* dapat diberikan melalui video *artificial beauty*.

Saran yang dapat diberikan bagi penelitian selanjutnya adalah:

1. Temuan riset menunjukkan efektifitas penggunaan media sehingga dapat dikembangkan model penecegahan dan *counter dissonance* melalui media untuk mencegah rendahnya skor *body image* dan *body esteem* pada remaja putri.
2. Saran bagi riset selanjutnya adalah untuk melakukan replikasi dengan menerapkan stimulus dan prosedur yang sama pada subjek dengan kriteria

yang sama (usia 15-17 tahun) tetapi dengan *sample size* yang lebih memadai sehingga generalisasi dapat dilakukan.

## PUSTAKA ACUAN

- Akrivou K. (2013). *Self Ideal and Self Complexity: The Constructs, Their Positive Role For Adult Ego Development and Their Relationship*. United Kingdom: Henley
- Braet et. al. (2008). *Body Dissatisfaction and Thin Ideal Internalisation among Adolescents*.
- Dittmar H, Halliwell E & Ive S. (2006). Does Barbie Make Girls want to Be Thin? The Effect of Experimental Exposure to Images of Dolls on the Body Image of 5- to 8-Year-Old Girls. *Developmental psychology*, 42(2), 283-292.
- Festinger L. (1962). *A Theory of Cognitive Dissosonance*. Simply Psychology: <https://www.simplypsychology.org/cognitive-dissonance.html>
- Grabe S & Ward LM. (2008). The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. *Psychological Bulletin* 2008 Vol. 134, No.3, pg 460-476
- Haliwell et.al. (2011). Body dissatisfaction: Can a short media literacy message reduce negative media exposure effects amongst adolescent girls? *British Journal of Health, Psychology* (2011) Vol 16, pg 396-403.
- Handoko T. (2005). Maskulinitas Perempuan dalam Iklan dalam Hubungannya dengan Citra Sosial Perempuan Ditinjau dari Perspektif Gender. *Nirmana* Vol 7, No. 1, Januari 2005 pg. 85-98.
- Jansen et al. (2008). Mirror exposure reduces body dissatisfaction and anxiety in obese adolescents: A pilot study. *Appetite* 2008 Vol. 51 pg 214-217.
- Kartikasari, NY. (2013). *BODY DISSATISFACTION TERHADAP PSYCHOLOGICAL WELL BEING PADA KARYAWATI*. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan* Vol. 01 No. 02, Agustus 2013
- Mukhlis A (2013). Berfikir Positif pada Ketidakpuasan Citra Tubuh (*Body Image Dissatisfaction*). *Psikoislamika*, Vol 10 no.1 tahun 2013.
- Neuman W L (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches Seventh Edition*. London: Pearson Education
- Rice et al. (2016). Exposure to Barbie: Effects on thin-ideal internalisation, body esteem, and body dissatisfaction among young girls. *Body image* 2016 Vol.19 pg 142-149.
- Santrock JW (2011). *Perkembangan Masa-Hidup*. Edisi ketigabelas Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Slater et.al (2006). *Thin Ideal Internalisation and Body Dissatisfaction*. *Body image* 2006 Vol.02 pg 143-149.

Sunartio L, Sukamto ME, Dianovinina K.(2012). *Social Comparison dan Body*

*Dissatisfaction pada Wanita Dewasa Awal. Humanitas, Vol. 9 No.2*

*Agustus 2012 pg 157-168.*

Sonneville et.al. (2012). *Body Satisfaction, Weight Gain, and Binge Eating Among Overweight Adolescent Girls. International journal of business ethics, Vol. 47 No.7 pg. 944-949.*

Vonderen KE & Kinnaly W. (2012). *Media Effects on Body Image: Examining Media Exposure in the Broader Context of Internal and Other Social Factors. American Communication Journal 2012 SPRING Vol. 14, pg 41-57*

Widiarso W. (2014). *Blueprint Skala Body Image. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada*

Yuanita H & Sukamto ME.(2013). *Fenomena Body Dissatisfaction Pada*

*Perempuan Anggota Fitness Centre. Jurnal Psikologi Teori & Terapan*

*2013, Vol.4, No.1, pg 12-23.*