BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1. Definisi Body Image

Papalia et al., (2009) mendefinisikan *body image* ialah keseluruhan penilaian dan deskripsi seseorang terhadap penampilan fisiknya. Definisi tersebut menjelaskan jika *body image* berasal dari pemikiran individu mengenai penampilan yang berasal orang lain. Selain itu, menurut Grogan (2017) *body image* ialah persepsi, gagasan, dan emosi seseorang mengenai tubuhnya sendiri. Hal tersebut menjelaskan jika *body image* ialah penilaian dan pemikiran individu mengenai tubuhnya sendiri tanpa memikirkan pandangan dari orang lain. Definisi lain dari *body image* ialah kepercayaan, pemikiran, persepsi, perasaan, dan perilaku individu tentang tubuhnya (Cash & Pruzinsky, 2002). Kemudian, Cash dan Pruzinsky (2002) juga menjelaskan setiap individu memiliki penilaian terhadap *body image* berupa penilaian negatif atau positif terhadap sikap dan perasaan individu terhadap bentuk tubuhnya. Dari definisi tersebut menjelaskan jika *body image* tidak hanya persepsi, pemikiran, dan kepercayaan individu. Tetapi, juga melibatkan perasaan dan perilaku individu mengenai tubuhnya. Selain itu, terdapat *body image* negatif dan positif yang menjadi kategori pada *body image.*

Pemaparan sebelumnya, teori yang dipilih peneliti ialah teori yang dijelaskan oleh Cash dan Pruzinsky (2002) karena definisi yang digunakan menjelaskan perasaan dan perilaku individu mengenai tubuhnya tidak hanya pemikiran dari individu maupun orang lain. Selain itu, terdapat kategori *body image* yang dapat diteliti lebih lanjut yaitu kategori *body image* positif dan negatif. Teori dari Cash dan Pruzinsky (2002) banyak digunakan oleh peneliti yang melakukan riset mengenai *body image.* Seperti, riset di Indonesia sebanyak 431 penelitian lima tahun terakhir periode 2019 sampai 2023 yang menggunakan teori *body image* yang dikemukakan oleh (Cash & Pruzinsky, 2002).

2.1.2. Dimensi Body Image

Lima dimensi *body image* yang dinyatakan oleh (Cash & Pruzinsky, 2002), yaitu:

a. *Appearance evaluation*

Mengevaluasi penampilan keseluruhan individu dan mengidentifikasi sejauh mana individu puas atau tidak puas dengan penampilan mereka secara umum.

b. *Appearance orientation*

Menilai berapa banyak upaya yang diupayakan setiap individu untuk memperbaiki penampilan.

c. *Body area satisfaction*

Kebahagiaan berdampak pada bentuk fisik seseorang, baik itu tubuh bagian atas (bahu, lengan, dada), tubuh bagian bawah (kaki, pinggul, paha), wajah, atau seluruh tubuh.

d. *Overweight preoccupation*

Ketakutan individu terhadap kegemukan. Berfokus pada pola makan yang terbatas dan kesadaran berat badan.

e. *Self-classified weight*

Pengklasifikasian berat badan individu dan bagaimana individu melabeli ukuran tubuhnya.

2.1.3. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Body Image*

Cash dan Pruzinsky (2002), *body image* dipengaruhi oleh tiga faktor. Faktor-faktor tersebut adalah:

a. Jenis Kelamin

Perempuan lebih condong mempunyai ketidakpuasan secara fisik secara umum dan *body image* yang negatif dibandingkan laki-laki. Selain itu, laki-laki lebih peduli terhadap massa otot dan Perempuan condong peduli terhadap kelebihan pada berat badan (Longe, 2008).

b. Media Massa

Tiggeman (sebagaimana dikutip dalam Cash & Pruzinsky, 2002) menjelaskan representasi perempuan dan laki-laki yang ideal di media massa ialah seseorang terkenal yang dapat memengaruhi cara individu memandang tubuh mereka.

c. Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal sering digunakan sebagai perbandingan untuk mengevaluasi diri mereka sendiri dibandingkan orang lain. Citra diri seseorang, termasuk perasaannya terhadap penampilannya, dipengaruhi oleh umpan balik yang diterimanya (Cash & Pruzinsky, 2002). Menurut Doon dan Gooke (sebagaimana dikutip dalam Cash & Pruzinsky, 2002) Umpan balik terkait penampilan membentuk konsepsi individu tentang bagaimana membandingkan dirinya dengan orang lain. Ini ialah proses yang digunakan dalam pengajaran di mana individu mengevaluasi daya tarik fisik mereka sendiri. Emosi dan pikiran mengenai tubuh bermula dari tanggapan orang lain.

2.2.1. Definisi *Celebrity Worship*

Celebrity worship ialah praktik pemujaan seseorang yang menarik perhatian publik dan dikenal oleh masyarakat umum dan media (Yue dan Cheung, 2000). Mengenai definisi tersebut *celebrity worship* diartikan terjadi pada figur yang terkenal secara luas oleh publik dan media. Figur yang dikenal secara luas oleh media tidak terbatas hanya untuk selebriti, namun termasuk figur lain, seperti olahragawan dan politikus. Selain itu, definisi lain menurut McCutcheon et al., (2002) ialah perilaku obsesif dengan satu atau beberapa selebriti dari orang-orang dengan identitas yang dianggap utuh. Definisi tersebut menjelaskan jika *celebrity worship* terjadi pada seseorang yang hanya menyukai selebriti dengan wujud yang utuh atau nyata.

Definisi lain menurut Maltby et al., (2004) *celebrity worship* ialah kegiatan menyenangi selebriti yang digambarkan sebagai perilaku obsesi terhadap sesuatu dan dapat memengaruhi kehidupan pengemar. *Celebrity worship* digambarkan pada sebuah hubungan parasosial yang terjadi satu arah

dimana individu mengetahui sosok tersebut, tetapi yang lainnya tidak. Definisi tersebut menjelaskan jika *celebrity worship* juga dapat terjadi pada selebriti dalam bentuk fiksi sesampai terbentuknya hubungan parasosial. Peneliti memilih teori yang Maltby et al., (2004) kemukakan karena definisi yang telah dijelaskan sebelumnya lebih komprehensif. Dan alasan lain peneliti memilih teori tersebut dikarenakan teori Maltby et al., (2004) merupakan merupakan pengembangan teori *celebrity worship* yang pertama yang dikemukakan oleh (McCutcheon et al., 2002) dan merupakan teori terbaru dari kedua teori lainnya yang memiliki dimensi yang berupa tingkatan, yaitu *entertainment social, intense personal,* dan *borderline pathological.* Selain itu, teori Maltby et al., (2004) banyak digunakan oleh peneliti yang melakukan riset mengenai *celebrity worship.* Seperti, riset di Indonesia yang diteliti oleh Adiesia dan Sofia (2021) mengenai gambaran *celebrity worship* dan *psychological well being* pada wanita dewasa awal penggemar korean pop. Selain itu, terdapat riset lain yang diteliti oleh Anastasia et al., (2020) mengenai pengaruh *celebrity worship* terhadap *compulsive purchase* pada penggemar JKT48 di wilayah Jabodetabek.

2.2.2. Dimensi *Celebrity Worship*

Maltby et al., (2005) bahwa terdapat tiga dimensi yang dimiliki oleh *celebrity worship* yang dapat dinyatakan sebagai tahapan:

a. *Entertainment-social*

Entertainment-social ialah tingkat paling rendah pada *celebrity worship* yang yang ditunjukkan oleh tindakan, sikap, atau minat penggemar terhadap apa yang selebriti kesukaannya lakukan. Keterlibatan penggemar dengan selebriti hanya bertujuan untuk hiburan semata. Penggemar melakukan pencarian informasi secara aktif mengenai selebriti mereka dan senang berbicara dengan penggemar lain tentang kegiatan yang selebriti tersebut lakukan.

b. *Intense-personal feeling*

Intense-personal feeling ialah ialah tingkat kedua pada *celebrity worship* yang ditandai dengan perasaan yang kuat dan

kompulsif terhadap selebriti yang disukainya. Penggemar akan merasakan hubungan yang kuat dengan sang selebriti. Perihal tersebut membuat individu penasaran dengan setiap aspek kehidupan selebriti, bahkan ruang pribadinya. Penggemar merasa sedih jika selebriti tersebut gagal dan akan merasa marah atau defensif jika ada yang menghina selebriti tersebut.

c. *Borderline- pathological*

Borderline- pathological ialah tingkatan yang paling esktrem pada *celebrity worship* yang mencerminkan perilaku patologis penggemar terhadap selebriti. Penggemar mulai menjadi irasional dan memiliki pemikiran yang tidak terkendali karena mulai berkhayal dan berfantasi memiliki hubungan yang khusus dengan selebriti kesukaannya. Hal tersebut akan membentuk hubungan parasosial dimana hubungan yang bersifat satu arah yang membuat penggemar merasakan jalinan hubungan yang kuat dengan selebriti.

2.2.3. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi *Celebrity Worship*

Terdapat tiga faktor yang memengaruhi *celebrity worship* (Maltby et al., 2006). *Yaitu:*

a. Usia

Celebrity worship menyentuh puncaknya pada awal sampai akhir masa remaja dan kemudian menurun saat individu mendekati masa dewasa awal.

b. Pendidikan

Individu yang pendidikannya condong rendah biasanya melakukan celebrity worship berbeda dengan yang mempunyai pendidikan lebih tinggi. Individu yang mempunyai pendidikan yang tinggi mengagumi selebriti melalui kepribadian yang amat baik, atau individu tersebut menilai jika selebriti tersebut tidak lebih baik maupun pintar dibandingkan dengan individu tersebut, maka individu akan dapat mengurangi memuja idola secara berlebihan.

c. Jenis kelamin

Laki-laki menggemari tokoh idola pada bidang olahraga, lalu perempuan biasanya banyak menggemari idolanya di dunia hiburan. Tetapi, perempuan biasanya condong melakukan celebrity worship daripada laki-laki

2.3 Kerangka Berpikir

Penggemar Kpop di Indonesia memiliki jumlah penggemar yang cukup banyak dimana penggemar Kpop di Indonesia sejumlah 92% didominasi oleh perempuan, 40,7% berusia 20-25 tahun (Triadanti, 2019). Kebanyakan penggemar perempuan menyukai *girl group* Kpop karena penampilan atau *visual* yang ditunjukkan oleh selebriti tersebut. Standar kecantikan atau *visual* yang dihadirkan membuat penggemar ingin memiliki wajah atau bentuk tubuh seperti selebriti kesukaannya. Banyak perempuan penggemar Kpop yang menjadikan *girl group* Korea Selatan menjadi sebagai salah satu standar atau konsep kecantikan yang mereka inginkan (Mellicia & Utami, 2022). Penampilan menarik masih sangat dihargai, dan ketika perempuan tumbuh dewasa dan tidak memenuhi harapan akan kecantikan, hal ini menyebabkan mereka tidak puas dengan penampilan fisik mereka. Hal ini dikenal sebagai *body image*.

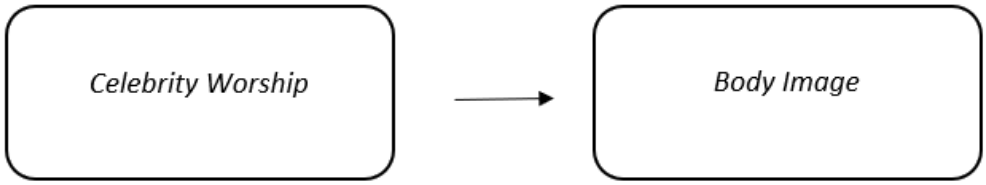
Body image adalah kepercayaan, pemikiran, persepsi, perasaan, dan perilaku individu tentang tubuhnya (Cash & Pruzinsky, 2002). Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi *body image* seseorang, seperti hubungan interpersonal, media massa, dan jenis kelamin (Cash & Pruzinsky, 2002). Media adalah salah satu faktor dari *body image*. Tubuh "ideal" sering kali digambarkan di media sebagai wujud selebriti atau model. Ketidakpuasan terhadap tubuh meningkat seiring dengan banyaknya waktu yang dihabiskan untuk melihat bentuk tubuh yang "ideal". Penelitian yang dilakukan oleh Vartanian dan Giant (sebagaimana dikutip dalam Sheldon, 2010) menunjukkan bahwa ketika terpapar pesan media, tingkat penampilan fisik ideal seseorang merupakan prediktor paling signifikan terhadap ketidakpuasan terhadap tubuh secara keseluruhan.

Tiggeman (sebagaimana dikutip dalam Cash & Pruzinsky, 2002) menjelaskan representasi yang ideal di media massa ialah seseorang terkenal yang dapat memengaruhi cara individu memandang tubuh mereka. Ini dapat diartikan jika eksposur media yang diterima perempuan dewasa awal penggemar *girl group* Kpop memengaruhi *body image* mereka. Selebriti digunakan dalam proses perbandingan sosial dan memberikan informasi tentang standar kecantikan masyarakat, serta *celebrity worship* dikaitkan dengan keinginan yang lebih besar untuk mengubah fisik seseorang agar sesuai dengan standar tersebut dan ditemukan jika *body image* yang negatif disebabkan oleh *celebrity worship* (Swami et al., 2009).

Celebrity worship adalah kegiatan menyenangi selebriti yang digambarkan sebagai perilaku obsesi terhadap sesuatu dan dapat memengaruhi kehidupan pengemar (Maltby et al., 2004). Untuk memastikan bahwa penggemar tidak ragu menginvestasikan uang, waktu, atau tenaga untuk mendapatkan tubuh seperti idolanya, media memainkan peran penting dalam memfasilitasi hubungan penggemar dengan selebriti favoritnya. Standar kecantikan yang ditunjukkan oleh *girl group* Kpop tidak terlepas oleh peranan media sosial. Media sosial sendiri ialah bagian dari media massa yang dikembangkan dari teknologi yang dapat dilihat dan diakses oleh jutaan orang secara gratis (Nur, 2021). Eksposur media memberikan dampak negatif bagi penggemar untuk membandingkan tubuhnya dengan selebriti kesukaannya sampai melakukan usaha seperti diet ekstrim yang dapat memicu gangguan makan (Tresna et al., 2021).

Asumsi pada riset ini juga sejalan dengan riset yang dilakukan Livia (2021) sebelumnya telah ditemukan bahwa terdapat hubungan negatif antara *celebrity worship* dengan *body image* pada mahasiswi dewasa awal penggemar K-pop di Jakarta. Dengan demikian, perempuan dewasa awal penggemar *girl group* Kpop yang memiliki *body image* negatif terindikasi memiliki *celebrity worsip* pada tahapan yang tinggi. Berdasarkan pada penjelasan diatas maka peneliti melakukan riset untuk mengetahui apakah

terdapat pengaruh antara *celebrity worship* dengan *body image* pada perempuan dewasa awal penggemar *girl group* Kpop.



***Gambar* 2.1 Kerangka Berpikir**

2.4 Hipotesis

Hipotesis riset ini didasarkan pada penjelasan dan teori yang telah diuraikan :

H_0: Tidak ada pengaruh *celebrity worship* terhadap *body image* pada perempuan dewasa awal penggemar *girl group* Kpop.

H_a: Terdapat pengaruh yang signifikan *celebrity worship* terhadap *body image* pada perempuan dewasa awal penggemar *girl group* Kpop.