

Dampak Media Sosial Terhadap Rasa Percaya Diri Terkait Citra Tubuh Generasi Z Dikota Cimahi

Ageng Saepudin Kanda S¹, Ayu Oktaviani²

¹⁻²Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

agengsaepudin@digitechuniversity.ac.id, ayu10121692@digitechuniversity

ABSTRAK

Generasi Z merupakan kelompok yang banyak menggunakan media sosial. Perkembangan teknologi dan kehadiran media sosial telah memainkan peran penting dalam membentuk persepsi mereka terhadap citra tubuh. Kota Cimahi, sebagai contoh dari lingkungan yang berkembang, menyediakan konteks yang menarik untuk memahami bagaimana media sosial mempengaruhi persepsi diri dan rasa percaya diri Generasi Z terkait citra tubuh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksploratif dengan pendekatan teori fenomenologi. Teori ini digunakan untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang bagaimana subjek memahami dan memandang dunia di sekitar mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Gen Z atau individu yang berada di rentang usia 13-28 tahun di Kota Cimahi menyikapi dampak media sosial terhadap kepercayaan diri dan citra tubuh. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan hiburan berbasis web di media sosial secara keseluruhan mempengaruhi wawasan diri gen Z dalam hal persepsi diri dan keberanian mereka. Berdasarkan wawancara mendalam kepada 30 subjek di Kota Cimahi yang memenuhi kriteria menyatakan beberapa orang mengalami perasaan tidak aman dan rendah diri ketika dihadapkan pada standar kecantikan yang tidak realistis dan dibandingkan dengan konten media sosial. Tekanan yang didapatkan dari komentar di medial sosial mempengaruhi psikologis individu tersebut yang menyebabkan penurunan rasa percaya diri bahkan hingga depresi. Hasilnya, penelitian ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana citra tubuh dan kepercayaan diri Generasi Z dipengaruhi oleh media sosial di Kota Cimahi.

Kata Kunci: Citra Tubuh, Generasi Z, Media Sosial, Rasa Percaya Diri

ABSTRACT

Generation Z is a group that uses social media a lot. Technological developments and the presence of social media have played an important role in shaping their perceptions of body image. The city of Cimahi, as an example of a developing environment, provides an interesting context for understanding how social media influences Generation Z's self-perception and self-confidence regarding body image. . This research uses an exploratory qualitative method with a phenomological theory approach. This theory is used to obtain a comprehensive understanding of how subjects understand and view the world around them. The aim of this research is to find out how Gen Z or individuals aged 13-28 years in Cimahi City respond to the impact of social media on self-confidence and body image. The results of this research show that the use of web-based entertainment on social media as a whole influences Gen Z's self-knowledge in terms of their self-perception and courage. Based on in-depth interviews with 30 subjects in Cimahi City who met the criteria, it was stated that some people experienced feelings of insecurity and low self-esteem when they imagined unrealistic beauty standards and compared them with social media content. The pressure that comes from comments on social media affects the individual's psychology, causing a decrease in self-confidence and even depression. As a result, this research provides more understanding about how Generation Z's body image and self-confidence are influenced by social media in Cimahi City.

Keywords: Body Image, Generation Z, Self-Confidence, Social Media

Pendahuluan

Hiburan berbasis web melalui media sosial dianggap seperti panggung terkomputerisasi dimana memungkinkan setiap klien untuk berbaur secara efektif. Individu biasanya melakukan berbagai aktivitas melalui hiburan berbasis web, seperti berbicara dengan orang lain, memberikan informasi, atau mengunggah foto dan rekaman singkat. Hiburan *virtual* sendiri pada dasarnya penting untuk perkembangan web. Bertahun-tahun yang lalu, hiburan berbasis web sangat luas jangkauannya dan secepat apa pun saat ini. Hal ini memungkinkan individu untuk memanfaatkan hiburan *virtual* untuk terhubung dengan web untuk berkomunikasi satu sama lain atau dengan memberikan data kepada orang lain. (Astuti, 2021)

Teknologi dan inovasi kini semakin pesat, ibarat raksasa yang sedang berlari, siapa pun yang tidak bisa mengikutinya akan ditinggalkan dan tergecet oleh perkembangan zaman. Kemajuan media harus terlihat melalui kemampuan komunikasi luas yang ada saat ini, peralihan dari media sederhana ke media maju. Selanjutnya, perubahan wajah dan perubahan pembangunan manusia, sebuah siklus yang sebelumnya lamban dan memerlukan interaksi yang panjang, kini menjadi sangat sederhana dan cepat. Dunia kini dianggap telah memasuki periode 4.0 dari periode 3.0 dan 2.0, dan data dibagikan serta disimpan dalam kerangka informasi raksasa yang disebut kabut. Hal ini cenderung terlihat bahwa data tidak dapat dibagi kepada orang-orang. Hal ini menjadi semakin jelas dengan berkembangnya hiburan *virtual* yang memudahkan individu untuk berhubungan dan berinteraksi satu sama lain. (Prisgunanto, 2015)

Dasarnya media sosial merupakan rangkaian perkembangan terkini dari inovasi jaringan berbasis web baru untuk memudahkan semua orang menyampaikan, mengambil bagian, menawarkan dan menyusun organisasi online sehingga mereka dapat menyebarkan konten mereka. Media sosial seperti blog, tweet, atau video YouTube dapat diduplikasi dan dalam hitungan detik dapat diakses oleh banyak orang secara gratis. (Azizan, 2016)

Medsos atau media sosial adalah instrumen khusus yang menghubungkan orang dengan orang lain. Hiburan *online* menghilangkan batasan interaksi sosial karena tidak ada batasan realitas dalam hiburan *virtual* dan individu dapat menyampaiannya dalam berbagai kondisi. Tidak dapat disangkal bahwa hiburan berbasis web sangat mempengaruhi kehidupan saat ini. Karena hiburan *online* ada di mana-mana, hampir semua orang di seluruh dunia mengetahui, memahami, dan menggunakan hiburan berbasis web. (Azizan, 2016)

Gen Z dikenal sebagai generasi Internet yang selalu tersambung dengan dunia maya dan dapat menggunakan kemajuan mode yang tersedia untuk menyelesaikan tanggung jawab apa pun. Berdasarkan beberapa data yang didapat, gen Z memiliki peluang yang tidak biasa namun juga memiliki kendala yang luar biasa. Salah satu kelebihan mereka yang termasuk gen Z adalah mereka mengenal dunia di era Internet, dan orang-orang lebih mengenal penggunaan Internet dan hiburan *virtual*. Usia Z dapat memanfaatkan ini dan menggunakan Internet dan hiburan online untuk memulai pergaulan. Namun, pengalihan *virtual* juga dapat berdampak buruk pada seseorang jika tidak diatur dengan baik. Usia Z memiliki akses yang sulit terhadap web dan perlu mencari tahu agar mereka dapat memanfaatkan dampak positif fan negatif yang ada didalamnya. (Lina et al., 2021)

Saat ini ada banyak jenis hiburan *virtual*, namun cara penggunaannya hampir sama, khususnya untuk antarmuka dan menawarkan banyak hal. Gen Z saat ini menguasai klien hiburan berbasis web yang dinamis. Sebagai salah satu usia sosial utama yang dihadirkan ke web dan inovasi terkomputerisasi yang ringkas sejak awal, kehidupan sehari-hari Gen Z dipengaruhi secara signifikan oleh hiburan *virtual*. Salah satu dampak hiburan *virtual* pada Usia Z adalah kepastian identitas yang sehat dalam citra tubuh melalui hiburan berbasis web. (Andini, 2023)

Inovasi korespondensi saat ini berkembang pesat dan memberikan dampak positif di berbagai bidang, misalnya saja di bidang sosial, keuangan, sosial, pendidikan, politik, dan berbagai bidang lainnya yang dapat diakses melalui hiburan berbasis web. Pada masa sekarang, ketika ingin menyampaikan tidak hanya diakhiri dengan pertemuan saja, namun cenderung diakhiri dengan memanfaatkan hiburan berbasis web yang dapat mempertemukan kita dengan klien hiburan online

lainnya tanpa perlu bertemu. Saat ini ada sejumlah aplikasi media sosial baru, antara lain Instagram, Snapchat, Instagram, bahkan TikTok yang sedang viral. Berbagai aplikasi ini sebenarnya cukup terkenal saat ini, baik masyarakat Indonesia maupun seluruh masyarakat di dunia. Ketika hiburan online benar-benar digandrungi oleh masyarakat, hal ini tentu ingin memicu perubahan kualitas persahabatan dan sosial di mata masyarakat, terutama bagi sebagian anak muda yang selalu mengakses hiburan virtual.

Unsur-unsur aktivitas masyarakat mengalami pergantian peristiwa yang sangat cepat. Asimilasi dengan dampak inovasi data merupakan kekhasan yang mendorong perubahan ini. Keleluasaan individu dalam menyampaikan pemikiran, analisis, bahkan gagasan dapat diukur pada setiap kesempatan melalui berbagai media yang digunakan. (Cahyono, 2016)

Ada beberapa contoh aplikasi hiburan berbasis web yang sangat populer, khususnya: YouTube, media sosial, *Web based Gaming*, dan sebagainya. Hiburan *online* dapat memberi perubahan terhadap pada individu seseorang, antara lain karakter, imajinasi, wawasan, dan kemampuan interaktif. Hiburan *online* saat ini tidak sekedar menyampaikan informasi kepada masyarakat jauh, hiburan berbasis web kini menjadi media pengalih perhatian, media gaya hidup, media bisnis, dan yang mengejutkan, media pendidikan. Selain keuntungan positifnya dalam bekerja dengan korespondensi, hiburan *virtual* sering kali disebut sebagai alasan cara berperilaku tersendiri bagi kliennya. Hal ini terjadi karena web merupakan media korespondensi yang cerdas sehingga menyebabkan klien merasa sedang menyampaikan pesan secara dekat dan personal seolah-olah berada di dunia nyata, padahal hal tersebut hanya terjadi di internet (Palupi, 2020)

Keberanian atau rasa percaya diri ada pada kapasitas dan penilaian seseorang untuk menyelesaikan pekerjaan dan melacak kecukupan strategi yang diperlukan. Keberanian akan mendorong hal-hal positif ketika seseorang memiliki harapan dan mengakui kemampuannya untuk menghadapi segala sesuatu tentang dirinya dan keadaannya saat ini secara terbuka dan tanpa ragu-ragu. Suryabrata mengatakan, ketika keadaan dan cara hidup seseorang tidak sama dengan individu normal, maka akan timbul perasaan tidak berguna dan tertekan bila dibandingkan dengan individu lain yang memiliki susunan fisik dan cara hidup ideal. (Adawiyah, 2020)

Rasa percaya diri merupakan aspek kepribadian yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Orang yang percaya diri percaya pada kemampuannya, memiliki ekspektasi yang realistis, dan meskipun harapannya tidak terwujud, mereka tetap menjaga sikap positif dan mampu menerimanya. Menurut Thantaway dalam *Dictionary of Guidance and Counseling Terms* (2005:87), rasa percaya diri adalah kondisi mental atau psikologis seseorang yang memberikan rasa percaya diri yang kuat untuk bertindak atau mengambil tindakan. Orang yang tidak percaya diri mempunyai konsep diri yang negatif dan kurang percaya diri terhadap kemampuannya sehingga sering menutup diri.

Pada kali ini subjek penelitian yang dipilih merupakan generasi Z di kota Cimahi, yang mana sedang dalam masa pertumbuhan menjadi pribadi yang memiliki jati diri (remaja). Menurut observasi dari fenomena yang terjadi, generasi Z saat ini kecanduan atau ketergantungan dengan media sosial. Kebanyakan dari generasi Z yang identik dengan gawai yang hampir 24 jam berada pada genggaman dan sangat sibuk menjelajahi dunia virtual seolah-olah tidak hari esok. Hal ini berdampak pada kehidupan sehari-hari mereka sebagai pengguna media sosial, salah satunya pengaruh terhadap rasa kepercayaan diri terkait citra tubuh orang tersebut karena banyaknya hal yang dilihat di media sosial dan membandingkannya dengan apa yang mereka miliki. (Azizan, 2016)

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab masalah yang ada terhadap dampak rasa media sosial terhadap rasa percaya diri terkait citra tubuh pada gen z di Kota Cimahi, faktor apa yang membuat hal itu berdampak dan solusi menghadapinya. Dampak fenomena tersebut kepada mereka yang aktif atau pasif dalam penggunaan media sosial berbeda atau tidak. Jenis konten apa saja yang diakses gen z sehingga ada penurunan rasa percaya diri dan cara menghadapinya.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian kualitatif eksploratif digunakan dalam penelitian ini. Creswell, 2014) memahami bahwa pemeriksaan subjektif eksploratif adalah suatu cara untuk menyelidiki dan memahami pentingnya orang atau kelompok dalam menjawab permasalahan sosial atau kemanusiaan. Carmel (dalam Howitt, 2010) juga memahami bahwa pemeriksaan subjektif eksploratif dilakukan untuk menghasilkan data dan informasi di wilayah yang belum diselidiki. Pendekatan ini mencari informasi dan pemikiran mendasar di bidang baru. Pertanyaan terbuka digunakan dalam metode penelitian kualitatif eksploratif ini, yang dilengkapi dengan observasi.

Pemeriksaan subjektif eksploratif ini lebih lanjut bertujuan pada teori fenomenologis. (Creswell, 2014) mengartikan bahwa penelitian fenomenologis merupakan konfigurasi inkuiri yang dimulai dari penalaran dan ilmu otak dimana para spesialis menggambarkan pertemuan pendidikan individu tentang suatu kekhasan yang dipahami oleh subjek atau sumber itu sendiri. Desain kualitatif eksploratif fenomenologis digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan pemahaman komprehensif tentang topik di area yang terabaikan ini.

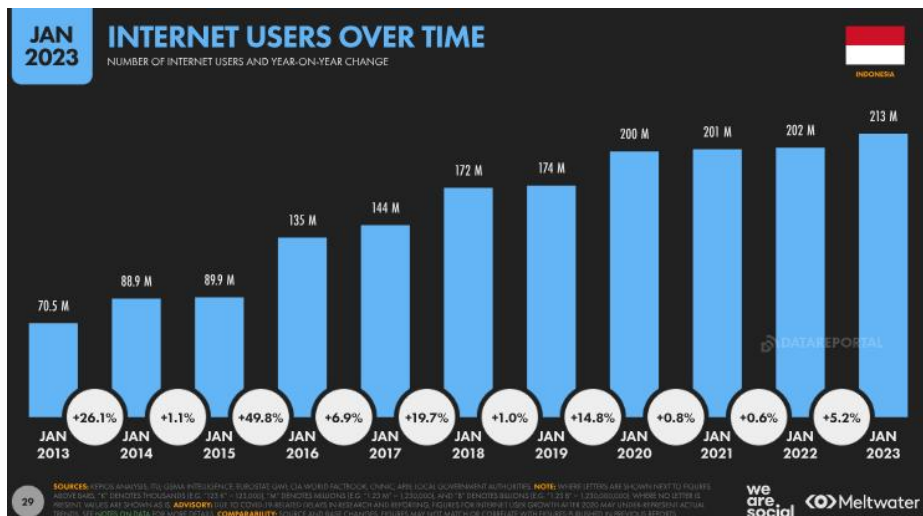
Teknik Accidental Sampling digunakan dalam penelitian ini. (Creswell, 2014) memahami bahwa Inadvertent Testing atau Accommodation Inspecting adalah subjek yang menangani kelompok yang dipilih dengan sengaja berdasarkan kenyamanan dan kesiapan mereka. Diharapkan dapat mempermudah para spesialis dalam mengakses dan mencari informasi sesuai dengan target penelitian. Masyarakat yang menjadi subjek pemeriksaan ini adalah masyarakat usia Z yang berada di wilayah Kota Cimahi. Orang-orang yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010 (gen z), menggunakan media sosial, tinggal di Kota Cimahi, berasal dari berbagai latar belakang, serta sadar akan body image dan rasa percaya diri menjadi kriteria subjek yang dipilih. Strategi pengumpulan informasi yang digunakan adalah pertemuan terbuka dan persepsi.

Hasil dan Pembahasan

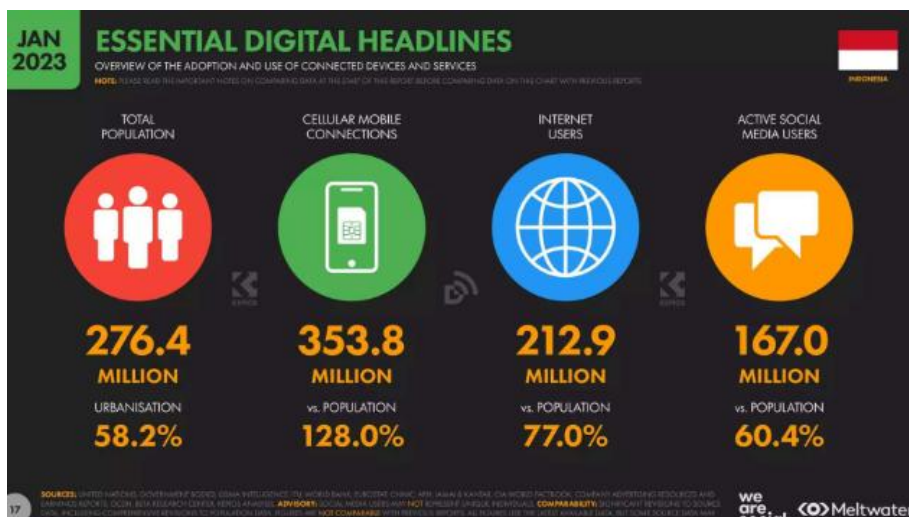
Media Sosial

Van Dijk dan Nasrullah (2015) berpendapat bahwa media sosial merupakan panggung media yang menyoroti kehadiran penggunanya, sehingga memudahkan mereka untuk melakukan latihan dan bekerja sama. Meike dan Youth mengkarakterisasi istilah hiburan berbasis web dalam Nasrullah (2015) sebagai media terbuka yang menyatukan komunikasi antar manusia, khususnya terbagi antar manusia (berbagi secara seimbang) dan dibagikan kepada siapa pun, tanpa mempedulikan batasan. Boyd dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa hiburan *online* adalah sekumpulan individu yang menjadi sebuah area lokal dan dapat berbagi, berbagi dan kesana kemari berkomunikasi satu sama lain, bekerja atau bermain bersama. Hiburan berbasis web memiliki kekuatan konten yang diproduksi klien (UGC), khususnya kepuasan yang dibuat oleh klien, bukan oleh asosiasi komunikasi luas. Umumnya dengan hadirnya hiburan *online*, latihan perdagangan data bisa terjadi.

Meningkatnya penggunaan internet dan media sosial dari tahun ke tahun di Indonesia telah memberikan pintu terbuka yang luar biasa bagi siapa pun untuk menumbuhkan minat sampingan dan yang mengejutkan. Pengguna internet memudahkan siapa pun untuk mengakses informasi yang dibutuhkan dalam waktu singkat. Salah satu cara mencari informasi melalui internet adalah dengan mengakses media sosial yang memberikan informasi secara menarik melalui visual yang diberikan. Media sosial sendiri diakses oleh berbagai macam kalangan dan usia. Pemanfaatan hiburan berbasis web membuat sebagian dari mereka meninggalkan minat dan kegiatan lain yang biasa mereka lakukan di dunia nyata.



Gambar 1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2013-2023
 Sumber: We Are Social, 2023



Gambar 2 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2023
 Sumber: We Are Social, 2023

Hiburan berbasis web merupakan wahana pergaulan satu sama lain dan dilakukan berbasis internet yang memungkinkan individu saling berkolaborasi tanpa dibatasi oleh keberadaan. Kehadiran hiburan berbasis web di media sosial itu sendiri untuk tujuan korespondensi untuk menghubungkan klien dengan cakupan wilayah yang sangat luas. Dengan kebutuhan manusia yang beragam dan berbeda, hiburan berbasis web semakin berkembang dalam arah tertentu atau umum. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa harus ada sebuah media online yang dapat melayani pengguna internet di seluruh dunia. Melalui media untuk berbaur dan bekerjasama dengan orang lain.

Dalam kajian ini, media sosial merupakan ajang atau berkumpulnya untuk berbaur, memperkenalkan diri, ajang berbagi latihan atau latihan secara online dan dapat dimanfaatkan untuk berbagi potensi yang ada dalam diri manusia melalui komposisi, berbagi rekaman, atau media.

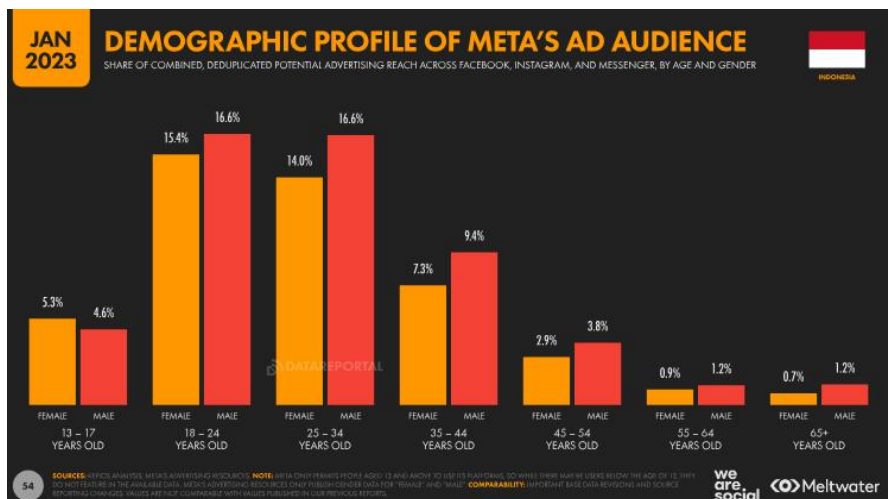
Faktanya, seperti yang banyak terjadi saat ini, 40 hal yang bermula dari hiburan berbasis web (*on the web*), kemudian dapat menyebar ke realitas masa kini (fisik) seiring dengan perkembangan.

Generasi Z

Pemanfaatan akses web dengan secara efektif melalui telepon saat kita hidup saat ini globalisasi di Gen Z menciptakan sebuah zaman yang tunduk pada web. Kemudahan masyarakat dalam mengakses internet menjadikan internet sebagai sumber utama pencarian informasi. Bersama dengan memperluas ketersediaan di seluruh dunia. Gerakan generasi mungkin mengambil bagian lebih penting dalam menentukan cara berperilaku dibandingkan dengan kontras keuangan. Anak muda telah memberikan dampak yang kuat pada individu dari segala usia dan kalangan tentang bagaimana orang-orang ini mengkonsumsi media sosial. Pemanfaatan *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok oleh masyarakat dari berbagai generasi dan gen z sebagai yang mendominasi

Mengingat tahun lahir, Usia Z mengacu pada individu yang dilahirkan tahun 1995- 2010. Zemke dan rekan (1999) berusaha memisahkan Usia Z dari usia yang berbeda berdasarkan tahun lahir. Mereka membaginya menjadi lima usia, yaitu usia veteran yang dilahirkan pada tahun 1925-1946, usia *baby boomer* yang dilahirkan pada tahun 1946 -1960, usia X yang dilahirkan pada tahun 1960-1980, dan usia Y yang dilahirkan pada tahun 1980-1995. Selain perbedaan tahun lahir, terdapat pula perbedaan karakter antara Usia Z dengan usia lampau.. Menurut Palley (2012 dalam Turner, 2015), setengah dari Gen Z lebih senang berkomunikasi secara *virtual* dibandingkan tatap muka, setidaknya saat berbincang dengan teman, dan 70% Gen Z lebih tertarik berkomunikasi secara daring dibandingkan tatap muka.

Pengguna media sosial berasal dari berbagai macam usia dan pada penelitian ini difokuskan pada gen Z (berusia 13-28 tahun). Menurut data dari We Are Social (2023), pengguna media sosial pada Januari 2023 di dominasi mereka yang berusia 18 tahun hingga 24 tahun dan bisa dikategorikan sebagai gen Z. Oleh karena itu media sosial pasti memberikan dampak yang besar pada segala aspek, terutama pada rasa kepercayaan diri terkait citra tubuh pada diri mereka sendiri. Karena media sosial menampilkan konten visual pada tampilan yang diberikan dan mem buat siapa pun yang akan mempublikasikan konten di media sosial merasa harus menampilkan citra tubuh yang sempurna.



Gambar 3 Data Pengguna Media Sosial Berdasarkan Usia & Gender Tahun 2023
 Sumber : We Are Social, 2023

Karakteristik generasi ini terbiasa dengan teknologi sejak usia dini, terutama penggunaan perangkat mobile dan media sosial. Mereka cenderung memiliki pemikiran yang kreatif, berkolaborasi, dan memanfaatkan teknologi untuk mengekspresikan diri, serta mereka lebih menyukai konten berbasis gambar atau video daripada tulisan. Generasi Z dikenal memiliki tingkat kesadaran sosial yang tinggi dan sering menggunakan media sosial untuk menyuarakan isu-isu lingkungan dan sosial. Mereka juga rentan terhadap dampak hiburan berbasis web sehubungan dengan pandangan mental, percaya diri dan citra tubuh. Dinamika dan kompleksitas generasi muda di era komputerisasi tercermin dalam perilaku generasi Z di media sosial.

Berdasarkan klarifikasi langsung dari beberapa subjek gen z, mereka menyimpulkan bahwa hiburan *virtual di* media sosial berperan penting dalam mengembangkan rasa percaya diri terhadap citra tubuh, seperti penampilan sebenarnya dan kesehatan psikologis. Selain itu, hiburan virtual di media sosial menjadi motivasi untuk saling berkomunikasi dengan sukses dan efektif di semua kalangan. Menurut Soul Healer Irma Rahayu dalam wawancaranya bersama Femina (2017) menyatakan bahwa usia 20-an adalah usia yang labil dalam mengambil tindakan, hal ini dipengaruhi berbagai aspek salah satunya penggunaan media sosial. Timbal Balik yang mereka dapat dari media sosial dapat berdampak pada rasa percaya diri yang mereka miliki terutama yang berkaitan dengan citra tubuh maupun penampilan fisik.

Persepsi diri atau kepercayaan diri merupakan aspek penting dalam kepribadian Generasi Z pada masa perkembangannya. Percaya diri merupakan keyakinan dan perasaan bahwa seseorang dapat berhasil melalui usahanya, dan penilaian positif terhadap diri sendiri dan lingkungan, sehingga menunjukkan rasa percaya diri yang penuh dan mampu menghadapi segala sesuatu dengan tenang (Angelis, 2006). Rasa percaya diri dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam perjalanan hidup seseorang. Rasa percaya diri merupakan salah satu modal utama untuk menjalani hidup sukses penuh optimisme dan menjadi kunci hidup sukses dan bahagia.

Fenomenologi Dampak Media Sosial

Tradisi fenomenologi memfokuskan perhatiannya terhadap pengalaman sadar seorang individu. Teori komunikasi yang masuk dalam tradisi fenomenologi berpandangan bahwa manusia secara aktif menginterpretasikan pengalaman mereka, sehingga mereka dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal dan langsung dengan lingkungan. Tradisi fenomenologi memberikan penekanan sangat kuat pada persepsi dan interpretasi dari pengalaman subjektif manusia. Pendukung teori ini berpandangan bahwa cerita atau pengalaman individu adalah lebih penting dan memiliki otoritas lebih besar dari pada hipotesa penelitian sekalipun.

Pengertian fenomenologi secara singkat mengartikan bahwa seseorang tertarik dalam mengidentifikasi suatu masalah dari pengalaman inderawi yang bermakna, suatu hal yang semula terjadi dalam kesadaran individual seseorang secara terpisah dan kemudian secara kolektif, di dalam interaksi kesadaran. Menurut Schutz tindakan seseorang merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku seseorang atau orang lain di masa lalu, masa sekarang dan di masa yang akan datang. Proses penafsiran akan digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya

Proses interpretasi merupakan hal yang sangat penting dan sentral dalam fenomenologi. Interpretasi adalah proses aktif pemberian makna dari suatu pengalaman. Dalam fenomenologi, interpretasi merupakan realitas bagi seorang individu. Seseorang tidak bisa memisahkan realitas dari interpretasi. Interpretasi adalah proses aktif dari pikiran, yaitu suatu tindakan kreatif dalam memperjelas pengalaman personal seorang. Menurut pemikiran fenomenologi orang yang melakukan interpretasi (interpreter), mengalami suatu peristiwa atau situasi dan ia akan memberikan makna kepada setiap peristiwa atau situasi yang dialaminya. Kondisi ini berlangsung terus-menerus (bolak-balik) antara pengalaman dan pemberian makna.

Maurice Merleau-Ponty, seorang fenomenologis terkenal mengungkapkan : fenomenologi menempatkan pengalaman nyata sebagai data dasar dari pengetahuan. Fenomenologi menghindari

penerapan ketentuan kategori teoritis: “fenomenologi berarti membiarkan segala sesuatu mengungkapkan dirinya sendiri, tanpa memaksakan kategori kita kepada mereka”. Dalam buku Teori Komunikasi (2016 : 290) Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *phaenethai*, berarti menunjukkan dirinya sendiri, menampilkan. Fenomenologi juga berasal dari bahasa Yunani, *pahainomenon*, yang secara harfiah berarti “gejala” atau apa yang telah menampakkan diri. Sehingga nyata bagi si pengamat. Fenomenologi pertama kali dicetuskan oleh Ehmund Hesserl. Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode berpikir yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakannya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori Fenomenologi oleh Alfred Schutz yang dimana sangat berkaitan dengan penelitian yang dilakukan pada kali ini. Hasil penelitian yang di dapatkan pada penelitian ini mengenai motif alasan dan tujuan pada penggunaan media sosial yang berdampak pada rasa diri generasi Z terkait citra tubuh di Kota Cimahi. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga terefleksi dalam tingkah laku. Tingkah laku yang di refleksikan bisa berupa jawaban dari penggunaan media sosial Instagram sebagai ajang eksistensi diri. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif. Motif-motif ini memberi tujuan dan arah kepada tangka laku manusia. . Pada penelitian ini, motif akan dikategorikan menjadi dua yaitu *because of motives* (motif berdasarkan alasan menggunakan media sosial) dan *in order to motive* (motif berdasarkan tujuan menggunakan media sosial). Motif merupakan suatu dorongan yang ada di dalam diri individu guna menggerakkan atau mendorong suatu keinginan sehingga individu akan berbuat sesuatu.

Fenomologi Dampak Media Sosial Berdasarkan *Because Of Motives*

Because of motives merupakan suatu tindakan yang merujuk pada motif di masa lalu. Dimana tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti mempunyai alasan dari masa lalu ketika melakukannya. Dari hasil wawancara yang telah di dapatkan peneliti dengan narasumber, terdapat beberapa alasan di masa lalu yang mendorong generasi Z di Kota Cimahi menggunakan media sosial yang berdampak pada rasa percaya diri terkait citra tubuh yaitu karena mengikuti trend, adanya perbandingan sosial dan pencarian dukungan atau saran.

Berdasarkan alasan pertama gen z menggunakan media sosial karena mengikuti trend, diketahui gen z di Kota Cimahi menggunakan media sosial untuk mengikuti beragam hal yang sedang trend agar tidak tertinggal dengan apa yang sedang ramai diikuti oleh pengguna lainnya. Beragam konten yang sedang viral akan terus diikuti, salah satunya konten berjoget ria dan *outfit of the day* atau inspirasi pemilihan pakaian yang menampilkan bentuk tubuh di media sosial. Hal tersebut dilakukan agar Seseorang dapat dengan eksis dilihat oleh pengguna lainnya karena mengikuti apa yang sedang trend. Hal ini akan menambah pengalaman baru bagi penggunanya. Sebagai pengguna media sosial tentunya dibutuhkan kepekaan terhadap suatu hal yang sedang terjadi di sekitar (*booming*), atau yang biasa dikenal dengan sebutan *trend*. Jika ingin menjangkau penonton dan lebih dekat dengan mereka, seseorang harus memahami trend sebaik mungkin. Dengan mengikuti *trend* yang sedang *booming*, tentunya konten yang akan dibuat menjadi lebih fresh terlebih konten tersebut sedang ramai dibicarakan. Hal itu akan membuat konten yang dibuat banyak digemari oleh audiens dan peluang untuk menyukai konten yang dibuat sangatlah besar. Terlebih jika ditambahkan kreativitas pada konten yang dibuat akan membuat konten itu semakin menarik, secara audiens akan lebih menyukai konten yang telah dibuat daripada mencari konten yang dibuat oleh orang lain

Lalu alasan kedua yaitu adanya perbandingan sosial, gen z di Cimahi mengatakan bahwa dengan adanya konten yang mengekspos diri mereka di media sosial membuat adanya perbandingan dengan satu sama lain. Perbandingan tidak hanya masalah fisik saja tetapi pada masalah kesehatan mental. Beberapa dari subjek mengatakan jarang sekali orang yang tidak membandingkan satu dengan lainnya. Kebanyakan dari pengguna media sosial sering membandingkan konten yang mereka lihat dengan sesama teman atau bahkan *influencer* yang dianggap memiliki citra tubuh dan kualitas hidup yang bisa dibilang sempurna. Konten-konten tersebut akan menyebar luas dengan waktu yang

sangat cepat dan mendapat tanggapan yang berbeda-beda dari setiap perspektif yang melihat dan merasakannya. Hal tersebut mendasari alasan penonton membandingkan objek pada konten tersebut dengan konten lainnya. Di era serba digital saat ini, media sosial terus berkembang di kalangan masyarakat Indonesia. Seseorang akan terus menggunakan media sosial dalam kegiatan sehari-harinya yang akan memicu terjadinya perbandingan sosial. Beragam tindakan yang dapat dilakukan seperti adanya tindakan positif dan ada juga tindakan yang berujung negatif. Melalui media sosial, semua orang dapat dengan mudah mengekspresikan dirinya di depan khalayak umum dengan adanya waktu yang dimiliki.

Alasan terakhir yang mendasari gen z di Cimahi menggunakan media sosial yang berdampak pada rasa percaya diri terkait citra tubuh yaitu untuk mencari dukungan atau saran. Dukungan atau saran yang dimaksud adalah saat mereka merasa *insecure* terkait tubuhnya yang dapat menurunkan rasa percaya diri. Saat melihat konten yang di media sosial yang berkaitan dengan apa yang sedang mereka rasakan dapat meningkatkan rasa percaya diri yang mereka miliki. Hal ini karena ada beberapa pengguna media sosial yang merasakan hal demikian sehingga narasumber tidak merasa sendirian dan menganggap bahwa ini adalah normal. Tetapi sebaliknya, jika konten yang mereka lihat negatif dan merasa terprovokasi dapat membuat semakin *insecure* dan rendah diri dengan kondisi tubuh maupun mental yang mereka miliki. Pada saat ini sudah ada banyak *influencer* yang menyuarakan dan memberi dukungan kepada mereka yang merasa kurang percaya diri terkait citra tubuh yang mereka miliki. Mereka juga memberi saran kepada pengguna yang melihat kontennya untuk meningkatkan percaya diri dengan citra tubuh yang dimiliki dengan mempublikasikan postingan bahwa keberagaman itu ada dan menerimanya. Hal demikian juga terjadi karena meningkatkan kepercayaan diri bisa dilakukan dengan berbagai macam hal seperti memperbaiki pola makan, berolahraga, dan menambah wawasan dengan mengupgrade skill yang dimiliki.

Dalam *Because motive* (motif masa lalu), peneliti menemukan terdapat tiga motif yang menjadi alasan atau tindakan gen z di Kota Cimahi dalam menggunakan media sosial yang berdampak pada rasa percaya diri terkait citra tubuh yaitu mengikuti yang sedang trend, adanya perbandingan sosial, dan untuk membentuk identitas diri atau citra diri. Dari ketiga alasan ini dapat disimpulkan bahwa gen z di Cimahi memandang media sosial sebagai tempat untuk menerima diri dan mengembangkan apa yang mereka miliki dan rasa kan untuk meningkatkan kepercayaan diri dengan adanya keberagaman citra tubuh. Selain itu dengan mengikuti trend mereka dapat mengetahui apa yang sedang diperbincangkan terkait citra tubuh dan mengapa adanya perbandingan sosial. Dengan mengetahui bahwa perbandingan sosial dapat memberi dampak negatif bagi yang merasakannya, sebaiknya kita yang sudah mengerti akan konsekuensinya dapat meminimalisir bahkan menghilangkan perilaku tersebut.

Fenomenologi Dampak Media Sosial berdasarkan *In Order To Motives*

Pada *in Order to Motives* merupakan motif yang merujuk pada sebuah tindakan yang dilakukan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang sudah ditetapkan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada narasumber. Terdapat tiga motif yang menjadi tujuan generasi Z di Kota Cimahi menggunakan media sosial yang berdampak pada rasa percaya diri terkait citra tubuh yaitu membentuk citra diri yang positif, mencari validasi atau pengakuan, dan mencari inspirasi dari trend yang ada. Motif yang mendasari tujuan gen z di Kota Cimahi dalam menggunakan aplikasi media sosial yang berdampak pada rasa percaya diri terkait citra tubuhnya yaitu untuk meningkatkan atau memperbaiki rasa percaya diri dengan citra tubuh yang mereka miliki.

Tujuan pertama yang mendasari gen z di Cimahi menggunakan media sosial yang berdampak pada rasa percaya diri terkait citra tubuh yaitu untuk membentuk identitas atau citra diri yang positif. Gen Z di Cimahi mengatakan dengan menggunakan media sosial akan memudahkan untuk membentuk identitas diri. Melalui hal itu, pengguna akan dapat dengan mudah membentuk identitas

diri dengan mencari informasi di media sosial yang sama atau dapat mengembangkan identitas dirinya. Bahkan terdapat gen z yang mengatakan bahwa dirinya dapat membentuk identitas diri dengan adanya relevansi yang mereka rasakan setelah melihat konten melalui media sosial. Mereka dapat meningkatkan hal-hal positif yang mereka miliki dan jangan terlalu fokus akan kekurangannya. Seseorang pada saat ini mampu menggunakan media sosial dengan baik, hal itu dibuktikan bahwa seseorang mampu membentuk citra tubuhnya dengan bisa menerima diri dan meyakini bahwa adanya keragaman yang dimiliki setiap masing-masing individu. Bahkan di era digital ini pembentukan identitas dapat dilakukan dengan berinteraksi dengan individu lainnya untuk membahas citra tubuh dan keberagaman melalui media sosial dengan waktu dan di tempat yang berbeda. Hal ini berdampak besar bagi beberapa narasumber yang merasakannya dan dapat menerima dirinya sendiri dan meningkatkan rasa percaya diri dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Dengan percaya diri dapat dengan mudah untuk melakukan suatu hal baru dan meraih kesuksesan serta kebahagiaan secara personal maupun profesional. Berani memanfaatkan peluang keluar dari zona nyaman, kunci sukses untuk mengembangkan diri di media sosial dengan rasa percaya diri

Tujuan kedua gen z menggunakan media sosial yaitu untuk mencari validasi atau pengakuan. Beberapa mahasiswa mengatakan bahwa dengan menggunakan media sosial dapat memberikan validasi atau pengakuan dari orang lain terkait penampilan fisiknya. Ini bisa mempengaruhi rasa percaya diri mereka jika mendapatkan respons positif atau sebaliknya. Generasi Z berharap dengan menggunakan media sosial akan mendapatkan banyak "*likes*" atau suka serta komentar positif di setiap postingan mereka. Jumlah interaksi positif ini sering dianggap sebagai bentuk validasi dan pengakuan bahwa apa yang mereka bagikan di media sosial disukai dan dihargai oleh orang lain. Sejumlah besar interaksi positif dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka terkait citra tubuh atau aspek lain dari kehidupan mereka yang mereka tonjolkan. Komentar positif yang diharapkan biasanya berupa pujian atau apresiasi terkait penampilan mereka yang dapat mempengaruhi rasa percaya diri. Jika konten yang diposting mendapat perhatian dari *influencer* atau tokoh yang diidolakan, gen z bisa berharap untuk mendapatkan *repost* atau *share* dari mereka. Hal ini tidak hanya dianggap sebagai validasi dari orang yang dihormati, tetapi juga dapat meningkatkan eksposur mereka di *platform* media sosial, yang secara tidak langsung bisa menambah rasa percaya diri mereka. Pertumbuhan jumlah pengikut atau pertemanan di media sosial sering dianggap sebagai bentuk validasi yang signifikan. Jika ada peningkatan jumlah pengikut atau pertemanan, ini bisa diartikan sebagai tanda bahwa apa yang mereka bagikan menarik minat orang lain. Beberapa gen z menjadi anggota komunitas atau grup di media sosial yang memiliki minat atau pandangan serupa terkait citra tubuh atau kecantikan. Mereka berharap mendapatkan respon aktif dari anggota komunitas tersebut, seperti masukan, dukungan, atau diskusi yang positif yang mengonfirmasi atau mendukung pandangan mereka tentang citra tubuh yang dianggap ideal

Tujuan terakhir gen z menggunakan media sosial yaitu untuk mencari inspirasi dari *trend* yang ada. Gen z di Kota Cimahi mengatakan bahwa dengan adanya media sosial memudahkan mereka untuk mencari inspirasi dan trend yang ada baik untuk perawatan kulit, gaya berpakaian bahkan untuk mencari buku yang dapat menambahkan wawasan. Mereka mengikuti konten yang memberikan saran dan informasi terkini tentang cara meningkatkan penampilan fisik mereka. Beberapa dari mereka tertarik untuk mengadopsi gaya hidup sehat yang dipromosikan di media sosial. Ini dapat mencakup pola makan sehat, olahraga, atau rutinitas kebugaran yang dianggap dapat membentuk tubuh yang ideal. Gen Z yang di observasi cenderung mengikuti tren terkini dalam dunia kecantikan dan mode yang dipopulerkan oleh *influencer* atau tokoh terkenal di media sosial. Mereka berusaha menyesuaikan penampilan mereka agar sesuai dengan apa yang sedang tren, dengan harapan akan meningkatkan rasa percaya diri mereka dengan terlihat "*up-to-date*" atau "*modis*". Inspirasi juga mereka dapat dari konten yang menampilkan transformasi tubuh yang positif. Misalnya, kisah sukses seseorang yang berhasil menurunkan berat badan atau meningkatkan kebugaran mereka. Melihat perubahan positif semacam ini dapat memberikan motivasi kepada generasi Z untuk melakukan perubahan pada tubuh mereka sendiri, yang pada gilirannya dapat meningkatkan rasa

percaya diri terkait citra tubuh. Bahkan sebagian besar dari mereka menggunakan media sosial untuk menemukan model peran atau inspirasi yang mempromosikan keragaman tubuh dan kecantikan. Mereka dapat mengikuti akun yang menekankan pentingnya menerima dan mencintai diri sendiri tanpa harus menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang sempit.

Berdasarkan teori fenomenologi, penelitian ini menjelaskan bagaimana individu menyikapi media sosial yang berdampak pada rasa percaya diri terkait citra tubuh yang mereka miliki. Hal yang mereka rasakan dampak dari penggunaan media sosial ini dapat mengumpulkan segala bentuk informasi dan data agar memudahkannya mencari validasi untuk meningkatkan rasa percaya diri. Tetapi dengan adanya perbandingan sosial yang kerap mereka alami atau bahkan tanpa sadar mereka lakukan, ini dapat berakibat sebaliknya bahkan mengancam mental orang yang mendapat perlakuan seperti itu. Collin menegaskan (1997: 111), yang disebutkan dalam buku Teori Sosial dalam Tiga Dimensi: Realitas Sosial, Definisi Sosial, dan Cara Berperilaku Sosial, fenomenologi mampu mengungkap protes secara meyakinkan, meskipun faktanya artikel-artikel tersebut adalah item mental atau kegiatan atau ucapan. Karena segala sesuatu yang dilakukan seseorang selalu melibatkan aktivitas mental, maka fenomenologi mampu mencapai hal tersebut. Individu dapat mengalami gangguan mental akibat sengaja atau tidak sengaja yang dilakukan pelaku dengan mengirimkan pernyataan tertulis yang berisi ancaman, pelecehan, atau intimidasi. Korban tidak langsung mengalami kerusakan mental tersebut, namun, hari-hari korban menjadi tidak menentu dan menyibukkan pikiran sehingga mengakibatkan stres atau depresi. Orang yang merasakan atau pelaku dampak negatif umumnya berasal dari Usia Z, berumur 13-28 tahun. Dimana para anggota generasi Z dilahirkan pada masa kemajuan teknologi. Dengan kemajuan inovasi ini, usia Z dapat mengubah pola pikirnya dan mengejar arah yang besar dan buruk.

Dampak Negatif Media Sosial Terhadap Rasa Percaya Diri Terkait Citra Tubuh

Percaya diri berarti memiliki keyakinan pada kemampuan dan penilaian Anda untuk melakukan suatu tugas, dan memilih metode yang Anda yakini paling efektif. Sintesis teoritis dari penelitian-penelitian di atas mengenai makna percaya diri adalah bahwa mereka semua mempunyai rasa percaya diri dalam menghadapi fenomena yang terjadi di hadapannya. Pada saat yang sama, perbedaannya adalah beberapa orang percaya bahwa pengetahuan sebelumnya diperlukan untuk mengembangkan rasa percaya diri. (Asiyah, Walid, & Kusumah, 2019)

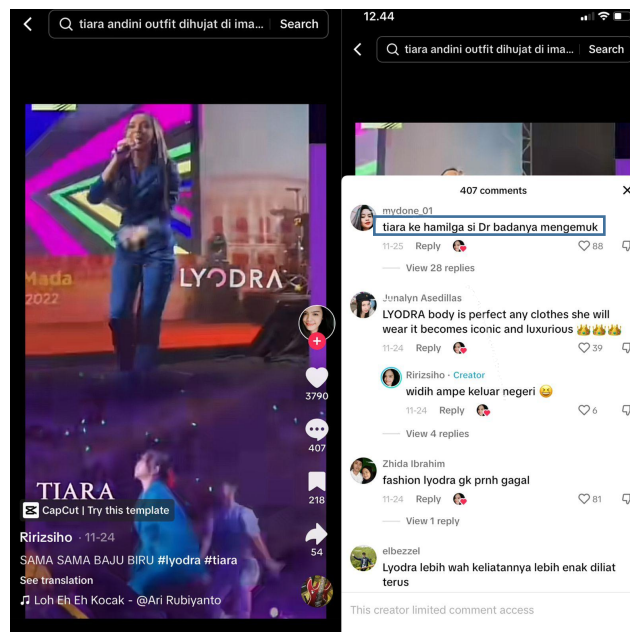
Honigam dan Istana mengungkapkan bahwa citra tubuh adalah gambaran psikologis individu terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, cara seseorang melihat dan memberikan penilaian terhadap sesuatu yang diperhatikan dan dirasakannya terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya dan pandangan Individu lain terhadapnya. Citra tubuh dapat dicirikan sebagai perjumpaan tunggal terhadap keadaan aktual seseorang yang mencakup penegasan, kontemplasi, dan aktivitas yang berhubungan dengan penampilan aktual yang dikonseptualisasikan

Citra tubuh yang negatif adalah pemahaman diri yang salah atau menyimpang. Citra tubuh yang pesimistis berhubungan dengan perasaan jelek dan tidak memuaskan harapan kita. Bagi individu dengan citra tubuh negatif, mereka sering kali membutuhkan keberanian. Selain itu, ketika mereka membutuhkan keberanian, mereka mengalami kesulitan dalam mengartikulasikan pemikiran mereka dalam lingkungan kelompok. Mereka juga mudah terpengaruh oleh pendapat orang lain tentang dirinya, menarik diri dari lingkungan sosial, dan terus-menerus merasa khawatir.

Seseorang dengan citra tubuh yang cenderung negatif akan menganggap dirinya benar-benar jelek atau kurang menarik, sementara seseorang dengan citra tubuh yang baik sebenarnya ingin menunjukkan dirinya sebagai orang yang menarik menurut dirinya sendiri dan individu lain, atau setidaknya mengakui dirinya apa adanya identitas mereka. Remaja yang kecewa dengan citra tubuhnya biasanya akan menjadi negatif dan putus asa karena sering kali tidak mengikuti pola pikir yang seharusnya dan kurang siap untuk mengikuti gaya serta merasa rendah diri karena mereka yakin mereka tidak dicintai karena tubuhnya tidak terlalu bagus. Penelitian yang dipimpin oleh Kim

dan Lennon menunjukkan bahwa perempuan yang mempunyai mental negatif terhadap citra tubuhnya mempunyai tingkat kesuraman yang tinggi dibandingkan dengan perempuan yang mempunyai mental positif terhadap citra tubuhnya. (Damayanti & Susilawati, 2018)

Dari generasi Z yang peneliti wawancara diketahui bahwa media sosial sangat berdampak terhadap rasa percaya diri terkait citra tubuh baik negatif maupun positif. Kebanyakan perempuan terkena banyak dampak negatif dari konten media sosial yang mereka akses, sedangkan laki-laki cenderung tidak terlalu terpengaruh karena tidak terlalu peduli akan pendapatan dari media sosial. Dampak tersebut berpengaruh terhadap kegiatan sehari-hari yang mereka lakukan. Biasanya dampak negatif tersebut dirasakan ketika mempublikasikan foto maupun video di media sosial yang memperlihatkan penampilan mereka dan mendapatkan komentar yang menyinggung atau membandingkannya dengan orang lain.



Gambar 4 Komentar Negatif Netizen di Aplikasi Tiktok
Sumber : Akun Tiktok @ririzsiho

Jika mereka mendapatkan komentar tak senonoh dan menyinggung, akan membuat mereka menurunkan unggahannya dan mengevaluasi diri terkait konten yang mereka publikasikan. Tidak dipungkiri influencer yang ada di media sosial memiliki citra tubuh yang baik bahkan nyaris sempurna, yang membuat kebanyakan dari generasi z menginginkan hal yang sama. Hal ini sebenarnya bisa diatasi dengan menyaring konten apa saja yang ingin mereka lihat, tetapi sosialisasi terkait tindakan ini belum banyak di sebar luaskan. Selain itu dampak negatifnya adalah sering kali membandingkan citra tubuh yang mereka miliki dengan orang lain yang pasti berbeda dan memiliki kelebihan dan kekurangannya tersendiri, hal ini dapat berdampak hingga individu yang merasakannya mengalami stress dan gangguan mental. Sudah banyak kasus *self-harm* bahkan hingga bunuh diri karena komentar yang mereka dapat di media sosial.

Berdasarkan observasi yang dilakukan, gen z banyak yang belum mengetahui apabila ada ujaran kebencian yang menyebabkan pencemaran nama baik di internet dan medial sosial dapat dikenakan sanksi hukum. Salah satu nya di atur dalam UU ITE Pasal 27 Ayat 3 yang menyebutkan bahwa "Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik". Pelaku yang dijerat dengan pasal ini bakal

dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 750.000.000,00 (tujuh ratus lima puluh juta rupiah). Jika sudah mengetahui hal ini, gen z bahkan siapapun dapat berhati-hati dalam berkomentar di postingan seseorang, karena dampak yang ditimbulkan dari ketikan kita di media sosial dapat ditindak pidanakan.

Namun, undang-undang ini masih diabaikan oleh semua orang. Dimana, masih banyak korban jiwa yang menjadi fokus aksi dari dampak negatif internet seperti *cyberbullying*. *Cyberbullying* biasanya dilakukan oleh anggota Generasi Z yang berusia antara 20 dan 25 tahun. Dimana *cyberbullying* diawali dengan kata-kata yang menyinggung citra tubuh seseorang dan menurunkan rasa percaya diri seseorang. Teknologi berperan besar dalam perkembangan mereka. Tidak, yang mengejutkan, aktivitas kriminal kini tidak hanya terjadi di dunia nyata tetapi juga online. Tak hanya pelakunya, korban jiwa juga berasal dari kalangan usia Z. Usia ini populer karena bersifat momen dan pragmatis. Sebenarnya tidak ada yang tidak bisa mereka lakukan mengatasi hiburan virtual. Tak heran jika mereka pun membagikan aktivitas sehari-harinya di media sosial. Media sosial bisa digunakan oleh siapa saja, namun tidak semua orang mengetahui cara menggunakannya dengan benar.

Dampak Positif Media Sosial Terhadap Rasa Percaya Diri Terkait Citra Tubuh

Kepercayaan diri adalah keyakinan individu terhadap aset-asetnya dalam segala sudut pandang, yang membuat setiap individu merasa siap untuk mencapai tujuan dalam kehidupannya sehari-hari. Keberanian juga memungkinkan seseorang untuk melakukan hal-hal positif di hadapan masyarakat sebagai pelengkap diri (Anthony 1992). Khusus bagi masyarakat, individu-individu tertentu umumnya proaktif dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Citra tubuh yang positif merupakan kesan yang baik terhadap diri sendiri. Citra tubuh yang positif dikaitkan dengan pengakuan diri dan sungguh luar biasa mengetahui bahwa tidak ada seorang pun. Citra tubuh yang positif sangat penting bagi semua orang. Sebab, jika memiliki citra tubuh positif maka kita memiliki rasa takut yang tinggi dan dapat mengkomunikasikan pikiran kita dengan baik. Kami juga siap menerima analisis tanpa terpengaruh oleh opini orang lain terhadap kami.

Dampak positif media sosial terhadap rasa percaya diri terkait citra tubuh juga dirasakan beberapa generasi z di kota Cimahi. Setelah mempublikasikan foto atau video di media sosial dan mendapatkan apresiasi serta komentar yang positif, mereka akan lebih bersemangat untuk menjalani kehidupan sehari-hari dan meningkatkan kepercayaan diri baik dalam bersikap maupun berpenampilan. Jika hal ini berkelanjutan dapat memberikan penghasilan kepada mereka yang menekuni nya sebagai *influencer* yang kerap bekerjasama dengan *brand* untuk mempromosikan produk maupun jasanya. Selain itu, generasi z sebagai pengguna aktif media sosial belajar cara meningkatkan rasa percaya diri terkait citra tubuh dengan menjaga pola makan, berolahraga, membaca buku pengembangan diri dan lain sebagainya. Sekarang juga sudah banyak akun media sosial yang menyebarkan mengenai terkait keberagaman citra tubuh sehingga bisa meningkatkan rasa percaya diri pada setiap manusia.



Gambar 5 Komentar Positif di Akun Instagram
Sumber: Akun Instagram @prtwhoctv

Upaya Penanganan Dampak Negatif Media Sosial

Dari observasi dan wawancara terbuka yang dilakukan, generasi Z di Kota Cimahi sedang mengembangkan serangkaian strategi peningkatan kesehatan mental untuk melawan dampak media sosial terhadap kepercayaan diri dan citra tubuh. Mereka mulai menyadari pentingnya pendidikan komprehensif mengenai kesehatan mental dan *body positivity* melalui pendekatan yang tepat sasaran. Sekolah dan lembaga pendidikan secara efektif terlibat dalam upaya, lokakarya, dan pertemuan diskusi dengan memperkenalkan spesialis di bidangnya yang memberikan pemahaman yang lebih baik tentang variasi tubuh dan memungkinkan mereka untuk memahami persepsi diri.

Selain itu, mereka juga memanfaatkan kekuatan masyarakat setempat dengan membentuk kelompok perawatan. Mereka mendapat tempat untuk bercerita, merasa diterima, dan mendapat dukungan positif dari inisiatif ini. Tokoh-tokoh menarik, termasuk kekuatan terdekat yang patut diperhitungkan, juga turut serta mengubah citra keunggulan melalui hiburan online dengan mengedepankan pengakuan diri dan tipe tubuh.

Cara-cara ini penting untuk melakukan upaya signifikan untuk mengubah cara pandang generasi Z di Kota Cimahi tentang persepsi diri. Mereka membangun sikap untuk bertoleransi dan menghargai keunikan tubuh satu sama lain dan mengembangkan rasa takut yang diambil dari pemahaman yang lebih mendalam tentang keindahan sejati yang tidak hanya terlihat secara lahiriah, namun juga dirasakan dari dalam. Dengan perhatian dan upaya yang konsisten, mereka berjalan menuju arah yang lebih pasti dalam menjaga kesehatan emosional dan membangun kepercayaan identitas yang kuat di era komputerisasi ini.

Simpulan dan saran

Simpulan

Dari penelitian serta pengkajian yang telah dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa media sosial memberi dampak negatif maupun positif terhadap rasa kepercayaan diri yang dimiliki seseorang terkait citra tubuh. Dampak negatif dari media sosial terhadap rasa percaya diri seseorang terkait citra tubuh adalah jika mengomentari penampilan fisik seseorang dengan kata-kata menyinggung dan tak senonoh, hal ini lebih sering berdampak pada perempuan tapi tidak dipungkiri lelaki pun mendapatkan hal seperti itu. Dampak positifnya adalah individu tersebut dapat memanfaatkan media sosial untuk mengevaluasi diri dan melakukan pengembangan diri dengan menjaga pola makan, berolahraga, membaca buku dan lain sebagainya. Selain dari penampilan fisik, citra tubuh juga menyangkut mental seseorang yang merasakan dampaknya.

Saran

Dengan ini peneliti menyarankan kepada siapa pun yang akan menggunakan sosial media harus menyiapkan mental dan bijaksana dalam menggunakannya. Selain itu, kita sebagai pengguna media sosial juga harus membuat kerangka pikiran bahwa setiap individu memiliki citra tubuh yang berbeda. Menyaring konten yang ingin dilihat dengan memanfaatkan fitur “Filter Konten” yang tersedia di media sosial agar kita bisa melihat konten yang kita inginkan saja.

Dalam bermain sosial media juga harus mengetahui batasan diri, jika merasa media sosial sudah sangat memberikan dampak negatif dan menurunkan rasa percaya diri sebaiknya menghentikan penggunaannya atau membatasi untuk sementara waktu. Jika tidak bisa mengapresiasi konten yang dibuat seseorang, sebaiknya diam. Karena komentar kita sangat berdampak pada individu yang kita komentari.

Daftar Rujukan

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.V14i2.7504>
- Agustha, E. D., & Wirawanda, Y. (2016). *Media Sosial Tiktok Sebagai Eksistensi Diri (Fenomenologi Penggunaan Tiktok Pada Mahasiswa Di Surakarta)*. 1–23.
- Andini, L. N. (2023). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepercayaan Diri*. Kumparan. https://kumparan.com/116_Laila-Nurul-Andini/Pengaruh-Media-Sosial-Terhadap-Kepercayaan-Diri-20j7ck1doo7
- Asiyah, Walid, A., & Kusumah, R. G. T. (2019). Pengaruh Rasa Percaya Diri Terhadap Motivasi Berprestasi Siswa Pada Mata Pelajaran IPA The Effect Of Self Confidence Towards Students' Motivation For Achievements In Science Lesson. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 217–226.
- Astuti, N. F. (2021). *Mengenal Fungsi Media Sosial, Berikut Pengertian Dan Jenisnya*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/jabar/mengenal-fungsi-media-sosial-berikut-pengertian-dan-jenisnya-klm.html>
- Azizan, H. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Ketergantungan Media Sosial Pada Siswa Di Smk Negeri 1 Bantul The Influence Of Self-Confidence In Social Media Dependence On Students At Smk Negeri 1 Bantul*. 1–10.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Elektronik Universitas Tulungagung*, 09(01), 140–157.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, Dan Campuran*. Pustaka Belajar.
- Damayanti, A. A. M., & Susilawati, L. K. P. A. (2018). Remaja Putri Di Kota Denpasar Anak Agung Mas Damayanti Dan Luh Kadek Pande Ary Susilawati. *Psikologi Udayana*, 5(2), 424–433. <https://shodhganga.inflibnet.ac.in/jspui/handle/10603/7385>
- Fitri, E., Zola, N., & Ildil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), 1–5. <https://doi.org/10.29210/02017182>
- Giriansyah, S. P., & Sa'id, M. (2022). *Citra Tubuh Negatif, Permasalahan Remaja Masa Kini*. Buletin KPIN. <https://bulletin.k-pin.org/index.php/arsip-artikel/944-Citra-Tubuh-Negatif-Permasalahan-Remaja-Masa-Kini>
- Hartawan, Y. (2019). Fenomena Kalangan Pengguna Media Sosial Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Kalangan Pengguna Media Sosial Facebook Generasi X Di Kota Bandung). *Paradigma POLISTAAT Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2(1), 27–37. <https://doi.org/10.23969/Paradigmapolistaat.V2i1.1662>
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika*

- (*JAMIKA*), 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/Jamika.V10i1.2678>
- Laora, A. Y., & Sanjaya, F. (2021). Fenomena Cyberbullying Di Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Tentang Kesehatan Mental Pada Generasi Z Usia 20-25 Tahun Di Jakarta). *Oratio Directa*, 3(1), 346–368.
- Lina, L. F., Putri, A. D., & Anggarini, D. R. (2021). Maksimalisasi Media Sosial Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Pengembangan Diri Generasi Z Di MAN 1 Pesawaran. *Journal Of Social Sciences And Technology For Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.33365/Jsstcs.V2i2.1180>
- Mutmainnah, A. N. (2020). Analisis Yuridis Terhadap Pelaku Penghinaan Citra Tubuh (Body Shaming) Dalam Hukum Pidana Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 26(8), 975–987. [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2958231&val=26360&title=Analisis Yuridis Terhadap Pelaku Penghinaan Citra Tubuh Body Shaming Dalam Hukum Pidana Di Indonesia](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2958231&val=26360&title=Analisis%20Yuridis%20Terhadap%20Pelaku%20Penghinaan%20Citra%20Tubuh%20Body%20Shaming%20Dalam%20Hukum%20Pidana%20Di%20Indonesia)
- Nopita, R. (2021). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Akun@ Rianindraputra. (*Doctoral Dissertation, Universitas Islam Riau*), 99. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPS/article/view/3129>
- Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan Media Sosial Facebook Dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran Di Era Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 143–150. <https://doi.org/10.54259/Mukasi.V2i2.1592>
- Palupi, I. D. R. (2020). Pengaruh Media Sosial Pada Perkembangan Kecerdasan Anak Usia Dini. *Journal Edukasi Informal*, 127–134.
- Perdana, F. J. (2019). Pentingnya Kepercayaan Diri Dan Motivasi Sosial Dalam Keaktifan Mengikuti Proses Kegiatan Belajar. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Ekonomi*, 2(2), 70–87.
- Prisgunanto, I. (2015). Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Siswa. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(2), 101–112.