

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era digital saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat, sehingga memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya dalam bidang komunikasi dan informasi. Kemajuan tersebut telah memicu terjadinya perubahan nilai dari penggunaan surat sebagai sarana telekomunikasi fisik menuju telekomunikasi digital (Purwati et al., 2023). Kemajuan teknologi telah membuat media massa lebih inovatif, sehingga memudahkan pengguna untuk melihat atau mengakses informasi dengan lebih cepat, melalui media sosial.

Menurut (Irawan, 2023) Media sosial merupakan media online yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi secara aktif dalam menciptakan, berbagi, dan bertukar informasi, gagasan, serta konten melalui jaringan berbasis internet. Media sosial mendukung terjadinya interaksi sosial secara dua arah dan memanfaatkan teknologi berbasis web yang mengubah pola komunikasi dari satu arah menjadi dialog interaktif antar pengguna. (Armaya et al., 2023).

Menurut RRI (Radio Republik Indonesia 2024) pengguna media sosial didominasi oleh kelompok usia 18–34 tahun, dengan jenis kelamin perempuan (51,3%) sementara laki-laki (48,7%). Rata-rata waktu penggunaan internet di Indonesia mencapai 7 jam 38 menit per hari, dengan sekitar 3 jam 11 menit digunakan untuk mengakses media sosial. Internet dan media sosial dimanfaatkan terutama untuk mencari informasi, berkomunikasi dengan teman dan keluarga,

mencari inspirasi, mengisi waktu luang, serta mengikuti perkembangan berita. (Riyanto, 2024).

Salah satu jenis informasi yang paling banyak diminati remaja di media sosial adalah konten mengenai kecantikan (Ana & Aulia, 2025). Ketertarikan remaja terhadap konten kecantikan kemudian membuat isu mengenai perawatan diri, penampilan fisik, hingga standar kecantikan semakin sering dikonsumsi sebagai bagian dari rutinitas digital mereka.

Popularitas konten kecantikan ini turut mendorong munculnya figur-figur kreator yang dikenal sebagai *influencer*. *Influencer* merupakan individu yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi pengikutnya melalui gaya komunikasi, cara penyampaian informasi, maupun rekomendasi produk yang mereka tampilkan (Kusdemawati, 2024). Seiring meningkatnya minat remaja terhadap konten kecantikan, jumlah kreator yang membagikan informasi mengenai makeup, skincare, serta gaya hidup kecantikan juga semakin bertambah (Atmi et al., 2023). Dari kelompok kreator inilah kemudian muncul istilah *beauty influencer*.

Menurut (Septiany, 2024) *Beauty influencer* adalah individu yang aktif di media sosial dan dikenal karena keahliannya dalam bidang kecantikan. Mereka membuat berbagai konten seperti ulasan produk, tutorial makeup, hingga rekomendasi perawatan kulit, sehingga mampu mempengaruhi keputusan para pengikutnya. Melalui pengetahuan, pengalaman, serta citra diri yang mereka bangun, *beauty influencer* dapat membentuk opini publik dan mendorong audiens untuk mencoba atau membeli produk kecantikan yang mereka promosikan.

Berdasarkan data dari Digital Marketik Institute, *Influencer* marketing di Indonesia pada 2025 tetap menjadi yang terpopuler khususnya dalam industri kecantikan, di mana sekitar 76 % pengguna media sosial mengikuti minimal satu *influencer* dan 62 % konsumen pernah membeli produk karena rekomendasi *influencer*, terutama untuk kategori *fashion* dan *beauty* yang sangat populer di platform seperti Instagram dan TikTok, sementara *beauty influencer* Indonesia seperti Tasya Farasya, dikenal dengan konten review dan tutorial makeup yang edukatif dan kredibel dengan slogan “Tasya Approved” dan Nanda Arsyinta, yang fokus pada tutorial makeup kreatif dan energik serta Hanum Mega, yang aktif membagikan tutorial make up dari natural sampai glamor membuat para remaja semakin tertarik untuk mengikuti dan mendorong remaja untuk membeli produk kecantikan yang mereka tawarkan.

Kehadiran *beauty influencer* tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga memengaruhi perilaku dan pola pikir remaja, terutama dalam hal persepsi tubuh serta penilaian terhadap penampilan. Siswa sebagai bagian dari kelompok usia remaja merupakan pengguna media sosial yang sangat aktif, sehingga mereka menjadi kelompok yang paling rentan terhadap paparan konten visual yang dibagikan *influencer* (Purwati et al., 2023).

Menurut (Harlock, 1999) Remaja adalah individu yang sedang mengalami masa pertumbuhan atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa. Masa remaja juga dibagi menjadi tiga tahap, yaitu masa remaja awal usia 12 sampai 15 tahun, masa remaja pertengahan (madya) dari usia 15 sampai 18 tahun, dan masa remaja akhir dari usia 18 sampai 21 tahun. Pada masa ini, individu mengalami perubahan dan perkembangan baru yang mencakup aspek

fisik maupun emosional. Remaja perempuan khususnya, cenderung menghadapi perubahan fisik yang intens dan tantangan dalam proses pencarian identitas diri. Selain itu, salah satu perkembangan penting yang terjadi pada masa remaja adalah perkembangan sosioemosional. (Nariswari, 2023).

Remaja merupakan kelompok usia yang sangat mudah dipengaruhi oleh lingkungan sosial di sekitarnya, termasuk teman sebaya, anggota keluarga, dan masyarakat luas, termasuk media. Dalam konteks ini, media sosial menjadi salah satu sarana utama yang digunakan remaja untuk bersosialisasi (Rurky & Rahmasari, 2024). Pada tahap perkembangan ini, remaja juga memiliki tugas utama yaitu pembentukan identitas (*identity formation*), yang ditandai dengan usaha untuk memahami diri, membentuk citra diri, serta mencari pengakuan dari lingkungan sosial. Salah satu alasan kuat keterikatan remaja terhadap media sosial adalah karena platform ini memungkinkan mereka untuk menunjukkan eksistensi diri dan memperoleh validasi dari orang lain (Titania & Sudradjat, 2024).

Konten *beauty influencer* umumnya menampilkan standar kecantikan tertentu, seperti wajah mulus, kulit cerah, tubuh proporsional, dan gaya hidup estetik (Rosita et al., 2025). *Beauty Content* yang berseliweran di FYP (*For Your Page*) yang ada di media sosial membuat para remaja juga terinspirasi untuk berpenampilan layaknya *influencer* tersebut. Kondisi ini kemudian memunculkan istilah *body goals* di kalangan remaja, yang secara tidak langsung membentuk pandangan bahwa penampilan fisik ideal merupakan hal yang sangat penting (Rahma, 2022).

Remaja yang mampu menerima perubahan fisiknya menunjukkan bahwa ia telah menyelesaikan salah satu tugas perkembangan yang harus dilalui (Fitra,

2021). Namun, faktanya remaja sering kali mengevaluasi tubuh mereka secara mendalam. Mereka cenderung mempertanyakan apakah bentuk serta ukuran tubuh mereka sudah sempurna, yang dapat memicu masalah dan membuat remaja merasa tidak puas dengan struktur tubuh yang mereka miliki (Anaresti, 2025). Menurut (Roainina et al., 2023) mengungkapkan bahwa evaluasi diri terkait tubuh dan penampilan diistilahkan sebagai *body image*. *Body image* adalah cara individu mempersepsikan, meyakini, memikirkan, merasa dan berperilaku tentang diri sendiri.

Menurut (Harlock, 1999) Citra tubuh (*body image*) adalah persepsi seseorang terhadap tubuhnya yang dibentuk oleh konsep ideal yang berlaku dalam kehidupannya serta dipengaruhi oleh bagaimana orang lain memandang tubuh tersebut. Dengan kata lain, *body image* tidak hanya berkaitan dengan kondisi fisik yang terlihat, tetapi juga mencakup respons emosional dan penilaian subjektif terhadap bentuk tubuh seseorang.

Seseorang akan percaya diri ketika orang tersebut merasa puas melihat bentuk tubuhnya, maka *body image* yang terbentuk pun menjadi positif. Sebaliknya, jika seseorang memandang tubuhnya tidak ideal seperti wajahnya kurang menarik, badannya terlalu gemuk atau terlalu kurus dan sebagainya maka orang tersebut menjadi sibuk memikirkan kondisi fisiknya, sehingga *body image* yang terbentuk menjadi negatif (Handayani et al., 2020).

Ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh merupakan masalah yang rumit bagi remaja bahkan dapat menimbulkan frustrasi, mengurangi kepercayaan diri, juga menyebabkan mereka kurang menghargai diri mereka sendiri (Astuti & Daud, 2024).

Peran media dan lingkungan sosial serta pandangan dalam masyarakat memiliki pengaruh yang kuat terhadap tingkat kepedulian seseorang terhadap penampilan dan *body image*. Remaja biasanya mencoba berbagai cara untuk mendapatkan kepuasan fisik. Tak heran jika remaja sering melihat konten dari *beauty influencer* yang bertujuan untuk menunjang penampilan mereka yang lebih menarik seperti merawat kulit mereka, serta ada juga di antara mereka yang menjaga kebiasaan makan mereka yang bertujuan untuk menurunkan berat badannya agar mendapatkan tubuh yang ideal.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti di SMA Negeri 5 Medan diperoleh bahwa siswa sering melihat konten *beauty influencer* melalui media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan YouTube. Konten yang paling sering diakses meliputi tutorial makeup, perawatan kulit, ulasan produk kecantikan, serta tips penampilan. Paparan konten tersebut membuat siswa menjadi lebih focus terhadap penampilan fisik, khususnya kondisi wajah dan warna kulit, serta membentuk standar kecantikan tertentu. Akibatnya siswa terdorong untuk melakukan perubahan, seperti menggunakan skincare, produk pencerah kulit, menjalani diet, serta mencoba berbagai tawaran yang tampilkan dari konten-konten *beauty influencer* tersebut. Upaya-upaya ini dilakukan untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang berasal dari sosial media salah satunya oleh *beauty influencer* yang mereka jadikan acuan dalam standar kecantikan yang berlaku di masyarakat dan lingkungan sosial mereka.

Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan seorang siswa berinisial C (17 tahun). C mengungkapkan bahwa penampilan fisik sering menjadi dasar penilaian awal orang sebelum mengenal karakter seseorang secara lebih

mendalam. C juga mengakui bahwa ia masih tidak puas dengan rambut yang ia miliki, sehingga ia menjalani perawatan seperti *rebonding* dan *smoothing* untuk mencapai penampilan yang menurutnya lebih sempurna. Temuan ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan terhadap bagian tertentu dari tubuh dapat mendorong individu untuk melakukan perubahan fisik guna mencapai citra diri yang diinginkan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa sebagian siswa cukup sering membandingkan penampilan fisik dirinya dengan konten yang ditampilkan oleh *beauty influencer* yang mereka lihat di media sosial. Media sosial, iklan, dan publik figur secara tidak langsung dapat membentuk standar kecantikan yang tinggi dan tidak realistis, yang sering kali menyebabkan remaja merasa tertekan untuk tampil sesuai dengan standar tersebut. Hal ini dapat menyebabkan remaja putri merasa kurang puas dengan bentuk tubuhnya, yang kemudian dikenal dengan istilah *body image* negatif.

Temuan lapangan tersebut sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang telah mengkaji mengenai pengaruh Konten *Beauty Influencer* terhadap *Body Image* siswa. Penelitian yang dilakukan oleh (Rosita et al., 2025) menunjukkan bahwa paparan konten *influencer* kecantikan mendorong munculnya ketidakpuasan citra tubuh melalui proses perbandingan sosial yang berulang, internalisasi standar kecantikan yang tidak realistis, serta tekanan untuk tampil sempurna di ruang digital. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa *influencer* kecantikan tidak hanya berperan sebagai penyedia informasi kecantikan, tetapi juga menjadi agen pembentuk persepsi tubuh yang berdampak pada aspek emosional, kognitif, dan relasi sosial individu.

Selain itu, Penelitian yang dilakukan oleh (Purwati et al., 2023) juga menyatakan bahwa penggunaan media sosial, khususnya yang didominasi oleh konten visual dan kecantikan, berperan dalam membentuk *body image* remaja, baik ke arah positif maupun negatif. Paparan konten tersebut mendorong remaja melakukan perbandingan sosial terhadap penampilan fisik, sehingga memengaruhi cara mereka menilai dan menerima tubuhnya sendiri. Temuan ini memperkuat bahwa media sosial merupakan faktor lingkungan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan *body image* remaja.

Ketidakpuasan remaja putri terhadap tubuhnya seringkali timbul akibat adanya pemahaman tentang tubuh ideal yang sudah ada dalam pikirannya dan dipicu oleh berbagai faktor yaitu media sosial, teman sebaya dan keluarga, akibatnya hal ini berujung pada remaja kurang percaya diri dan beralih memilih untuk terlalu memperhatikan penampilannya dengan cara memakai makeup berlebihan dan membawa sejumlah skincare kesekolah. Hal ini menjadikan ketika remaja terlalu fokus pada penampilan dapat mengalihkan perhatian terhadap pelajaran dan adanya konsekuensi negatif berupa menurunnya prestasi akademik hingga berperilaku konsumtif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan fakta yang telah ditemui, maka peneliti tertarik untuk melakukan studi dengan judul “Pengaruh Konten *Beauty Influencer* terhadap *Body Image* Siswa Kelas XI di SMA Negeri 5”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti selanjutnya mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Remaja merupakan pengguna aktif media sosial yang cenderung sering menonton dan terpapar konten *beauty influencer* yang menampilkan standar kecantikan tertentu.
2. Paparan konten *beauty influencer* mendorong remaja untuk melakukan perbandingan antara penampilan fisik dirinya dengan figur *beauty influencer* di media sosial.
3. Remaja menunjukkan kecenderungan merasa kurang puas dan kurang percaya diri terhadap bentuk tubuh, serta keinginan untuk mengubah penampilan fisiknya setelah melihat konten *beauty influencer*.
4. Adanya kriteria ideal mengenai *body image* secara pribadi mengakibatkan remaja putri menilai kritis bentuk tubuh yang dimilikinya.
5. Agar penelitian lebih terarah dan tidak meluas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh konten *beauty influencer* terhadap *body image* siswa kelas XI di SMA Negeri 5 Medan.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan permasalahan dalam studi ini bertujuan untuk memfokuskan ruang lingkup penelitian, guna memperoleh jawaban terhadap rumusan masalah secara lebih tepat guna dan efisien. Adapun Batasan yang dapat diberikan dalam studi ini ialah mengenai pengaruh konten *beauty influencer* terhadap *body image* siswa kelas XI SMA Negeri 5 Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, rumusan masalah dalam studi ini adalah: “Apakah terdapat pengaruh Konten *Beauty Influencer* terhadap *Body Image* siswa Kelas XI di SMA Negeri 5 Medan T.A 2025/2026?”

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari kajian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Konten *beauty influencer* terhadap *body image* siswa Kelas XI di SMA Negeri 5 Medan T.A 2025/2026

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian keilmuan di bidang Bimbingan dan Konseling serta psikologi pendidikan, khususnya terkait pengaruh konten *beauty influencer* terhadap *body image* siswa.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi sekolah Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi sekolah dalam merancang kebijakan dan program pendukung untuk membantu siswa mengembangkan konsep diri dan *body image* yang positif di tengah intensitas penggunaan media sosial.

b. Bagi Guru BK Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pengaruh konten *beauty influencer* terhadap persepsi diri siswa, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan

layanan bimbingan dan konseling yang berfokus pada penerimaan diri dan penguatan konsep diri positif.

- c. Bagi Siswa Penelitian ini diharapkan meningkatkan kesadaran siswa terhadap dampak konten *beauty influencer*, sehingga siswa mampu bersikap lebih kritis dan bijak dalam menggunakan media sosial serta membangun *body image* yang sehat.
- d. Bagi Peneliti Selanjutnya Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji permasalahan serupa, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh media sosial dan konten *beauty influencer* terhadap *body image* remaja.

