

ARTIKEL PENELITIAN

Eksplorasi Persepsi Tubuh pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna Media Sosial yang Mengikuti Idol K-pop

M. Zidan Affan Abyan & Ika Yuniar Cahyanti*

Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi tubuh pada perempuan dewasa awal pengguna media sosial yang mengikuti *idol* K-Pop menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik. Kasus dalam penelitian ini adalah pengalaman perempuan dewasa awal penggemar *idol* K-Pop dalam memaknai persepsi tubuhnya. Partisipan terdiri dari lima perempuan dewasa awal berusia 21 hingga 23 tahun yang aktif mengikuti *idol* K-Pop di media sosial dan berdomisili di berbagai kota di Indonesia. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur yang mendalam dalam dua sesi, dan dianalisis mengikuti tahapan analisis data kualitatif dari Creswell dan Creswell (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh partisipan mengenali standar kecantikan K-Pop namun tidak menerimanya secara bulat, dan mengalami upward social comparison dengan fokus, intensitas, dan dampak yang berbeda-beda, dengan cara memaknai konten yang tampak lebih menentukan daripada frekuensi paparan. Paparan konten *idol* tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat pula menjadi sumber motivasi perawatan diri dan peningkatan kepercayaan diri. Secara keseluruhan, tidak ditemukan satu pola tunggal, melainkan persepsi tubuh pada kelima partisipan bersifat kompleks dan sangat individual, yang dipengaruhi oleh nilai dan pendirian pribadi, kondisi emosional, dan dukungan lingkungan.

Kata kunci: *persepsi tubuh, perbandingan sosial, idol K-Pop, media sosial, perempuan dewasa awal*

ABSTRACT

This study aims to explore body image among early adult women who use social media and follow K-Pop idols, using a qualitative approach with an intrinsic case study design. The case in this study is the experience of early adult women who are K-Pop fans in making sense of their body image. Participants consisted of five early adult women aged 21 to 23 years who actively follow K-Pop idols on social media and reside in various cities in Indonesia. Data were collected through semi-structured, in-depth interviews conducted in two sessions and analyzed following the qualitative data analysis procedures of Creswell and Creswell (2018). The findings indicate that all participants recognized K-Pop beauty standards but did not accept them uncritically, and experienced upward social comparison that varied in focus, intensity, and impact, with how they processed and interpreted content appearing more decisive than the frequency of exposure. Exposure to K-Pop idol content does not always affect body image negatively, but could also serve as a source of motivation for self-care and increased self-confidence. Overall, no single pattern emerged. Instead, body image among the five participants was complex and highly individual, influenced by personal values and standards, emotional state, and environmental support.

Keywords: *body image, social comparison, K-Pop idols, social media, early adult women*

PENDAHULUAN

Di era perkembangan teknologi yang semakin maju, penggunaan media sosial menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2025 bertambah sekitar 4 juta pengguna atau tumbuh 2,9% dibanding Januari 2024. Riset yang dilakukan oleh Muhamad (2025) menunjukkan bahwa *platform* yang paling banyak digunakan meliputi WhatsApp (91,7%), Instagram (84,6%), Facebook (83%), TikTok (77,4%), dan Telegram (61,6%). Pengguna media sosial didominasi oleh kelompok usia 16 tahun ke atas, dengan 47,1% di antaranya menggunakan media sosial untuk mencari konten berupa artikel maupun video (Ahdiat, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa kelompok usia dewasa awal termasuk pengguna aktif media sosial dengan intensitas yang tinggi.

Masa dewasa awal, yang menurut Santrock (2021) merupakan periode perkembangan yang dimulai pada awal usia 20-an hingga usia 30-an tahun, ditandai dengan upaya individu dalam membangun kemandirian personal maupun ekonomi. Pada fase ini, individu menghadapi berbagai tugas perkembangan penting, seperti membangun karier, memilih pasangan hidup, hingga mulai membangun keluarga. Santrock (2021) menekankan bahwa dewasa awal adalah masa di mana individu berjuang menemukan tempat mereka di tengah masyarakat dan berkomitmen pada kehidupan yang lebih stabil, meskipun proses tersebut sering kali memakan waktu lebih lama dari yang dibayangkan. Di tengah upaya menetap ini, individu terkadang masih mempertanyakan jati diri mereka dalam menghadapi realitas sosial yang pragmatis.

Masa dewasa awal juga merupakan fase transisi dari masa remaja, di mana individu mulai beralih dari proses pencarian identitas menuju pembentukan identitas diri yang lebih stabil. Jika pada masa remaja individu masih berada dalam tahap eksplorasi jati diri, maka pada masa dewasa awal identitas tersebut mulai terbentuk secara bertahap seiring dengan kematangan mental dan bertambahnya usia (Paputungan, 2023). Namun demikian, fase ini juga ditandai oleh berbagai tantangan perkembangan yang dapat memengaruhi kestabilan diri individu, termasuk dalam hal persepsi tubuh. Karakteristik inilah yang menjadikan perempuan dewasa awal relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan persepsi tubuh. Sebagai pengguna media sosial yang intens sekaligus individu yang sedang mengukuhkan identitas dirinya, cara mereka menilai dan memaknai tubuh berlangsung di tengah tekanan standar penampilan yang mereka temui sehari-hari.

Meningkatnya intensitas penggunaan media sosial membawa berbagai dampak, baik positif maupun negatif. Salah satu dampak negatif yang menonjol adalah pengaruhnya terhadap persepsi tubuh individu. Konten yang ditampilkan di media sosial kerap merepresentasikan standar kecantikan tertentu, sehingga memunculkan tekanan sosial untuk tampil sesuai dengan citra ideal yang ditampilkan. *Platform* seperti Instagram, Facebook, dan TikTok sering kali menampilkan foto-foto yang telah melalui proses penyuntingan untuk menciptakan kesan kecantikan yang sempurna dan tidak realistis (Nurdin dkk., 2024). Paparan berulang terhadap konten semacam ini dapat menimbulkan tekanan psikologis dan mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang dibentuk secara sosial.

Selain itu, media sosial juga menjadi ruang masuknya arus budaya global, salah satunya *Korean Wave* (Hallyu), yang memiliki pengaruh besar terhadap cara individu memaknai kecantikan dan gaya hidup. Sebelum menguatnya pengaruh budaya Korea, standar kecantikan perempuan telah lama dibentuk oleh stigma sosial yang sempit, di mana kecantikan sering diidentikkan dengan kulit putih, tubuh kurus dan tinggi, serta wajah tanpa jerawat (Ginting dkk., 2022). Representasi tersebut secara konsisten ditampilkan dalam media dan budaya populer, sehingga memengaruhi cara perempuan menilai tubuhnya sendiri. Maraknya produk kecantikan di media sosial yang menggunakan model dengan kriteria tertentu turut memperkuat gambaran visual tubuh yang dianggap ideal. Menurut Andini (2020), paparan berulang terhadap gambaran tubuh ideal di media diketahui dapat memunculkan ketidakpuasan terhadap tubuh karena standar yang ditampilkan sering kali tidak realistis dan sulit dicapai oleh kebanyakan individu.

Standar kecantikan tersebut semakin diperkuat dan dimodifikasi dengan hadirnya fenomena *Korean Wave* serta pengaruh *idol* K-Pop yang mulai diterima sebagai standar kecantikan global (Buhphang, 2024). Figur *idol* Korea yang selalu tampil sempurna menjadi acuan bagi banyak penggemar, khususnya perempuan, yang kemudian melahirkan istilah *Korean beauty standard*. *Korean beauty standard* menggambarkan konsep kecantikan ideal yang populer dalam industri hiburan Korea, di mana para *idol* umumnya menampilkan citra dengan tubuh ramping, kulit mulus, serta fitur wajah tertentu. Paparan yang intens terhadap penampilan *idol* melalui *music video*, *performance*, dan pemotretan menciptakan persepsi mengenai citra kecantikan ideal. Akibatnya, sebagian penggemar cenderung membandingkan diri mereka dengan figur *idol* tersebut dan terdorong untuk menyesuaikan diri dengan standar yang ditampilkan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi persepsi dan kepuasan terhadap tubuh mereka sendiri (Buhphang, 2024).

Media sosial turut memperkuat eksposur terhadap standar tersebut melalui beragam konten yang menampilkan figur *idol* di berbagai *platform*. Bentuk konsumsi penggemar terhadap *idol* cukup beragam, mulai dari mengikuti akun media sosial *idol*, menonton *music video*, hingga mengonsumsi *vlog* harian, aktivitas olahraga, dan potongan *performance* yang direkomendasikan melalui algoritma Instagram dan TikTok hampir setiap hari. Paparan konten yang berulang ini membentuk dan menegaskan persepsi tubuh ideal *idol* bagi penggemar. Kondisi ini berpotensi mendorong munculnya perbandingan sosial dan memengaruhi kepuasan terhadap tubuh individu. Bahkan, Wulandari (2022) menemukan bahwa intensitas menonton tayangan K-Pop dan citra tubuh masing-masing berkaitan dengan risiko gangguan perilaku makan, sehingga persoalan ini berpotensi berdampak serius.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Festinger (1954), yaitu proses ketika individu menilai pendapat dan kemampuannya dengan membandingkannya dengan orang lain, terutama ketika tidak terdapat ukuran objektif yang dapat dijadikan acuan. Pada penggemar K-Pop, perbandingan sosial muncul ketika individu mengaitkan penampilan dirinya dengan figur *idol* yang sering dilihat di media sosial. Ketika standar yang ditampilkan tidak realistis, individu berpotensi mengalami ketidakpuasan terhadap tubuhnya. Proses perbandingan sosial yang berulang ini pada akhirnya berkaitan dengan cara individu menilai dan memaknai tubuhnya sendiri, yaitu persoalan yang berpusat pada konsep persepsi tubuh.

Persepsi tubuh sendiri merupakan konsep yang lebih luas daripada sekadar proses perbandingan, dan dalam penelitian ini dipilih secara khusus sebagai fokus utama di antara berbagai konstruk yang berkaitan dengan tubuh. Grogan (2022) menegaskan bahwa persepsi tubuh mencakup lebih dari sekadar kekhawatiran terhadap berat dan bentuk tubuh, sehingga menjadi konsep yang lebih luas untuk memahami cara individu menilai, memikirkan, dan merasakan tubuhnya, baik secara positif maupun negatif. Konstruk lain yang berkaitan cenderung hanya menangkap sebagian dari gambaran tersebut. *Body dissatisfaction*, misalnya, hanya menyoroti sisi negatif dari persepsi tubuh, sehingga berisiko menganggap sejak awal bahwa setiap individu yang terpapar pasti terdampak secara negatif. Adapun perbandingan sosial pada dasarnya adalah proses yang mengantarkan individu pada penilaian terhadap tubuhnya, bukan penilaian tubuh itu sendiri. Dengan memilih persepsi tubuh sebagai fokus, penelitian ini dapat menangkap pengalaman partisipan secara utuh dan terbuka terhadap kemungkinan bahwa respons terhadap paparan *idol* K-Pop tidak seragam, tanpa menetapkan arah dampaknya sejak awal.

Secara lebih rinci, persepsi tubuh didefinisikan sebagai persepsi, pikiran, dan perasaan seseorang mengenai tubuhnya (Grogan, 2022). Definisi ini menunjukkan bahwa persepsi tubuh bersifat multidimensi, mencakup dua sisi utama. Sisi perseptual berkaitan dengan bagaimana individu memperkirakan ukuran dan bentuk tubuhnya, sedangkan sisi attitudinal berkaitan dengan sikap terhadap tubuh, yang diuraikan ke dalam empat komponen, yaitu evaluasi terhadap tubuh, afeksi berupa perasaan yang menyertainya, kognisi berupa keyakinan dan perhatian terhadap penampilan, serta perilaku seperti menghindari situasi yang memperlihatkan tubuh (Thompson dkk., 2012, dalam Grogan, 2022). Persepsi tubuh juga tidak bersifat tetap, melainkan dinamis dan dapat berfluktuasi, sebagaimana gagasan elastisitas yang dikemukakan Schilder (1950, dalam Grogan, 2022), serta terbentuk melalui interaksi individu dengan orang lain sehingga rentan dipengaruhi lingkungan sosial. Karena cakupannya yang luas, persepsi tubuh dapat bersifat positif ketika individu menilai dan

menerima tubuhnya secara baik, maupun negatif. Kondisi negatif ini dikenal sebagai *body dissatisfaction*, yaitu pikiran dan perasaan negatif terhadap tubuh yang umumnya melibatkan kesenjangan antara tubuh yang dipersepsikan dan gambaran tubuh yang dianggap ideal (Grogan, 2022).

Kesenjangan semacam ini dapat diperlebar oleh paparan konten yang menonjolkan tubuh ideal, yang berpotensi mengganggu cara individu menilai dan memaknai tubuhnya sendiri. Perlu disadari bahwa standar kecantikan yang beredar di media sering kali telah melalui proses penyuntingan sehingga berbeda dari kenyataan. Paparan berulang terhadap citra *idol* dengan tipe tubuh dan standar kecantikan tertentu mendorong penggemar untuk menyesuaikan diri dengan standar tersebut, yang pada akhirnya dapat menimbulkan rasa tidak percaya diri dan ketidakpuasan terhadap tubuh (Buhphang, 2024). Individu yang mengalami *body dissatisfaction* cenderung memandang tubuhnya sebagai tidak ideal dan terdorong melakukan berbagai upaya untuk menyesuaikan diri, seperti mengubah pola makan, penampilan, maupun gaya hidup. Upaya tersebut menjadi semakin relevan pada masa dewasa awal, yaitu fase kehidupan yang ditandai oleh proses pembentukan dan penguatan identitas diri.

Di Indonesia, pengaruh budaya Korea tidak hanya terbatas pada musik dan drama, tetapi telah menyentuh cara generasi muda memaknai standar penampilan fisik. Gambaran tubuh ideal para *idol* yang tersebar di media sosial menciptakan standar kecantikan yang sulit dicapai, namun dianggap wajar oleh para penggemar. Kondisi ini memicu persepsi di kalangan perempuan Indonesia bahwa standar kecantikan Korea adalah standar kecantikan yang ideal. Melalui *platform* seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, penggemar dengan mudah mengakses konten *K-Beauty* yang secara perlahan menggeser standar kecantikan lokal. Pengaruh ini mendorong mereka untuk mengubah penampilan agar sesuai dengan tren Korea, seperti menggunakan produk pemutih kulit, mengikuti gaya riasan tertentu, hingga menjalani prosedur kecantikan (Prameswari dkk., 2025). Fenomena pergeseran standar kecantikan ini menunjukkan adanya dampak psikologis dan perilaku yang nyata, sehingga memerlukan kajian lebih mendalam mengenai kelompok usia yang terdampak.

Fokus penelitian ini pada perempuan memiliki dasar yang jelas. Grogan (2022) menjelaskan bahwa perempuan pada umumnya memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, meskipun perbedaan ini turut dipengaruhi faktor seperti usia, harga diri, dan sejauh mana individu menginternalisasi standar tubuh ideal. Perbedaan itu juga tampak pada arah keinginannya, yaitu perempuan cenderung ingin menurunkan berat badan dan mengejar tubuh langsing, sementara keinginan laki-laki lebih beragam. Kecenderungan ini sejalan dengan temuan Cash (2000, dalam Grogan, 2022) bahwa perempuan memperoleh skor lebih rendah pada evaluasi penampilan dan kepuasan terhadap bagian tubuhnya, serta lebih tinggi pada kekhawatiran akan kelebihan berat badan dan orientasi terhadap penampilan. Selain itu, Grogan (2022) menyatakan bahwa media turut menyumbang ketidakpuasan tubuh melalui penggambaran ideal yang tidak realistis, dan bahwa ketidakpuasan tubuh merupakan ancaman bagi kesejahteraan yang berkaitan dengan sejumlah perilaku berisiko bagi kesehatan. Berdasarkan hal tersebut, perempuan menjadi kelompok yang relevan untuk dikaji dalam konteks paparan standar tubuh ideal di media sosial.

Sebagian besar penelitian sebelumnya mengenai pengaruh media sosial dan budaya populer terhadap persepsi tubuh masih berfokus pada kelompok remaja. Sementara itu, kajian yang menggali pengalaman subjektif perempuan dewasa awal dalam menginternalisasi standar kecantikan dari *idol* K-Pop masih terbatas. Padahal, sejumlah penelitian kuantitatif di Indonesia menunjukkan bahwa perempuan dewasa awal merupakan kelompok yang rentan mengalami *body dissatisfaction* akibat penggunaan media sosial. Penelitian terhadap 304 perempuan usia 18-25 tahun menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap *body image dissatisfaction* (Lukman dkk., 2023). Temuan serupa ditunjukkan oleh studi kuantitatif pada 228 mahasiswi di Surabaya yang menunjukkan adanya hubungan positif signifikan antara penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* (Maimunah & Satwika, 2021). Selain itu, penelitian lain melaporkan hubungan yang kuat antara perbandingan sosial di TikTok dengan ketidakpuasan tubuh pada perempuan dewasa awal (Arthantie & Rahmasari, 2024).

Penelitian-penelitian tersebut telah memberikan gambaran umum mengenai adanya hubungan antarfaktor. Namun, angka-angka statistik tersebut belum mampu menjelaskan bagaimana dinamika batin, emosi, dan proses pemaknaan mendalam yang dialami perempuan dewasa awal saat berhadapan dengan standar kecantikan Korea. Gambaran pada tingkat kelompok juga belum menjelaskan keragaman cara individu merespons paparan tersebut, mengingat tidak semua orang yang terpapar standar kecantikan *idol* serta-merta mengalami persepsi tubuh negatif. Sebagian individu mungkin menginternalisasinya, sementara sebagian lain menegosiasikan atau bahkan menolaknya berdasarkan nilai dan pengalaman hidupnya. Keragaman respons inilah yang justru belum banyak tergal. Dengan demikian, masih terdapat keterbatasan pemahaman mengenai proses psikologis dan sosial yang melatarbelakangi terbentuknya persepsi tubuh pada kelompok ini, sehingga diperlukan penelitian kualitatif yang mampu menelusuri pengalaman personal perempuan dewasa awal secara lebih mendalam dari perspektif psikologis dan sosial.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi tubuh pada perempuan dewasa awal pengguna media sosial yang mengikuti *idol* K-Pop, termasuk bagaimana mereka memaknai, menilai, dan merespons standar kecantikan yang ditampilkan *idol* K-Pop di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman mengenai bagaimana standar kecantikan yang berkembang melalui budaya populer Korea dimaknai oleh perempuan dewasa awal, serta kaitannya dengan kesejahteraan psikologis mereka. Lebih lanjut, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan awal bagi studi lanjutan maupun pertimbangan dalam pengembangan program di bidang kesehatan mental dan sosial.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik. Desain studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada penggalan secara mendalam terhadap suatu kasus dalam konteks kehidupan nyata. Studi kasus intrinsik digunakan ketika peneliti ingin memahami secara mendalam suatu kasus tertentu karena kasus itu sendiri dipandang unik dan menarik untuk dipahami, tanpa tujuan menggeneralisasi. Penelitian ini menggunakan studi kasus intrinsik karena fokusnya adalah memahami secara mendalam pengalaman pada kasus yang diteliti demi kasus itu sendiri, bukan untuk menggeneralisasi temuan ke populasi yang lebih luas. Pemilihan studi kasus intrinsik juga berangkat dari ketertarikan intrinsik peneliti terhadap fenomena perbandingan diri dengan figur *idol* di media sosial, yang mendorong peneliti untuk memahami secara mendalam bagaimana pengalaman tersebut dialami dan dimaknai oleh individu yang menjalaninya.

Teknik penentuan subjek penelitian menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan subjek secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian (Creswell & Creswell, 2018). Teknik ini dipilih karena penelitian kualitatif dengan desain studi kasus tidak bertujuan untuk melakukan generalisasi statistik, melainkan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengalaman unik individu yang memiliki karakteristik relevan dengan fenomena yang diteliti. Dalam praktiknya, teknik *purposive sampling* ini dikombinasikan dengan teknik *snowball*, yaitu mengidentifikasi partisipan yang kaya informasi melalui rujukan dari pihak yang mengetahui calon partisipan yang sesuai (Creswell & Poth, 2018).

Partisipan

Dalam penelitian ini, kasus dibatasi pada pengalaman lima perempuan dewasa awal pengguna media sosial yang aktif mengikuti *idol* K-Pop, dalam membentuk dan memaknai persepsi terhadap tubuhnya, sebagaimana digali selama periode pelaksanaan penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah perempuan dewasa awal yang berada pada rentang usia awal 20-an hingga 30-an tahun, sesuai dengan klasifikasi perkembangan Santrock (2021). Meskipun rentang usia dewasa awal cukup luas, penelitian ini secara spesifik melibatkan partisipan yang berada pada rentang usia 21 hingga 23 tahun. Karakteristik utama subjek adalah perempuan yang aktif mengikuti *idol* K-Pop sekaligus merupakan pengguna media sosial. Kriteria mengikuti *idol* K-Pop dalam penelitian ini ditetapkan melalui desain

studi kasus intrinsik (Creswell & Poth, 2018), di mana kasus yang mengikat seluruh partisipan adalah keterlibatan aktif mereka sebagai anggota komunitas penggemar (*fandom*). Aktivitas ini dicirikan oleh paparan dan konsumsi konten visual *idol* secara berkelanjutan setiap hari dengan akumulasi durasi minimal 1 hingga 2 jam per hari, yang disesuaikan dengan ambang batas minimal waktu konsumsi harian di antara para partisipan. Penggunaan media sosial dalam penelitian ini tidak dibatasi pada platform tertentu, mengingat fokus penelitian terletak pada pengalaman subjektif partisipan terhadap konten *idol* K-Pop secara umum.

Proses rekrutmen subjek penelitian dilakukan melalui media sosial dan jaringan personal peneliti. Informasi mengenai penelitian disebarkan melalui berbagai platform digital dan komunitas penggemar K-Pop untuk menjangkau calon partisipan yang memenuhi kriteria. Cara ini dipilih karena komunitas penggemar K-Pop memiliki basis interaksi yang kuat di ruang digital, sehingga memudahkan peneliti dalam menemukan partisipan yang memiliki kedekatan emosional dan intensitas paparan yang tinggi terhadap figur *idol*.

Pelaksanaan wawancara secara daring disesuaikan dengan karakteristik subjek yang merupakan pengguna aktif media sosial, sekaligus memberikan fleksibilitas bagi partisipan untuk menceritakan pengalaman subjektif mereka tanpa batasan geografis. Adanya kendala teknis berupa gangguan jaringan internet selama wawancara daring berlangsung telah diantisipasi oleh peneliti dengan melakukan konfirmasi ulang langsung pada bagian yang terputus, serta melakukan verifikasi kembali terhadap transkrip hasil wawancara kepada partisipan (*member-checking*) untuk memastikan keutuhan dan keaslian data yang diperoleh.

Teknik Penggalan Data

Teknik penggalan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan wawancara semi-terstruktur sebagai instrumen utama pengumpulan data. Pemilihan wawancara sebagai teknik penggalan data didasarkan pada tujuan penelitian yang berupaya memahami pengalaman dan makna subjektif perempuan dewasa awal dalam membentuk persepsi tubuh setelah terpapar konten *idol* K-Pop di media sosial. Teknik ini dipandang relevan karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam pandangan, pengalaman, serta pemaknaan partisipan terhadap fenomena yang diteliti.

Bentuk wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Sebelum digunakan untuk pengambilan data, pedoman wawancara tersebut terlebih dahulu dinilai oleh tiga dosen Fakultas Psikologi Universitas Airlangga sebagai penilai ahli. Penilaian ini bertujuan memastikan bahwa setiap pertanyaan relevan, jelas, sesuai dengan tujuan penelitian, dan tidak mengarahkan jawaban partisipan. Masukan dari para penilai kemudian digunakan untuk memperbaiki susunan dan redaksi pertanyaan, dan setelah dinyatakan layak, pedoman wawancara tersebut digunakan dalam proses pengambilan data.

Pengumpulan data berlangsung dalam dua sesi untuk setiap partisipan. Sebagian besar wawancara dilaksanakan secara daring menggunakan aplikasi pertemuan virtual. Empat dari lima partisipan menjalani kedua sesi wawancara secara daring, sedangkan satu partisipan diwawancarai secara langsung (tatap muka) pada sesi pertama dan secara daring pada sesi kedua.

Teknik Kredibilitas Penelitian

Teknik kredibilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *member checking*, *peer debriefing*, dan *enabling external audits* (*jejak audit*). *Member checking* dilakukan dengan membawa kembali tema-tema dan hasil analisis, bukan transkrip atau data mentah, kepada partisipan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti mengenai persepsi tubuh dan pengalaman perbandingan sosial telah sesuai dengan makna yang dimaksudkan oleh partisipan. *Peer debriefing* dilakukan melalui konsultasi dengan dosen pembimbing yang memberikan masukan terhadap proses pengkodean dan interpretasi tema, guna memastikan bahwa analisis yang dihasilkan konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan.

Proses audit dilakukan dengan mendokumentasikan setiap tahapan penelitian secara sistematis, mulai dari rekaman wawancara, transkripsi verbatim, catatan lapangan, hingga proses penarikan tema.

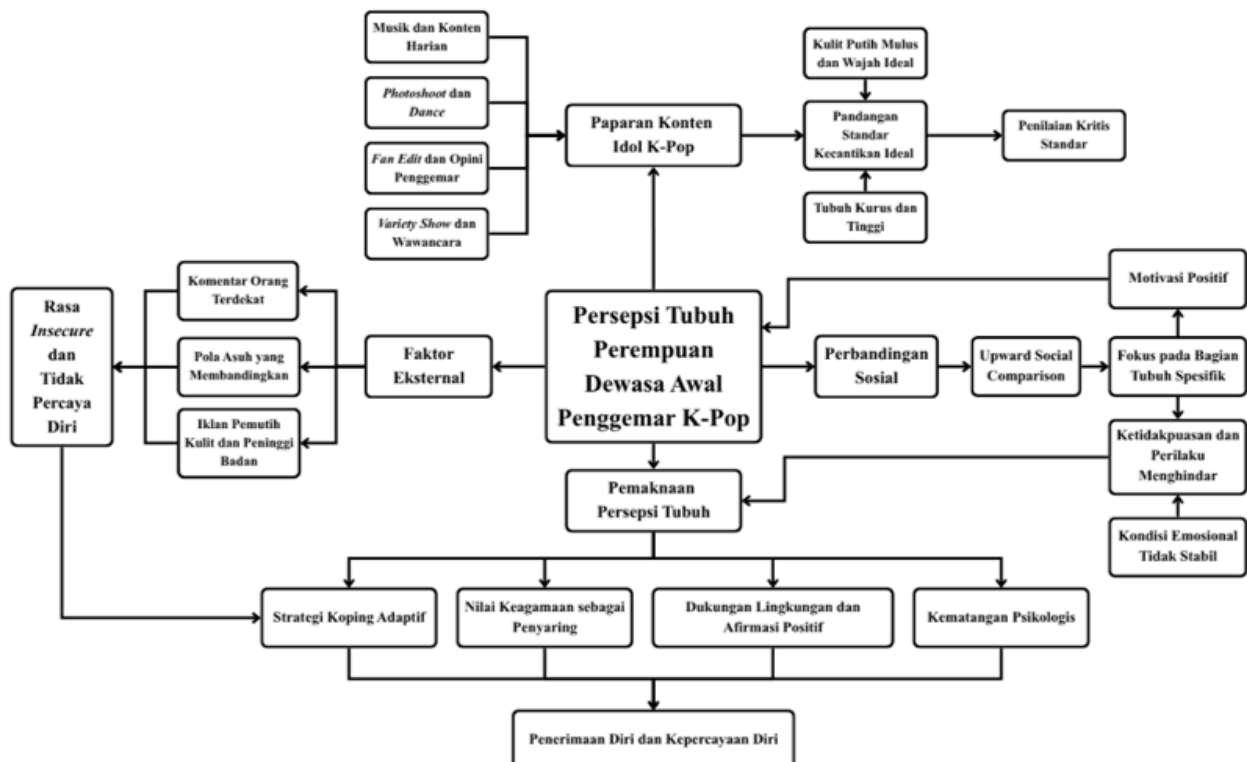
HASIL PENELITIAN

Kelima partisipan mengakses konten *idol* K-Pop melalui kombinasi beberapa *platform* secara bersamaan, dengan Instagram dan TikTok sebagai platform yang paling dominan. Jenis konten yang dikonsumsi bervariasi antarindividu, dan intensitas konsumsi konten tidak selalu sejalan dengan dampaknya terhadap persepsi tubuh. Cara setiap partisipan memproses dan memaknai konten yang dikonsumsi tampak lebih menentukan dalam membentuk persepsi tubuhnya dibandingkan sekadar frekuensi paparan.

Seluruh partisipan mengenali standar kecantikan K-Pop secara spesifik, namun tidak ada satu pun yang menerima standar tersebut secara bulat tanpa kritik. Setiap partisipan membangun interpretasinya sendiri terhadap standar kecantikan yang ditampilkan *idol* berdasarkan nilai, pengalaman, dan konteks hidupnya masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa para partisipan berperan sebagai agen aktif yang secara kritis menegosiasikan makna dari standar kecantikan tersebut.

Seluruh partisipan mengalami *upward social comparison* ketika terpapar konten *idol* K-Pop, namun dengan fokus, intensitas, dan dampak yang berbeda-beda. Perbandingan sosial yang muncul bersifat spesifik pada aspek tubuh tertentu dan tidak semata-mata dipicu oleh konten *idol* K-Pop, melainkan juga oleh faktor eksternal lain seperti komentar orang terdekat, iklan di media sosial, dan pola asuh keluarga. Dampak perbandingan sosial terhadap persepsi tubuh dipengaruhi oleh kondisi emosional partisipan saat mengonsumsi konten, dan bagi partisipan yang memegang nilai keagamaan tertentu, nilai tersebut tampak berperan sebagai penyaring yang memengaruhi cara ia merespons hasil perbandingan tersebut.

Bagan Persepsi Tubuh Perempuan Dewasa Awal Penggemar K-Pop



PEMBAHASAN

Pengalaman yang digali mencerminkan fase perkembangan yang sama meskipun konteks kehidupan masing-masing individu berbeda. Keberagaman status kehidupan partisipan, yang mencakup mahasiswa yang sedang menyelesaikan skripsi, individu yang sedang menunggu wisuda, pekerja yang telah memasuki dunia profesional, serta individu yang sedang dalam proses melamar pekerjaan, memberikan variasi perspektif yang kaya dalam memahami bagaimana perempuan dewasa awal dengan berbagai konteks kehidupan memaknai persepsi tubuh mereka. Hal ini sejalan dengan karakteristik masa dewasa awal yang dijelaskan Liberska & Malina (2011) sebagai periode yang penuh tantangan serta menuntut pengambilan keputusan terkait peran sosial baru. Partisipan juga berasal dari latar domisili yang berbeda, yakni Surabaya, Bontang, Jakarta, dan Gresik, sehingga pengalaman yang digali mencerminkan keragaman konteks geografis. Selain itu, seluruh partisipan telah mengikuti *idol* K-Pop dalam jangka waktu yang cukup lama, berkisar antara tujuh hingga empat belas tahun, sehingga pengalaman yang mereka ceritakan bukan merupakan paparan yang bersifat sesaat, melainkan pengalaman yang telah terakumulasi dan turut memengaruhi cara mereka memandang tubuh dalam jangka panjang.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kelima partisipan memiliki pola konsumsi konten *idol* K-Pop yang beragam, baik dari segi platform yang digunakan, jenis konten yang dikonsumsi, maupun intensitas paparan yang dialami. Secara keseluruhan, Instagram dan TikTok menjadi platform yang paling dominan digunakan oleh seluruh partisipan, sementara Twitter, Weverse, dan YouTube digunakan secara lebih selektif sesuai preferensi dan kebutuhan masing-masing individu. Perbedaan platform ini turut menghadirkan perbedaan dalam bentuk dan gaya konten yang diterima partisipan, sejalan dengan konsep *platform specificity* yang dijelaskan Colombo dkk. (2023), yang menyatakan bahwa setiap platform memiliki cara tersendiri dalam memformat, memeringkat, dan merekomendasikan konten kepada penggunanya. Mekanisme pemeringkatan dan rekomendasi inilah yang membuat konten *idol* K-Pop terus hadir di hadapan partisipan bahkan tanpa pencarian aktif, sehingga paparan terhadap representasi tubuh ideal *idol* K-Pop tidak hanya terjadi ketika partisipan secara sadar mencari konten tersebut, tetapi juga hadir secara organik sebagai bagian dari pengalaman sehari-hari menggunakan media sosial.

Meskipun seluruh partisipan menggunakan *platform* yang relatif serupa, intensitas konsumsi konten antarpartisipan cukup beragam. VC menunjukkan intensitas tertinggi dengan mengonsumsi konten setiap ada waktu luang dan bahkan memperluas keterlibatannya hingga ke event komunitas penggemar secara offline. FZ juga menunjukkan intensitas yang tinggi melalui kebiasaan *doomscrolling* yang membuatnya mengakses konten hampir setiap hari. NZ berada pada tingkat menengah dengan durasi sekitar dua jam per hari, meskipun intensitasnya menurun sejak memasuki kuliah, sementara LY memiliki waktu konsumsi yang lebih terbatas karena kesibukan profesionalnya, dan VL menunjukkan intensitas terendah dengan pola paparan yang lebih pasif. Yang menarik untuk dicermati, perbedaan intensitas konsumsi ini tidak selalu sejalan dengan perbandingan sosial yang dialami. VL yang memiliki intensitas konsumsi terendah tetap mengalami perbandingan sosial yang cukup kuat, sementara LY yang mengonsumsi konten secara rutin justru memiliki persepsi tubuh yang paling positif di antara partisipan. Kedua kasus ini menyoroti titik yang berbeda dalam rangkaian paparan, perbandingan sosial, dan persepsi tubuh, tetapi sama-sama menunjukkan bahwa kaitan antara frekuensi paparan dan hasil akhirnya tidak bersifat linear. Pada partisipan dalam penelitian ini, hal tersebut mengindikasikan bahwa frekuensi paparan konten bukan satu-satunya penentu dampak terhadap persepsi tubuh, melainkan cara individu memproses dan memaknai konten yang dikonsumsi turut menentukan. Jenis konten yang dikonsumsi juga berimplikasi pada jenis perbandingan sosial yang muncul. Temuan dari VC memperlihatkan bahwa konten variety show dan wawancara yang menampilkan cara duduk dan berdiri *idol* secara natural pun dapat memicu kesadaran terhadap aspek postur tubuh yang sebelumnya tidak diperhatikan. Hal ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial dapat terpicu bahkan dari aspek penampilan yang tidak secara langsung berkaitan dengan standar kecantikan yang umum.

Cara partisipan memaknai standar kecantikan yang ditampilkan *idol* K-Pop menjadi landasan penting

bagi proses perbandingan sosial yang mereka alami. Menariknya, meskipun seluruh partisipan mengenali standar kecantikan K-Pop secara spesifik, mencakup tubuh kurus, tinggi, kulit putih, dan fitur wajah tertentu, tidak ada satu pun dari mereka yang menerima standar tersebut secara bulat dan tanpa kritik. FZ dan VL menilai standar tubuh *idol* sebagai sesuatu yang terlalu kurus dan tidak sehat, namun tetap mengagumi aspek-aspek tertentu dari penampilan *idol*. VC mengakui ketatnya standar kecantikan Korea, namun justru mengembangkan empati terhadap tekanan yang dialami *idol*, sambil di sisi lain tetap mengadopsi elemen tertentu seperti tren *makeup* Korea. NZ memaknai standar kecantikan *idol* dengan menempatkannya dalam kerangka nilai keagamaan yang dianutnya, sehingga ia mengagumi standar tersebut namun memberikan batasan yang jelas dalam cara ia meresponsnya. LY merupakan satu-satunya partisipan yang secara konsisten memaknai standar kecantikan *idol* bukan sebagai tolok ukur yang harus dicapai, melainkan sebagai sumber inspirasi yang dapat diadaptasi sesuai dengan karakteristik dan keunikan dirinya. Keberagaman cara pemaknaan ini menunjukkan bahwa para partisipan bukan merupakan penerima pasif dari standar kecantikan yang disebarkan melalui konten *idol* K-Pop, melainkan agen aktif yang secara kritis menegosiasikan makna dari standar tersebut dalam konteks nilai dan pengalaman hidupnya masing-masing.

Seluruh partisipan dalam penelitian ini mengalami proses *upward social comparison* ketika terpapar konten *idol* K-Pop, meskipun dengan intensitas, fokus, dan arah yang berbeda-beda. Temuan ini dapat dipahami melalui teori perbandingan sosial Festinger (1954), yang menyatakan bahwa dorongan untuk mengevaluasi diri melalui perbandingan dengan orang lain merupakan mekanisme psikologis yang melekat dalam kehidupan sosial manusia. Fokus perbandingan bervariasi antarindividu. FZ lebih banyak membandingkan berat badan dan proporsi tubuh secara keseluruhan, VL berfokus pada kondisi perutnya yang spesifik, VC membandingkan tinggi badan, warna kulit, dan postur tubuhnya, sementara NZ lebih banyak membandingkan kondisi kulit wajah. Fokus pada bagian tubuh tertentu ini sejalan dengan temuan Dwiputeri & Maulina (2015) bahwa penggemar perempuan Indonesia membandingkan berbagai bagian tubuh, seperti bentuk badan, kulit, dan wajah, dengan *idol* K-Pop perempuan, dan perbandingan tersebut berkontribusi terhadap ketidakpuasan tubuh. Di antara kelima partisipan, LY merupakan satu-satunya yang secara konsisten berhasil mengarahkan perbandingan sosial ke arah yang konstruktif tanpa mengalami dampak negatif yang berarti. Hal ini menunjukkan bahwa standar kecantikan *idol* K-Pop tidak diterima secara monolitik oleh seluruh penggemar, melainkan setiap individu secara selektif memilih aspek tertentu sebagai titik acuan perbandingannya.

Rangkaian temuan ini memperlihatkan mekanisme bagaimana paparan konten *idol* K-Pop dapat memengaruhi persepsi tubuh partisipan. Paparan yang berulang terhadap representasi tubuh ideal *idol* menjadikan *idol* sebagai figur acuan dalam perbandingan ke atas. Perbandingan tersebut memunculkan kesadaran akan kesenjangan antara kondisi tubuh partisipan dan tubuh ideal yang dipersepsikan, dan kesenjangan inilah yang kemudian dapat berkembang menjadi penilaian serta perasaan negatif terhadap bagian tubuh tertentu. Namun, rangkaian ini tidak berjalan secara otomatis maupun seragam. Kondisi emosional saat mengonsumsi konten, nilai pribadi yang dianut, serta faktor eksternal di luar konten *idol* turut menentukan apakah perbandingan tersebut berujung pada ketidakpuasan, motivasi, atau justru penerimaan diri. Hal ini menjelaskan mengapa paparan yang serupa dapat menghasilkan persepsi tubuh yang berbeda-beda antarpartisipan.

Temuan penting dalam penelitian ini adalah bahwa dampak perbandingan sosial terhadap persepsi tubuh tidak semata-mata bergantung pada intensitas paparan konten, melainkan juga dipengaruhi oleh kondisi emosional individu pada saat mengonsumsi konten tersebut. FZ secara eksplisit menyatakan bahwa perbandingan sosial terasa lebih berat ketika kondisi mentalnya sedang tidak baik, sementara VL menunjukkan pola serupa, yakni dampak konten terhadap perbandingan sosial bergantung pada suasana hatinya. Temuan ini sejalan dengan pandangan Cash (dalam Thompson & Schaefer, 2019) bahwa persepsi tubuh merupakan konstruk multidimensi yang melibatkan aspek kognitif, afektif, dan perilaku. Adanya dimensi afektif dalam persepsi tubuh menjelaskan mengapa kondisi emosional partisipan turut memengaruhi cara mereka mengalami perbandingan sosial. Penelitian ini juga menemukan bahwa perbandingan sosial tidak hanya dipicu oleh konten *idol* K-Pop secara langsung, tetapi juga oleh faktor-faktor eksternal lainnya. Komentar ayah VL tentang kondisi perutnya, iklan produk pemutih kulit dan peninggi badan yang dilihat VC di media sosial, serta pola

asuh orang tua FZ yang sering melakukan perbandingan sejak kecil, semuanya turut berkontribusi dalam membentuk perbandingan sosial yang dialami partisipan. Hal ini menunjukkan bahwa ekosistem sosial yang lebih luas turut berperan dalam membentuk cara individu mengalami perbandingan sosial. Temuan ini menambah nuansa pada studi seperti Wulandari (2022) yang mengaitkan intensitas menonton tayangan K-Pop dengan risiko gangguan perilaku makan. Pada partisipan dalam penelitian ini, perbandingan sosial tidak hanya muncul dari konten K-Pop, tetapi juga dari interaksi berbagai faktor personal dan kontekstual di luar konten tersebut.

Salah satu temuan yang paling menarik adalah bagaimana nilai keagamaan NZ berperan dalam proses perbandingan sosialnya. Nilai Islam yang dianutnya tidak bekerja sebagai penghambat perbandingan sosial, melainkan sebagai filter yang memengaruhi cara NZ menginterpretasikan dan merespons hasil perbandingan tersebut. NZ tetap menginginkan standar kecantikan yang dilihatnya, namun dengan cara yang disesuaikan dengan nilai-nilai yang dianutnya. Pola ini memberikan perspektif yang belum banyak dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya mengenai pengaruh K-Pop terhadap persepsi tubuh di Indonesia, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim dan nilai-nilai keagamaan berpotensi turut memengaruhi cara mereka merespons standar kecantikan global yang dibawa oleh budaya populer Korea.

Menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana persepsi tubuh perempuan dewasa awal penggemar K-Pop, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi tubuh partisipan tidak dapat digolongkan secara seragam sebagai positif atau negatif. Alih-alih membentuk satu pola tunggal, persepsi tubuh mereka membentuk spektrum respons yang bervariasi, mulai dari partisipan yang mengalami ketidakpuasan cukup besar hingga yang merasa sangat puas dan menerima tubuhnya. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Adventa & Arianti (2024) yang menemukan bahwa meskipun terpapar standar kecantikan K-Pop, sebagian penggemar perempuan dewasa awal justru mampu mempertahankan sikap *body positivity*. Dari kelima partisipan, LY menunjukkan persepsi tubuh yang paling positif. Kepuasan LY terhadap tubuhnya bukan kondisi yang selalu ada sejak awal, melainkan hasil dari proses panjang yang melibatkan tiga faktor utama, yaitu pergeseran orientasi konsumsi konten dari fangirling emosional menjadi inspirasi praktis, kematangan emosional yang berkembang seiring bertambahnya usia, dan lingkungan sosial yang secara konsisten memberikan afirmasi positif. Hal ini mencerminkan apa yang dijelaskan Schilder (1950, dalam Grogan, 2022) bahwa persepsi tubuh bukan sekadar konstruk perseptual, tetapi juga refleksi dari sikap dan interaksi individu dengan orang lain, sehingga bersifat elastis dan dapat berubah. Di sisi lain, FZ menunjukkan tingkat ketidakpuasan tubuh yang paling besar, namun bahkan dalam kasusnya ketidakpuasan tersebut tidak sampai pada distress yang mendalam, karena ia cenderung menyaring konten yang dikonsumsi dan lebih mengutamakan realitas kehidupan nyata dibandingkan standar ideal yang ditampilkan di media sosial.

Ketidakpuasan tubuh yang dialami partisipan dalam penelitian ini tampak melalui sejumlah indikator, yaitu penilaian negatif terhadap bagian tubuh tertentu, perasaan kurang percaya diri, serta perilaku menghindar atau menyamarkan tubuh yang dianggap kurang ideal. Ketiga indikator ini mencerminkan komponen dari persepsi tubuh, yaitu evaluasi, perasaan, dan perilaku terhadap tubuh, sebagaimana dijelaskan Grogan (2022). Temuan yang menonjol adalah bahwa ketidakpuasan tubuh bersifat spesifik pada bagian-bagian tubuh tertentu. VL merasa tidak puas hanya pada bagian perutnya, VC pada tinggi badan, warna kulit, dan postur tubuhnya, NZ pada kondisi kulit wajahnya, sementara FZ lebih berfokus pada berat badannya secara keseluruhan. Spesifisitas ini sejalan dengan penjelasan Grogan (2022) bahwa ketidakpuasan tubuh dapat bersifat *site-specific*, yakni terarah pada bagian tubuh tertentu dan bukan semata penilaian global terhadap keseluruhan tubuh. Dengan demikian, ketidakpuasan terhadap satu bagian tubuh tidak serta-merta berarti persepsi tubuh yang negatif secara keseluruhan, sebagaimana tampak pada VC yang kurang puas terhadap posturnya namun tetap mengalami peningkatan kepercayaan diri. Pola ini sekaligus mengindikasikan bahwa standar kecantikan *idol* K-Pop tidak diadopsi secara menyeluruh, melainkan setiap individu secara selektif menyerap aspek-aspek yang paling relevan dengan pengalaman personalnya.

Penelitian ini juga menemukan bahwa paparan konten *idol* K-Pop tidak selalu berdampak negatif terhadap persepsi tubuh. FZ menyebutkan bahwa kisah transformasi tubuh *idol* menjadi sumber motivasi untuk menjaga pola makan dan berolahraga, LY menjadikan gaya *makeup* dan *hairstyle idol*

sebagai inspirasi peningkatan penampilan, sementara VC merasa kepercayaan dirinya meningkat setelah mengikuti tren makeup Korea. Temuan ini sejalan dengan pandangan Liberska & Malina (2011) bahwa masa dewasa awal merupakan periode di mana individu mengeksplorasi berbagai kemungkinan yang ditawarkan oleh lingkungan sekitar. Namun demikian, perlu dicermati bahwa dampak positif tersebut tidak berarti standar kecantikan *idol* K-Pop sepenuhnya tidak bermasalah. Dalam kasus FZ misalnya, terdapat risiko bahwa motivasi diet yang didasarkan pada kisah transformasi *idol* dapat mendorong perilaku penurunan berat badan yang tidak sehat jika tidak diimbangi dengan pemahaman yang kritis.

Cara partisipan memaknai tubuhnya juga mencerminkan karakteristik perkembangan masa dewasa awal. LY memaknai tubuh sebagai identitas yang dibawa ke dunia kerja dan sosial, di mana *idol* K-Pop tidak hanya berfungsi sebagai standar kecantikan tetapi juga sebagai referensi tentang bagaimana seseorang seharusnya merepresentasikan dirinya di ruang publik dan profesional. VL dan NZ memaknai tubuh sebagai sumber kepercayaan diri dan kesehatan, sementara FZ masih berada dalam proses pencarian cara yang tepat untuk mencapai kondisi tubuh yang dianggapnya ideal. Keberagaman pemaknaan ini mencerminkan kompleksitas tugas perkembangan yang dihadapi para partisipan sebagaimana dijelaskan Liberska & Malina (2011).

Strategi yang digunakan partisipan dalam merespons persepsi tubuh negatif juga bervariasi. VL menggunakan pakaian panjang untuk menutupi bagian tubuh yang membuatnya tidak nyaman, VC memakai sepatu tinggi untuk mengatasi rasa kurang percaya diri terhadap tinggi badannya, NZ menggunakan pakaian tertutup sebagai bentuk penerimaan diri yang didasarkan pada nilai keagamaannya, sementara FZ dan LY lebih mengandalkan regulasi kognitif dengan menyaring dan menimbang ulang konten yang mereka konsumsi. Dari perspektif psikologis, strategi-strategi ini tidak seragam sifatnya. Penggunaan pakaian panjang dan sepatu tinggi lebih bersifat penyamaran terhadap bagian tubuh yang tidak disukai, sedangkan regulasi kognitif pada FZ dan LY serta penerimaan berbasis nilai pada NZ lebih mengarah pada pengelolaan internal terhadap tekanan tersebut. Keberagaman strategi ini menunjukkan bahwa respons partisipan terhadap tekanan standar kecantikan tidak bersifat pasif, melainkan aktif dan beragam, dan masing-masing partisipan menemukan caranya sendiri untuk mengelola ketidaknyamanan terhadap tubuhnya dalam kehidupan sehari-hari.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi tubuh pada perempuan dewasa awal penggemar K-Pop merupakan fenomena yang kompleks dan multidimensi. Hubungan antara paparan konten *idol* K-Pop dan persepsi tubuh tidak bersifat linear atau deterministik, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor individual seperti kondisi emosional, nilai-nilai pribadi, dan dukungan lingkungan. Pada sebagian partisipan, seperti LY, kematangan emosional yang berkembang seiring usia turut berperan dalam membentuk persepsi tubuh yang lebih positif. Penelitian kuantitatif sebelumnya, seperti Maimunah & Satwika (2021) dan Arthantie & Rahmasari (2024), telah menemukan hubungan positif yang signifikan antara penggunaan media sosial atau perbandingan sosial dan ketidakpuasan tubuh pada perempuan dewasa awal. Namun, gambaran statistik tersebut belum menjelaskan keragaman pengalaman dan faktor individual yang berada di baliknya. Penelitian ini melengkapi temuan tersebut dengan menelusuri bagaimana perempuan dewasa awal menegosiasikan identitas tubuhnya di tengah arus budaya populer Korea yang semakin kuat, sekaligus memperlihatkan kompleksitas pengalaman subjektif yang sulit ditangkap melalui pendekatan korelasional. Lebih dari itu, temuan penelitian ini menunjukkan keragaman respons di antara partisipan, sehingga perempuan dewasa awal penggemar K-Pop tidak dapat dianggap sebagai kelompok yang homogen dalam merespons standar kecantikan *idol*, dan pemahaman yang lebih bernuansa terhadap keberagaman pengalaman mereka sangat diperlukan untuk menghasilkan intervensi psikologis maupun program psikoedukasi yang relevan dan efektif bagi kelompok ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa persepsi tubuh pada kelima partisipan dalam penelitian ini merupakan hal yang kompleks, multidimensi, dan

sangat individual. Tidak ditemukan satu pola tunggal di antara para partisipan dalam memaknai tubuhnya di tengah paparan konten *idol* K-Pop, melainkan terdapat spektrum respons yang bervariasi antarindividu, mulai dari yang mengalami ketidakpuasan tubuh yang cukup besar hingga yang merasa sangat puas dengan kondisi fisiknya.

Secara keseluruhan, bagi para partisipan dalam penelitian ini, paparan konten *idol* K-Pop tidak dapat dipahami sebagai satu-satunya faktor yang membentuk persepsi tubuh, melainkan merupakan salah satu elemen dalam jaringan pengalaman yang lebih kompleks. Persepsi tubuh mereka turut dipengaruhi oleh kondisi emosional saat mengonsumsi konten, nilai dan pendirian pribadi yang menjadi dasar dalam menyaring standar kecantikan *idol*, serta dukungan lingkungan di sekitarnya. Temuan dari kasus ini memperlihatkan bahwa para partisipan bukanlah kelompok yang seragam dalam cara mereka memaknai dan merespons standar kecantikan *idol*. Pemahaman yang mendalam dan kontekstual terhadap pengalaman semacam ini dapat menjadi masukan awal yang berharga, yang ke depan dapat turut dipertimbangkan dalam merancang intervensi psikologis maupun program psikoedukasi yang relevan bagi perempuan dewasa awal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Allah SWT, Ika Yuniar Cahyanti, M.Psi., Psikolog, sebagai dosen pembimbing penulis, keluarga, teman-teman, para partisipan penelitian, dan seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan artikel ilmiah.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

M. Zidan Affan Abyan dan Ika Yuniar Cahyanti tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi mana pun yang mungkin akan mengambil keuntungan dari diterbitkannya naskah ini.

PUSTAKA ACUAN

- Adventa, C., & Arianti, R. (2024). I have my own standards: Positive body image among early adult K-Pop fans. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan*, 8(2), 148–157. <https://doi.org/10.30598/jbkt.v8i2.1976>
- Ahdiat, A. (2025, Maret). Pengguna media sosial di Indonesia bertambah awal 2025. Databoks: Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67caadfd2abd9/pengguna-media-sosial-di-indonesia-bertambah-awal-2025>
- Andini, S. F. (2020). Aktivitas dan pengaruh sosial media terhadap body dissatisfaction pada dewasa awal. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 12(1), 34–43. <https://doi.org/analitika.v11i1.3762>
- Arthantie, S. D., & Rahmasari, D. (2024). Hubungan antara social comparison dengan body dissatisfaction pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 465–480. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v11i1.61567>
- Buhphang, L. N. (2024). The influence of K-pop beauty standards on body image among adolescents in Shillong. *The International Journal of Indian Psychology*, 12(3), 2494–2506. <https://doi.org/10.25215/1203.243>
- Colombo, G., Bounegru, L., & Gray, J. (2023). Visual models for social media image analysis: Groupings, engagement, trends, and rankings. *International Journal of Communication*, 17, 1956–1983. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/18971>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry & research design*. SAGE Publications.
- Dwiputeri, L., & Maulina, V. V. R. (2015). Kontribusi body comparison dengan artis K-Pop perempuan terhadap body dissatisfaction (Studi pada remaja perempuan indonesia fans K-Pop). *Jurnal Perkotaan*, 7(1–2), 58–76. <https://doi.org/10.25170/perkotaan.v7i1-2.271>

-
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Ginting, S., Sunarto, S., & Rahmaji, L. R. (2022). Representasi standardisasi kecantikan wanita dalam film “I Feel Pretty (2018).” *Interaksi Online*, 10(2), 91–101.
- Grogan, S. (2022). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children* (4th ed.). Routledge.
- Liberska, H., & Malina, A. (2011). Developmental tasks of early adulthood in the light of psychology of human development.
- Lukman, F. A., Muis, I., & Hamid, A. N. (2023). The effect of social media use intensity on body image dissatisfaction in early adult women. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 314–324. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v8i3.2587>
- Maimunah, S., & Satwika, Y. W. (2021). Hubungan media sosial dengan body dissatisfaction pada mahasiswa perempuan di Kota Surabaya. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(2), 224–233. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v8i2.41197>
- Muhamad, N. (2025, Maret). Daftar media sosial paling banyak digunakan di Indonesia awal 2025. Databoks: Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67ca734b43927/daftar-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2025>
- Nurdin, A. A., Anjani, A. A., Rabbani, R. A. A., Mahardika, A., & Prasetyo, H. (2024). Pengaruh negatif standar kecantikan dalam media sosial terhadap citra diri remaja perempuan. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(7), 366–372. <https://jurnal.kolibi.org/index.php/kultura/article/view/1908>
- Paputungan, F. (2023). Developmental characteristics of early adulthood. *Journal of Education and Culture (JEaC)*, 3(1), 47–56. <https://doi.org/10.47918/jeac.v3i1.1139>
- Prameswari, N., Pariha, Q. A., Abdul, D. A. L., Putra, P., Faizal, A. R., & Zaimasuri, Z. (2025). Dinamika standar kecantikan indonesia terhadap pengaruh hegemoni budaya korea pada generasi z. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 2(4), 994–1000. <https://doi.org/10.62379/jiksp.v2i4.2563>
- Santrock, J. W. (2021). *Life-Span Development* (18th Edition). McGraw Hill LLC.
- Thompson, J. K., & Schaefer, L. M. (2019). Thomas F. Cash: A multidimensional innovator in the measurement of body image; Some lessons learned and some lessons for the future of the field. *Body Image*, 31, 198–203. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.08.006>
- Wulandari, I. Y. (2022). Hubungan intensitas menonton tayangan K-pop dan citra tubuh terhadap risiko gangguan perilaku makan pada NCTzen di Kota Semarang [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang