

HUBUNGAN *BODY IMAGE* TERHADAP INDEKS MASSA TUBUH SISWA DI SZ MANAGEMENT SURABAYA

Diviana Brilliantari

Departemen Antropologi, FISIP, Universitas Airlangga, Surabaya

diviana.brilliantari-2015@fisip.unair.ac.id

Abstrak

Remaja memiliki konsep tubuh ideal yang dipengaruhi oleh budaya sehingga membentuk *body image* pada remaja. *Body image* dapat memunculkan *body dissatisfaction* jika terdapat ketidaksesuaian antara tubuh aktual dengan tubuh ideal, terutama bila remaja mengikuti sekolah model. Seorang model dituntut untuk memiliki tubuh proposional sehingga para model perempuan harus mengatur pola makan demi memenuhi tuntutan yang nanti berimbas ke Indeks Massa Tubuh (IMT) mereka.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian korelasional dengan metode *cross sectional*. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SZ Management sebanyak 42 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *quota sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner MBRSQ-AS untuk mengukur *body image* dan z-skor untuk mengukur Indeks Massa Tubuh.

Hasil penelitian menunjukkan responden yang memiliki *body image* positif sebesar 55% sementara *body image* negatif sebesar 45%. Responden yang memiliki IMT kategori kurus sebesar 62% sedangkan Indeks Massa Tubuh kategori normal sebesar 38%. Uji statistik menunjukkan bahwa *body image* dan Indeks Massa Tubuh memiliki hubungan yang signifikan ($p=0,016$) dengan tingkat keeratan yang tergolong lemah dan sifatnya berlawanan arah antar variabel (-0,371).

Sebagian besar siswa SZ Management yang merasa puas terhadap tubuh mereka ternyata memiliki kondisi tubuh yang tergolong kurus berdasarkan Indeks Massa Tubuh.

Kata kunci: Remaja, *body image*, indeks massa tubuh

Abstract

The ideal body concept which possessed by adolescents is influenced by culture to form a body image in adolescents. Body image can create body dissatisfaction if there is a discrepancy between the actual body and the ideal body, especially if teenagers attend the model school. Being a model is required to have a proportional body so that female models must regulate their diet to fulfill their demands which affect to their Body Mass Index (BMI).

This research type was a correlational research with cross sectional method. The population in this study were 42 SZ Model Management students by using the quota sampling technique. Data collection used MBRSQ-AS questionnaire to measure body image and z-score to measure BMI.

The results showed the respondents who had a positive body image is amount 55% while the body image was negative 45%. Respondents who had an underweight BMI category were 62% while the normal BMI category were 38%. Statistical tests showed that body image and BMI had a significant relationship ($p = 0.016$) with a weak level of closeness and in the opposing each other (-0,371).

Most of SZ Management students which had satisfaction of their bodies evidently had relatively thin body according to BMI.

Keyword: *Adolescent, body image, body mass index*

Pendahuluan

Saat ini terdapat banyak video komersial yang menawarkan produk-produk perawatan tubuh, kecantikan, dan busana yang sering dijumpai di media masa membentuk konstruksi bahwa standar keindahan tubuh adalah apa yang ada di model komersial tersebut. Internalisasi memang berpangkal dari hasrat biologis dan naluri yang ada di setiap individu akibat pewarisan (Koentjaraningrat, 1990), namun tidak menutup kemungkinan bahwa proses sosialisasi dan enkulturasi dari lingkungan sekitar juga berperan penting dalam proses internalisasi nilai. Perempuan di usia remaja adalah konsumen yang paling mudah dipengaruhi oleh media masa sehingga mereka menjadikan figur di dalam video komersial sebagai patokan tubuh yang dianggap ideal.

Tidak sedikit perempuan yang berada di usia remaja memiliki minat yang tinggi di dunia permodelan dan mode dan kini mengikuti sebuah sekolah model. Model perempuan cenderung lebih memperhatikan bentuk tubuh dibandingkan yang tidak berprofesi model karena mereka memiliki tuntutan dari sekolah yang mereka ikuti. Mereka tidak memperlakukan tuntutan tersebut sebagai sebuah beban melainkan sebuah tanggung jawab karena menurut mereka seperti itulah tubuh yang ideal (Nurfaiza, 2018). Jika pun mereka berhasil memenuhi tanggung jawab menjaga dan mengontrol bentuk tubuhnya maka mereka jugalah yang diuntungkan.

Soetjiningsih (2004) mengatakan bahwa remaja perempuan demi mewujudkan tubuh ideal yang tinggi dan langsing, terkadang berimbas pada penurunan konsumsi makanan yang mengakibatkan penurunan nilai Indeks Massa Tubuh. Padahal remaja akhir pada usia 19-22 tahun memasuki periode *growth spurt* yang merupakan puncak pertumbuhan dari berat badan dan pertumbuhan masa tulang. Pada masa-masa ini, tubuh

remaja sebenarnya memerlukan energi dan asupan gizi yang lebih banyak untuk mendukung proses metabolisme sesuai dengan kebutuhan tubuh. Jika remaja perempuan melakukan remaja perempuan terlalu ekstrim hingga mengurangi porsi dan frekuensi makan dalam jumlah besar, maka hal yang dikhawatirkan adalah kegiatan tersebut dapat memicu *eating disorder*.

World Health Organization (2006) menyebutkan bahwa Indeks Massa Tubuh (IMT) merupakan indeks sederhana dari tinggi badan dan berat badan dan diklaim dapat digunakan untuk melihat status gizi seseorang. Pengklasifikasian Indeks Massa Tubuh antara orang yang berusia 19 tahun ke bawah dan 20 tahun ke atas tidak bisa menggunakan penghitungan yang sama karena Indeks Massa Tubuh dapat berubah secara substansial dengan usia, yang dimulai dari masa bayi hingga dewasa awal (WHO, 2006). Hal tersebut terjadi karena anak-anak yang berusia 5-19 tahun masih mengalami perubahan komposisi dan densitas tubuh sehingga Indeks Massa Tubuh untuk anak usia 5-19 tahun perlu menggunakan kurva referensi yang disesuaikan dengan usia mereka untuk penghitungan Indeks Massa Tubuh. Maka dari itu, Indeks Massa Tubuh pada usia remaja sering menggunakan z-skor dalam mencari nilai Indeks Massa Tubuh, yaitu dengan mencari deviasi dari median populasi kemudian dibagi dengan standar deviasi populasi. Penentuan standar deviasi dalam menghitung z-skor dapat menggunakan tabel referensi yang disediakan oleh WHO tahun 2007 maupun Kemenkes RI 2010 karena keduanya sama.

Titik potong Indeks Massa Tubuh dapat memiliki perbedaan di setiap negara karena Indeks Massa Tubuh tidak bisa diinterpretasi secara terpisah dengan tingkat morbiditas dan mortalitas pada setiap kenaikan berat badan (Nishida, 2004). Contohnya adalah prevalensi diabetes dan kardiovaskular pada populasi di Negara-negara Asia, termasuk Indonesia, ternyata lebih tinggi jika dibandingkan dengan populasi di Negara-negara Eropa. Orang-orang dengan Indeks Massa Tubuh *overweight* pada populasi di Negara-negara Asia telah memiliki risiko diabetes dan kardiovaskular sedangkan pada populasi di Negara-negara Eropa orang-orang dengan Indeks Massa Tubuh *obesity* baru memiliki risiko kedua penyakit tersebut. Kemenkes RI (2010) membuat lima klasifikasi status gizi berdasarkan Indeks Massa Tubuh yang dihitung menggunakan z-skor, yaitu sangat kurus, kurus, normal, gemuk, dan obesitas. Indeks Massa Tubuh dapat dipengaruhi oleh sedikitnya empat faktor, yaitu usia, genetik, aktivitas fisik, dan pola makan.

Tabel 1
Klasifikasi menurut Kemenkes RI 2010 untuk anak usia 5-18 tahun

Z-skor	Status
Z-skor < -3	Sangat kurus

Z-skor	Status
$-3 \leq Z\text{-skor} < -2$	Kurus
$-2 \leq Z\text{-skor} < +1$	Normal
$+1 \leq Z\text{-skor} < +2$	Gemuk
$Z\text{-skor} \geq +2$	Obesitas

(Sumber : Kemenkes RI 2010)

Schilder dalam Grogan (2008) mengatakan bahwa *body image* adalah gambaran mengenai tubuh kita yang terbentuk oleh pikiran kita sendiri. Grogan (2008) kemudian menjelaskan lebih lanjut tentang *body image* secara perseptual dan *attitude*. *Body image* secara perseptual dapat dilihat dari bagaimana remaja melakukan estimasi ukuran tubuh yang mereka harapkan terhadap ukuran tubuh yang sebenarnya. *Body image* secara *attitude* dapat dilihat melalui empat komponen. Komponen pertama, yaitu afeksi, adalah sesuatu yang dirasakan oleh individu terhadap hal-hal yang berkaitan dengan tubuhnya. Komponen kedua, yaitu kepuasan subjektif, yaitu hal yang muncul setelah individu melakukan evaluasi terhadap tubuhnya. Komponen ketiga, yaitu kognisi adalah keyakinan individu terhadap tubuh. Komponen terakhir, yaitu perilaku merupakan usaha-usaha yang dilakukan individu untuk mengatur bagaimana penampilan tubuhnya. Problema yang sering terjadi pada remaja perempuan adalah ketika terdapat *gap* (jarak) antara tubuh aktual dengan tubuh yang mereka idealkan sehingga muncul *body dissatisfaction* dan muncullah *body image* negatif.

Grogan (2008) menyebutkan bahwa terdapat empat faktor yang dapat memengaruhi terbentuknya *body image*, yaitu stereotip, kelas sosial, media masa, dan usia. Setiap kelompok masyarakat memiliki stereotip dalam menilai tubuh seseorang. Misalnya pandangan tentang *slenderness* yang seringkali dikaitkan dengan kebahagiaan, kesuksesan, masa muda, dan *social acceptability* (penerimaan sosial) oleh masyarakat di Negara-negara Amerika dan Australia yang makmur. Kemudian beberapa penelitian yang dilakukan pada budaya di Negara-negara Afrika ternyata menganggap orang yang bertubuh sintal berasal dari kelas sosial yang tinggi karena *plumpness* dipandang positif sebagai tanda kesehatan, kekayaan, dan kemakmuran.

Metode

Peneliti menggunakan penelitian korelasional dalam penyusunan tulisan ini dengan dengan tujuan mencari apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *body image* dan Indeks Massa Tubuh. Peneliti juga mencari tingkat keeratan dan arah hubungan antara *body image* dan Indeks Massa Tubuh bila kedua variabel tersebut memang memiliki hubungan

(Azwar, 2011). Peneliti menggunakan metode *cross sectional* untuk mempelajari dinamika korelasi antara *body image* dan Indeks Massa Tubuh di mana metode pendekatan dan pengumpulan data dilakukan dalam waktu yang bersamaan (Notoatmojo dalam Damayanti, 2016). Lokasi penelitian yang dipilih peneliti adalah SZ Model Management yang berlokasi di Surabaya dan waktu yang digunakan untuk mengumpulkan data dimulai dari tanggal 7 April 2019 hingga tanggal 27 April 2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *quota sampling*, yaitu metode pengambilan sampel sebanyak mungkin jika sampel tersebut sesuai kriteria dan berada di lokasi yang telah ditentukan peneliti (Azwar, 2011). Data primer yang dibutuhkan peneliti meliputi profil responden, berat badan, tinggi badan, konsumsi makanan, dan *body image*. *Body image* menjadi variabel independen dalam penelitian ini dan yang menjadi variabel dependen adalah Indeks Massa Tubuh. Pengumpulan data primer menggunakan beberapa instrumen seperti timbangan digital, *microtoise*, dan kuesioner. Analisis bivariat dalam penelitian ini menggunakan uji statistik korelasi Spearman-rho untuk menguji apakah ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen, tingkat keeratan hubungan, dan arah hubungan tiap variabel yang diteliti.

Hasil dan Pembahasan

Body Image Siswa di SZ Management

Terdapat dua kategori dalam mengelompokkan distribusi frekuensi *body image*, yaitu positif dan negatif. Kategori positif pada *body image* artinya responden puas dengan bentuk tubuh aktualnya yang sesuai dengan bentuk tubuh yang mereka anggap ideal, sementara kategori negatif pada *body image* artinya responden kurang puas dengan bentuk tubuh aktualnya terhadap bentuk tubuh yang mereka iidealkan. Tabel 2 menunjukkan distribusi frekuensi responden berdasarkan *body image*, di mana kategori positif memiliki responden terbanyak sebesar 55% dengan jumlah 25 orang dan sisa 45% lainnya berada di kategori negatif dengan jumlah 19 orang.

Tabel 2
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan *Body image*

<i>Body image</i>	N	%
Positif	25	55%
Negatif	19	45%
Total	42	100%

(Sumber : hasil olahan data penelitian)

Cash dalam Grogan (2008) mengukur *body image* menggunakan Multidimensional *Body Self Relation Questionnaire – Appearance Scales* (MBRSQ-AS) yang dia ungkapkan sejumlah lima dimensi. Pertama, *appearance evaluation* yaitu evaluasi penampilan responden terhadap dirinya sendiri mulai dari bagaimana dia penampilannya dalam berpakaian dan kepuasan terhadap penampilannya. Sebanyak 19 responden merasa tidak puas dengan penampilan mereka dan mereka juga merasa bahwa penampilan mereka tidak menarik. Pemilihan model dan *mix & match* busana menjadi solusi untuk mengurangi rasa ketidakpuasan mereka. Misalnya, mereka menggunakan pakaian *oversized* untuk menutupi area tubuh yang gempal, melakukan *mix & match* busana berdasarkan warna dan pola sesuai dengan kepentingan yang dihadiri, menggunakan *high heels* agar terlihat lebih tinggi, mengatur pemakaian hijab agar pipi tidak terlihat *chubby* (tembem), serta mengaplikasikan kosmetik agar terlihat segar. Mereka juga memerlukan pendapat orang lain terhadap penampilan mereka karena mereka percaya bahwa cantik itu bukan mengakui tapi diakui.

Dimensi kedua adalah *appearance orientation*, yaitu usaha yang dilakukan responden untuk mengatasi rasa ketidakpuasan responden terhadap penampilan fisiknya (Cash dalam Grogan, 2008). Jika usaha-usaha yang disebutkan di dimensi pertama adalah usaha untuk menutupi, maka usaha yang dilakukan di dimensi kedua adalah usaha untuk memperoleh tubuh yang diidealkan. Para responden mengontrol konsumsi makan mereka, seperti memilih jenis makanan dan mengurangi porsi dan waktu makan. Para model juga melakukan olahraga rutin setiap akhir pekan seperti *jogging*, agar selain tubuh berukuran langsing, tubuh juga terlihat segar.

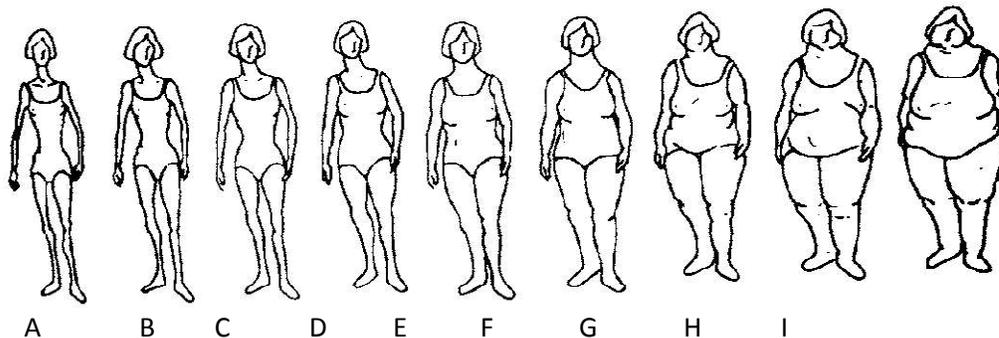
Dimensi ketiga adalah *body area dissatisfaction*, yaitu rasa ketidakpuasan responden terhadap beberapa bagian tubuhnya maupun secara keseluruhan (Cash dalam Grogan, 2008). Bagian-bagian tubuh yang tidak disukai oleh para model SZ Management adalah lengan atas, perut, paha, pinggang, betis, dan pipi. Alasan mereka tidak menyukai bagian lengan atas, perut, paha dan pinggang adalah karena bagian-bagian tersebut paling mudah membesar jika konsumsi makanan tidak diatur. Mereka juga tidak menyukai bagian pipi karena merasa terlalu *chubby* maupun terlalu tirus. Bagi responden yang tidak suka pipinya *chubby* merasa bahwa wajah yang bulat menyebabkan mereka terlihat gemuk walaupun berbadan langsing karena orang-orang ketika berinteraksi akan melihat ke arah wajah. Sementara responden yang tidak suka pipinya tirus merasa bahwa dirinya terlihat kurus dan tua.

Dimensi keempat adalah *overweight preoccupation*, yaitu kecemasan responden akan kenaikan berat badan dan menjadi gemuk (Cash dalam Grogan, 2008). Sekitar 25 responden khawatir jika berat badan mereka naik karena tubuh akan terlihat lebih gemuk dari yang seharusnya. Mereka mengatakan jika tubuh terlihat gemuk, maka tubuh mereka

tidak terlihat indah di mata orang-orang terutama ketika mereka adalah model. Jika seorang model tidak memiliki tubuh yang proporsional, maka busana yang dia akan peragakan menjadi tidak menarik di mata konsumen, dan hal tersebut tentunya akan merugikan *perancang busana*. Oleh karena itu menjaga tubuh agar tetap proporsional sudah menjadi tanggung jawab para model bahkan mereka juga takut mendapat marah dari coach jika bentuk tubuh tidak proporsional menjelang mode *show*.

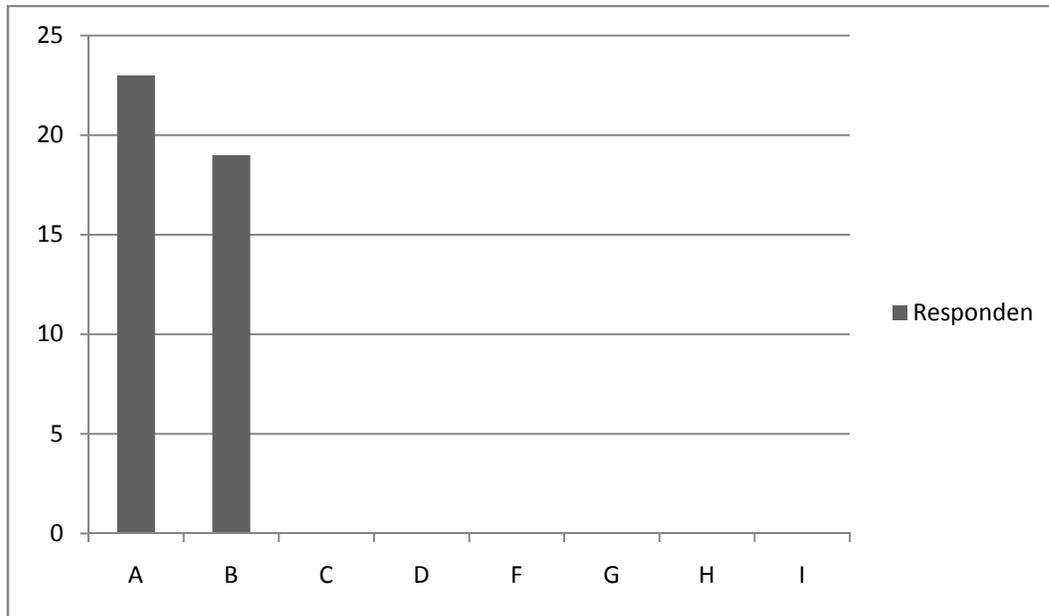
Dimensi terakhir adalah *self-classified weight*, yaitu bagaimana responden mengkategorikan bentuk dan ukuran tubuhnya (Cash dalam Grogan, 2008). Mereka membentuk skala di pikiran mereka masing-masing dalam mengkategorikan tubuh, seperti terlalu kurus, kurus, proporsional, berisi, gemuk, dan terlalu gemuk. Kemudian mereka mengevaluasi tubuhnya dan menentukan berada di skala manakah tubuh mereka. Sekitar 23 responden merasa bahwa tubuh aktual mereka sudah berada di skala yang mereka inginkan yaitu proporsional. Sementara 19 lainnya merasa tidak puas karena tubuh aktualnya berada satu tingkat di atas skala yang diinginkan sehingga dapat dikatakan bahwa mereka ingin menurunkan berat badan. Grogan (2008) juga menambahkan bahwa perempuan cenderung menginginkan tubuh yang lebih kecil dibanding tubuh yang mereka miliki. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar 1. dan grafik 1., di mana responden cenderung ingin memiliki bentuk dan ukuran tubuh seperti siluet A dan siluet B.

Gambar 1
Siluet Perempuan



Sumber Gambar : Sarah Grogan (2008)

Grafik 4.1.
Preferensi siluet



(Sumber : hasil olahan data penelitian)

Tabel 3
Keterkaitan antara Dimensi dan Faktor *Body Image*

No.	Dimensi	Perilaku	Faktor
1.	<i>appearance evaluation.</i>	<i>mix & match</i> busana agar tidak terlihat terlalu kurus maupun gemuk. memakai <i>heels</i> agar terlihat tinggi. mengaplikasikan kosmetik agar pipi tidak terlihat tembem.	Stereotip Model harus memiliki tubuh yang proposional, di mana yang dianggap proposional adalah yang langsing dan tinggi. Media massa Produk kecantikan dan busana menggunakan model dengan postur yang proposional. Iklan komersial produk pelangsing lebih banyak dibandingkan iklan pembesar badan.
2.	<i>appearance orientation</i>	Mengontrol jenis dan porsi makanan tertentu. Mengurangi konsumsi protein hewani dan karbohidrat	Stereotip Model harus memiliki tubuh yang proposional, di mana yang dianggap proposional adalah yang langsing dan tinggi.

No.	Dimensi	Perilaku	Faktor
			<p>Media massa</p> <p>Produk kecantikan dan busana menggunakan model dengan postur yang proposional.</p> <p>Iklan komersial produk pelangsing lebih banyak dibandingkan iklan pembesar badan.</p>
3.	<i>body area dissatisfaction</i>	Responden tidak menyukai bagian lengan atas, perut, paha, pinggang, betis, dan pipi	<p>Stereotip</p> <p>Model harus memiliki tubuh yang proposional, di mana yang dianggap proposional adalah yang langsing dan tinggi.</p> <p>Media massa</p> <p>Produk kecantikan dan busana menggunakan model dengan postur yang proposional.</p> <p>Iklan komersial produk pelangsing lebih banyak dibandingkan iklan pembesar badan.</p> <p>Usia</p> <p>Ketika memasuki usia remaja, terjadi peningkatan jumlah lemak.</p>
4.	<i>overweight preoccupation</i>	Khawatir terhadap kenaikan berat badan	<p>Stereotip</p> <p>Model harus memiliki tubuh yang proposional, di mana yang dianggap proposional adalah yang langsing dan tinggi.</p> <p>Media massa</p> <p>Produk kecantikan dan busana menggunakan model dengan postur yang proposional.</p> <p>Iklan komersial produk pelangsing lebih banyak dibandingkan iklan pembesar badan.</p> <p>Usia</p> <p>Ketika memasuki usia remaja, terjadi peningkatan jumlah lemak.</p> <p>Responden lebih sadar terhadap</p>

No.	Dimensi	Perilaku	Faktor
			tuntutan sosial seiring bertambahnya usia.
5.	<i>self-classified weight</i>	Membuat kategori tubuh	<p>Stereotip Model harus memiliki tubuh yang proposional, di mana yang dianggap proposional adalah yang langsing dan tinggi.</p> <p>Media massa Produk kecantikan dan busana menggunakan model dengan postur yang proposional. Iklan komersial produk pelangsing lebih banyak dibandingkan iklan pembesar badan.</p>

(Sumber : hasil olahan data penelitian)

Indeks Massa Tubuh Siswa di SZ Management

Status IMT responden dibagi ke dalam lima kategori, yaitu sangat kurus, kurus, normal, gemuk dan obesitas. Tabel 4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki Indeks Massa Tubuh yang kurus, yaitu berjumlah 26 orang dengan persentase 62%. Kemudian responden yang memiliki Indeks Massa Tubuh yang normal, yaitu sebesar 38% dengan jumlah 16 orang. Selain dari kedua kategori yang telah disebutkan, tidak ada responden yang memiliki status IMT sangat kurus, gemuk, dan obesitas.

Tabel 4.
Distribusi Frekuensi Responden berdasarkan IMT

Z-skor	Status	N	%
Z-skor < -3	Sangat kurus	0	0%
$-3 \leq Z\text{-skor} < -2$	Kurus	26	62%
$-2 \leq Z\text{-skor} < +1$	Normal	16	38%
$+1 \leq Z\text{-skor} < +2$	Gemuk	0	0%
Z-skor $\geq +2$	Obesitas	0	0%
Total		42	100%

(Sumber : hasil olahan data penelitian)

Soetjiningsih (2004) pernah menyebutkan bahwa perempuan ketika mengalami pubertas di usia remaja akan mengalami peningkatan akumulasi lemak dalam tubuh sebesar 25% sehingga berat badan mudah sekali bertambah pada masa remaja. Seharusnya perempuan pada usia ini memiliki IMT yang normal maupun *overweight* namun pada kenyataannya sebagian besar siswa SZ Model Management memiliki status IMT yang kurus. Berdasarkan kedua pernyataan tersebut dapat dipastikan bahwa terdapat faktor lain yang membuat IMT mereka menjadi kurus, seperti pola makan mereka.

Faktor-faktor pola makan pada remaja dipengaruhi oleh berbagai hal. Patcheep (2011) dalam disertasinya menyebutkan ada 12 faktor yang memengaruhi pola makan, yaitu rasa & preferensi, pertimbangan waktu, kepraktisan, masalah kesehatan, biaya, *mood* dan emosi, *body image*, usia, pengetahuan, teman sebaya, media massa, serta ketersediaan & aksesibilitas makanan. Pertama, faktor rasa & preferensi, dianggap sebagai faktor krusial terhadap pemilihan makanan pada remaja, baik dari segi rasa maupun penampilan. Remaja perempuan yang menjadi responden dalam penelitian ini secara keseluruhan memilih makanan yang rasanya enak di lidah, sementara 30 dari 42 responden juga mempertimbangkan bagaimana penampilan makanan. Kemudian sekitar 26 responden tidak mepedulikan rasa makanan asalkan mengenyangkan. Hal itu juga berlaku pada remaja putri di penelitian ini, yang mana 26 dari 42 responden lebih memilih makanan yang terasa enak di lidah mereka dibandingkan dibandingkan makanan sehat seperti buah dan sayuran.

Faktor kedua adalah faktor biaya, yaitu faktor yang menunjukkan kemampuan konsumen dalam membeli jenis makanan dengan budget yang tersedia (Sediaoetama, 2006). Sebanyak 32 dari 42 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini membatasi diri mereka untuk membeli makanan yang harganya melampaui uang saku mereka. Sebanyak 27 responden sering makan bersama teman-temannya di kafe/restoran selama diadakan promo. Persoalan biaya juga menyebabkan 27 responden menghiraukan rasa, penampilan, dan kandungan gizi makanan selama harganya terjangkau. Meskipun demikian, persoalan biaya tidak menjadi kendala bagi sebagian kecil responden, yaitu sejumlah 10 orang lebih memilih untuk berhutang asalkan bisa membeli makanan yang diinginkan.

Faktor ketiga, yaitu faktor pengetahuan, yaitu pengetahuan tentang bahan dan kandungan makanan yang akan memengaruhi kebiasaan makan seseorang (Sediaoetama, 2006). Seluruh responden mengetahui bahwa anjuran makan dalam sehari adalah tiga kali, namun sebanyak 39 dari 42 orang mengabaikan anjuran tersebut jika mereka merasa berat badannya bertambah. Remaja perempuan yang masih memperhatikan kandungan gizi makanan yang akan dikonsumsi hanya berjumlah 19 dari 42 orang. Remaja yang memperhatikan kandungan gizi makanan biasanya menghindari makanan dengan kadar

lemak dan karbohidrat berlebih agar dapat menjaga bentuk tubuhnya. Terlebih lagi, Mereka juga menghindari beberapa jenis makanan yang dapat memicu alerginya kambuh.

Faktor keempat adalah faktor *mood*. Soetjiningsih (2004) mengatakan bahwa fase remaja adalah fase di mana kondisi emosi remaja sering mengalami naik turun dan hal tersebut akan berpengaruh pada perilaku mereka karena remaja dalam berperilaku masih dikendalikan oleh emosinya. Begitu pula dengan perilaku makan remaja yang dikendalikan oleh suasana hati dan emosi mereka. Sebanyak 35 dari 42 responden kehilangan nafsu makan mereka jika suasana hati mereka sedang tidak baik, yang berakibat pada pengurangan frekuensi makan. Meskipun begitu ternyata ada sekitar 10 responden memperbanyak porsi cemilannya seperti keripik, coklat, dan kacang-kacangan ketika suasana hati sedang buruk.

Faktor kelima, yaitu faktor teman sebaya yang mana memberi pengaruh besar terhadap kehidupan sosial remaja. Teman sebaya dianggap sebagai sumber kesenangan dan keterikatan oleh remaja sehingga remaja menjadi sangat bergantung pada teman sebaya (Soetjiningsih, 2004). Sebanyak 23 responden sering menerima ajakan teman mereka untuk ke kafe baik untuk membeli makanan maupun sekedar minuman dan cemilan untuk nongkrong. Bagi kelompok teman sebaya yang sedang berbelanja atau sekedar jalan-jalan, mereka cenderung memilih restoran atau kafe yang menjual makanan cepat saji agar tidak membuang-buang waktu hanya untuk makan. Bahkan 23 responden memilih untuk tidak membeli makanan jika teman-temannya tidak menemani mereka makan. Teman sebaya cukup berpengaruh dalam menentukan jenis makanan yang dikonsumsi responden karena 19 responden mengaku bahwa mereka membeli makanan yang direkomendasikan oleh teman mereka.

Faktor keenam adalah faktor pertimbangan waktu. Remaja memiliki serangkaian aktivitas sosial yang dalam pelaksanaannya sering menyita waktu makan mereka. Sebanyak 35 responden dalam penelitian ini mengakui bahwa mereka sering melewatkan sarapan agar tidak terlambat ke sekolah sehingga sarapan pagi mereka digabung dengan makan siang (brunch) ketika jam istirahat sekolah. Mereka juga kerap melewatkan waktu makan agar tidak terlambat menghadiri pertemuan/janji yang mereka buat terutama jika penting. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 5 yang menunjukkan responden dengan frekuensi makan kategori kurang sebanyak 16 dari 42 responden.

Faktor pertimbangan waktu tentunya berhubungan dengan faktor ketujuh, yaitu kepraktisan. Makanan yang dianggap praktis adalah makanan yang tidak memerlukan banyak persiapan dan cleaning (pembersihan, pencucian) sehingga cukup banyak diminati oleh orang-orang termasuk remaja karena meminimalisir waktu yang dibutuhkan untuk

makan (Patcheep, 2011). Alternatif makanan praktis yang diminati remaja perempuan dalam penelitian ini adalah makanan instan, cemilan, dan makanan jadi yang dibeli di luar maupun melalui delivery order. Terdapat 37 responden menyukai makanan instan seperti energen, mi cup, bubur instan, oats meal. Lalu sekitar 19 responden memilih untuk membeli makanan di luar agar tidak repot membereskan peralatan bekas makan. Cemilan juga menjadi alternative pilihan makanan praktis bagi remaja karena kemasannya yang mudah dibuka serta bentuknya yang kecil dan beratnya yang relatif ringan sehingga mudah untuk dibawa kemana-mana.

Faktor kedelapan adalah faktor keluarga dan orang tua. Hal yang tidak dapat dipungkiri bahwa keluarga merupakan penyedia makanan utama bagi remaja sebelum mereka memilih alternative untuk membeli di luar rumah. Setengah dari responden, yaitu berjumlah 21 orang, jarang membeli makanan di luar karena di rumah mereka sudah disediakan makanan. Keluarga berpengaruh besar terhadap terbentuknya perilaku remaja karena keluarga adalah lingkungan sosial pertama, termasuk salah satunya adalah perilaku makan (Soetjningsih, 2004). Orang tua seringkali menghimbau anak-anaknya untuk jajan sembarangan, namun hanya 10 responden yang menurutinya. Alasan dari 32 responden lainnya adalah adanya ajakan teman dan iklan di sosial media yang membuat mereka tergiur. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Soetjningsih (2004) bahwa ketika anak memasuki usia remaja, mereka membutuhkan kebebasan dan akan sering meninggalkan rumah dan memperluas hubungan dengan teman sebaya. Dari situlah muncul pengaruh-pengaruh lain yang mengubah perilaku makan remaja.

Media massa menjadi faktor kesembilan sebagai faktor yang berpengaruh pada pola makan remaja. Kehidupan di usia remaja memiliki ketertarikan dan keterikatan yang kuat dengan media massa yang akan berpengaruh ke gaya hidup remaja, termasuk perilaku makan dan pemilihan makanan (Patcheep, 2011). Terdapat banyak konten di sosial media yang mempromosikan makanan secara langsung, seperti iklan potongan harga suatu restoran / kafe, maupun secara tidak langsung, seperti *food vlogger* dan *mukbang*. Sebanyak 38 responden suka menonton video dengan konten makanan seperti *mukbang* dan *review food vlogger* dan tertarik untuk membeli makanan yang sedang tren. Mereka juga sering mencari informasi jika ada promosi yang diadakan oleh suatu kafe melalui sosial media, terutama instagram. Lalu 21 responden mengaku selalu membeli makanan yang sedang menjadi tren di sosial media.

Faktor lain yang turut memberi pengaruh terhadap pola makan remaja adalah ketersediaan dan aksesibilitas akan pilihan makanan (Patcheep, 2011). Remaja cenderung untuk mengonsumsi makanan yang tersedia di sekitar mereka karena mudah dijangkau. Sekitar 17 responden memilih untuk membeli makanan yang dijual dekat dengan lokasi

mereka berada. Jarak tempuh yang jauh tidak menjadi hambatan bagi mereka jika pilihan makanan yang mereka inginkan tidak tersedia atau dijual di sekitar mereka. Sekitar 25 responden memilih untuk menggunakan jasa *delivery* jika makanan yang mereka inginkan berada di lokasi yang jauh dari mereka.

Seorang model tentu sangat peduli terhadap *body image* tentunya akan berupaya untuk memiliki dan memertahankan *body image* yang dia inginkan, yang mana salah satunya adalah mengurangi jenis dan porsi makanan tertentu jika tubuh yang dimilikinya tidak sesuai dengan apa yang dia harapkan. Kekhawatiran responden terhadap perubahan bentuk tubuh mereka memengaruhi pemilihan dan pengurangan frekuensi dan porsi makan mereka. Mereka cenderung menghindari makanan yang memiliki kandungan minyak yang berlebihan untuk mengurangi asupan lemak ke dalam tubuh. Sebagian responden memang memiliki pola makan yang cukup, namun perbedaan antara responden yang memiliki pola makan yang cukup dan kurang hanya berselisih tiga individu. Data yang disajikan pada tabel 4 dapat terlihat bahwa ada 16 responden yang memiliki pola makan kurang, maka tidak heran jika IMT yang dimiliki responden tergolong kurus.

Tabel 5
Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Makan

Frekuensi dalam sehari	Kategori	N	%
Makanan utama 3 kali + selingan 2 atau 1 kali sehari.	Baik	7	17%
Makanan utama 3 kali tanpa selingan atau makanan utama 2 kali + selingan 2 kali sehari.	Cukup	19	45%
Makanan utama 2 kali + selingan 1 atau 0 kali sehari.	Kurang	16	38%
	Total	42	100%

(Sumber : hasil olahan data penelitian)

Hubungan antara *Body Image* dan Indeks Massa Tubuh Siswa di SZ Management

Tabel 5 menyajikan hasil uji statistik dengan Spearman-rho menghasilkan Sig. (2-tailed) yang lebih kecil dari α , yaitu $0,016 < 0,05$, menunjukkan bahwa H_0 ditolak, yang artinya *body image* dan Indeks Massa Tubuh pada siswa SZ Model Management memiliki hubungan yang signifikan. Koefisien korelasi menunjukkan hasil -0,371 yang artinya keeratan hubungannya tergolong lemah, dan tanda (-) menunjukkan bahwa hubungan antara *body image* terhadap Indeks Massa Tubuh bersifat negatif, yaitu berlawanan arah.

Maksud dari hubungan yang berlawanan arah adalah semakin besar nilai *body image* maka semakin kecil nilai IMT.

Tabel 6
Uji Statistik Spearman-rho

			<i>Body image</i>	IMT
Spearman's rho	<i>Body image</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	-.371*
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.016
		N	42	42
	<i>IMT</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	-.371*	1.000
		<i>Sig. (2-tailed)</i>	.016	.
		N	42	42

*. *Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

(Sumber : hasil olahan data penelitian)

Body image yang dimiliki siswa SZ Model Management berpengaruh terhadap Indeks Massa Tubuh mereka walaupun tingkat keeratan hubungan tersebut masih tergolong lemah. Sebagian besar siswa memiliki *body image* positif, yang artinya mereka merasa puas terhadap penampilan tubuh mereka. Kepuasan terhadap tubuh yang dimiliki siswa SZ Model Management ternyata tidak serta merta membuat mereka mendapatkan Indeks Massa Tubuh yang normal. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SZ Model Management memiliki Indeks Massa Tubuh yang tergolong kurus. Berdasarkan kedua data tersebut maka bisa dikatakan bahwa *body image* dan Indeks Massa Tubuh siswa SZ Model Management memiliki arah yang berlawanan. Semakin tinggi kepuasan responden terhadap penampilan tubuhnya maka semakin kecil nilai IMT yang dia miliki, sebaliknya semakin rendah kepuasan responden terhadap penampilan tubuhnya maka semakin besar nilai IMT yang dia miliki.

Tabel 6 merupakan tabulasi silang antara *body image* dan Indeks Massa Tubuh. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa 11 dari 19 responden dengan *body image* negatif memiliki Indeks Massa Tubuh dengan klasifikasi normal, sedangkan 8 responden lainnya memiliki Indeks Massa Tubuh dengan klasifikasi kurus. Kemudian dari 23 responden dengan *body image* positif, terdapat 18 responden dengan status Indeks Massa Tubuh kurus, sementara 5 responden lainnya memiliki status Indeks Massa Tubuh yang normal.

Tabel 7
Hubungan *Body image* dengan IMT

<i>Body image</i>	IMT				Total	
	Normal		Kurus		N	%
	N	%	N	%		
Negatif	11	26%	8	19%	19	45%
Positif	5	12%	18	43%	23	55%
Total	16	38%	26	62%	42	100%
Rho hitung 0,016						

(Sumber : hasil olahan data penelitian)

Para responden memiliki stereotip masing-masing terhadap tubuh yang dianggap ideal. Stereotip tersebut muncul di lingkungan tempat responden tumbuh bahkan stereotip tentang *body image* sudah terbentuk semenjak mereka kecil. Sebagian besar responden memiliki stereotip bahwa tubuh langsing dianggap sebagai simbol kecantikan sementara tubuh gemuk dianggap sebagai simbol orang yang rakus, maka mereka selalu mengupayakan untuk memiliki tubuh yang mereka anggap langsing, terutama setelah memasuki dunia modeling di mana langsing saja tidak cukup namun juga harus proposional. Proposional yang mereka maksud adalah tubuh yang langsing, tinggi, tegap dan enerjik, dalam artian tidak *loyo* (lesu). Demi menjaga bentuk tubuh agar proposional di mana tubuh sudah menjadi tanggung jawab mereka, banyak hal yang harus mereka seperti mengecek perubahan berat badan setiap seminggu sekali, mengevaluasi diri di depan cermin, dan mengatur pola makan. Sayangnya, tubuh yang mereka anggap proposional menurut mata mereka justru berada di bawah batas normal IMT. Karena hal itulah meski sebagian besar responden memiliki *body image* yang positif, dalam artian menyukai penampilan tubuhnya saat ini, namun keadaan tubuh mereka tergolong kurus berdasarkan penghitungan IMT.

Susan Bordo dalam Grogan (2008) mengatakan bahwa masyarakat seringkali menganggap tubuh langsing sebagai simbol dari *being in control* sementara tubuh gemuk merupakan simbol dari *out of control*. Orang yang bertubuh langsing adalah orang yang mampu mengendalikan diri sehingga dapat mempertahankan bentuk tubuhnya agar seimbang dalam artian tidak menjadi kurus maupun gemuk. Para responden mengatakan saat mereka kecil, mereka menganggap bahwa cantik itu seperti apa yang ada di tokoh protagonis film, karakter animasi dan bintang iklan kosmetik, yaitu memiliki kulit cerah, rambut yang panjang, serta tubuh yang tinggi dan langsing. Lima orang responden juga

berkata bahwa orang tuanya melarang mereka untuk makan secara rakus karena perempuan jika bertubuh gemuk itu tidak menarik. Dari beberapa pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa para remaja perempuan telah membentuk gambaran tubuh ideal adalah tubuh yang langsing sejak kecil. Tubuh langsing dianggap sebagai simbol kecantikan sementara tubuh gemuk dianggap sebagai simbol orang yang rakus.

Sejak mengikuti sekolah model, para remaja semakin disiplin dalam memperhatikan penampilan tubuh. Menurut mereka, tubuh menjadi salah satu aset seorang model karena model pakaian yang mereka pamerkan akan terlihat bagus jika tubuh mereka langsing. Tubuh yang langsing akan tetap terlihat indah dipandang melalui kamera karena biasanya bentuk tubuh yang terlihat di kamera akan menjadi lebih besar dibanding dilihat secara langsung. Maka dari itu menjaga bentuk tubuh menjadi tanggung jawab mereka terutama jika menjelang *fashion show*. Banyak hal yang harus mereka lakukan demi mendapatkan dan mempertahankan bentuk tubuh proposional seperti mengecek perubahan berat badan setiap seminggu sekali, mengevaluasi diri di depan cermin, mengatur pola makan, dan mengatur aktivitas fisik seperti olahraga.

Berdasarkan penelitian Grogan (2008) di Negara-negara Amerika dan Australia, perempuan lebih sering merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya jika dibandingkan dengan laki-laki. Perubahan fisik akibat pubertas kemudian memengaruhi remaja dalam membentuk *body image* mereka hingga mengevaluasi diri menurut gambaran tubuh ideal yang mereka bentuk. Salah satu perubahan fisik yang terjadi ketika masa pubertas yang tidak disukai oleh para responden adalah naiknya berat badan. Kenaikan berat badan akibat peningkatan jaringan adiposa menyebabkan sekitar 20 responden merasa kurang percaya diri karena tubuh aktualnya tidak sesuai dengan gambaran tubuh idealnya. Para model pun harus menahan nafsu mereka agar tidak mengonsumsi makanan sesuka hatinya. Walaupun begitu, *body dissatisfaction* juga memiliki keuntungan yaitu timbulnya kesadaran untuk menurunkan berat badan dengan cara berolahraga rutin dan meningkatkan konsumsi buah dan sayur.

Grogan (2008) percaya bahwa tingkat ketidakpuasan terhadap tubuh meningkat seiring dengan bertambahnya usia. Pertambahan usia diiringi dengan meningkatnya rasa kepedulian terhadap penampilan fisik akibat dari bertambahnya tekanan sosial yang diterima perempuan. Para model SZ Management mengatakan bahwa mereka memang tidak menerima *bullying* (penindasan) akibat penampilan fisik mereka tapi hanya berupa komentar. Awalnya komentar-komentar tersebut tidak terlalu dipikirkan oleh para model tapi semenjak mengikuti sekolah model, mereka diberi pemahaman untuk mempedulikan bentuk tubuh mereka demi menunjang penampilan ketika memperagakan busana.

Media massa sebagaimana yang dikatakan oleh Grogan (2008) turut memberi tekanan kepada mayoritas perempuan sehingga kurang puas dengan bentuk tubuhnya. Media massa memuat video komersial tentang produk kecantikan dan busana selalu memperkerjakan perempuan dengan tubuh langsing. Figur yang ditampilkan oleh media massa memberi gambaran referensi tubuh ideal bagi remaja model sehingga membentuk *body image*. Para model awalnya tertarik dengan produk-produk pakaian yang dijual situs belanja online dan juga yang diperagakan di acara *fashion week*. Ketika mereka membeli dan memakai produk yang sama ternyata hasilnya tidak sesuai dengan yang diharapkan maka sejak saat itu mereka menyadari bahwa perbedaan bentuk tubuh dapat memengaruhi tampilan busana yang dipakai. Selain produk kecantikan dan busana, media massa juga sering mengiklankan produk pelangsing tubuh sementara produk penambah berat badan jarang ditampilkan. Hal tersebut semakin memperkuat keinginan remaja memiliki tubuh langsing karena selain indah dipandang tubuh langsing berarti juga tubuh yang sehat. Hal yang amat disayangkan adalah bahwa tubuh yang mereka anggap proposional menurut mata mereka justru berada di bawah batas normal IMT. Karena hal itulah meski sebagian besar responden memiliki *body image* yang positif, dalam artian menyukai penampilan tubuhnya saat ini, namun keadaan tubuh mereka tergolong kurus berdasarkan penghitungan IMT.

Simpulan

Siswa di SZ Management sebagian besar merasa puas dengan bentuk tubuh mereka dan sebagian besar memiliki status Indeks Massa Tubuh yang kurus. Terdapat hubungan yang signifikan antara *body image* dan Indeks Massa Tubuh dari data responden walaupun hubungan dari kedua variabel tersebut memiliki tingkat keeratan yang tergolong lemah. Para siswa merasa puas dengan bentuk tubuh mereka walaupun tubuh mereka tergolong kurus sehingga menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel bersifat negatif. Para siswa merasa puas dengan tubuh yang kurus karena tubuh yang mereka anggap proposional menurut tidak berpatokan pada rentang IMT, melainkan berdasarkan *image* yang terbentuk di dalam pikiran masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifudding. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Damayanti, Elsa Adelina. (2016). "Hubungan *Body image*, Aktivitas Fisik, dan Pengetahuan Gizi Seimbang dengan Status Gizi Remaja Putri". *Skripsi*. Universitas Airlangga.
- Grogan, Sarah. (2008). *Body Image : Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. London : Routledge.

- Kementrian Kesehatan RI. (2010). *Standar Antropometri Penilaian Status Gizi Anak*. Jakarta : Kementrian Kesehatan Republik Indonesia.
- Koentjaraningrat. (1990). *Pengantar Antropologi*. Jakarta: Aksara Baru.
- Nishida, Chizuru. (2004). “Appropriate Body Mass Index for Asian Populations and Implications for Policy and Intervention Strategies”. *The Lancet*. Vol. 363 No. 157-63.
- Nurfaiza, Ulfi. (2018). “Gaya Komunikasi Model Profesional SZ Management Surabaya”. *Skripsi*. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Onis, Mercedes de, Adelheid W Onyango, Elaine Borghi, Amani Siyam, Chizuru Nishida & Jonathan Siekmann. (2007). “Development of a WHO Growth Reference for School-aged Children and Adolescents”. *Bulletin of the World Health Organization*. Vol. 85. No. 660-667.
- Patcheep, Kamonporn. (2011). “Factors Influencing Thai Adolescents’ Eating Behaviour”. *Thesis*. Faculty of Medicine and Health Sciences Universict of Eas Anglia.
- Sediaoetama, Achmad Djaeni. (2006). *Ilmu Gizi untuk Mahasiswa dan Profesi di Indonesia Jilid I*. Jakarta : Dian Rakyat.
- Soetjningsih. (2004). *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya*. Jakarta : Sagung Seto.
- World Health Organization (WHO). (2006). *Obesity: Prenventing and Managing The Global Epidemic*. Geneva: WHO.