

ANALISIS HASIL PENELITIAN PENGARUH PENAYANGAN VIDEO KOREA TERHADAP *BODY IMAGE* WANITA YANG MENARIK PADA REMAJA PUTRI

*Primadhina NPH, Wahyu Selfiana Harta, Leni Nurul Azizah, Fadhilla Dwi Utami
Fakultas Psikologi, Universitas Padjadjaran Jatinangor Jawa Barat 45363*

ABSTRACT

Perkembangan budaya pop Korea yang sedang *trend* saat ini menyebabkan terjadinya beragam perubahan pada pola hidup kebanyakan remaja, khususnya putri di Indonesia. Hal itu meliputi cara berpakaian, berbahasa dengan teman sebaya, gaya rambut, aksesoris, dan hal-hal lainnya. Para remaja cenderung mengidolakan selebriti-selebriti Korea yang terkenal sangat cantik dengan proporsi tubuh yang bisa dikatakan sempurna. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penayangan video Korea terhadap *body image* wanita yang menarik pada remaja putri. Penelitian diuji melalui *one group pretest- posttest design* (Christensen, 2004). *The Wilcoxon Signed-Rank test* memperlihatkan bahwa terjadi perubahan positif *body image* pada bagian wajah, mata, hidung, rambut, dan tinggi badan. Terjadi perubahan negatif pada bagian tubuh bibir dan kulit, serta tidak terjadi perubahan *body image* pada bagian berat badan. Setelah dilakukannya uji hipotesis dengan uji wilcoxon didapat *p-value* lebih kecil dari alpha, yaitu $p\text{-value} = 0.016 < \alpha = 0,05$ (taraf kepercayaan 95%).

Kata kunci:

Body Image, video, Korean Pop, pretest-posttest, Wilcoxon Signed-Rank test.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, dunia seakan menjadi tidak terbatas. Kegiatan saling berbagi informasi menjadi aktivitas yang tidak asing lagi dilakukan di dunia maya melalui media internet. Hal ini lah yang membuat beberapa negara memanfaatkan untuk mempromosikan keunikan dari negara mereka. Salah satunya adalah negara Korea Selatan yang saat ini sedang gencar-gencarnya mempromosikan kebudayaan serta pariwisata mereka melalui sektor hiburan seperti *K-POP* dan *Korean drama*. Sehingga saat ini sektor hiburan di Korea sangatlah terkenal di seluruh dunia dengan istilah *Korean wave* atau demam Korea. Berkembangnya budaya pop Korea (*Hallyu*) di negara-negara Asia Timur dan beberapa negara Asia Tenggara termasuk Indonesia, dibuktikan dengan munculnya “Asian Fans Club” (AFC) yaitu situs Indonesia yang berisi tentang berita dunia hiburan Korea yang memiliki pengunjung sebagian besar wanita berusia dibawah 25 tahun dengan akses internet rumah maupun sekolah.

Apabila dilihat dari statistik jumlah pengunjung, pada tahun 2011 Asian Fans Club telah dikunjungi sebanyak 42.811.744 pengunjung. Hal ini berarti Asian Fans Club dikunjungi oleh rata-rata 58.646 orang setiap hari. Jumlah posting dari juni 2009 sampai februari 2014 mencapai 5334 posting dengan grafik jumlah posting yang terus meningkat. Data di atas menunjukkan bahwa budaya pop Korea di Indonesia berkembang sangat baik. Perkembangan ini dimulai pada tahun 2009 dan berkembang pesat pada tahun 2014 ini. Selain website diatas, situs-situs yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia untuk mengakses berita artis serta video yaitu *Youtube* dan website-website yang menyediakan jasa untuk mengunduh drama korea.

Maraknya Budaya Korea pada Remaja Putri

Perkembangan budaya pop Korea yang sangat mudah untuk diakses dimanapun dan kapanpun menyebabkan terjadinya beragam perubahan pada pola hidup kebanyakan remaja di Indonesia, meliputi cara berpakaian,

berbahasa dengan teman sebaya, gaya rambut, aksesoris, dan hal-hal lainnya. Para remaja cenderung mengidolakan selebriti-selebriti Korea yang terkenal sangat cantik dengan proporsi tubuh yang bisa dikatakan sempurna. Selain itu, para remaja juga mendapatkan informasi yang sangat intens terkait dengan hiburan dari Korea ini. Hal ini dikarenakan media-media seperti televisi, radio, majalah, atau internet dengan mudahnya mengekspos informasi terkait dengan hiburan-hiburan yang berasal dari Korea. Ketika para remaja melihat secara visual informasi-informasi maupun hiburan yang berkaitan dengan Korea sedikit banyak akan mempengaruhi persepsi seorang remaja.

Dalam penelitian ini persepsi yang dimaksud adalah persepsi terhadap penampilan fisik yang menarik atau persepsi mengenai citra tubuh (*body image*). Remaja menangkap persepsi yang berasal dari stimulus sosial dengan pengamatan dari lingkungan yang diterima indera visual mereka. Oleh karenanya, remaja-remaja di Indonesia yang saat ini sudah sangat akrab dengan budaya dari Korea akan menerapkan *body image* yang menarik seperti apa yang sering mereka lihat dari tayangan-tayangan yang mereka tonton. Sehingga seringkali banyak remaja putri yang berdandan layaknya artis Korea atau sekedar mengikuti mode-mode pakaian Korea yang mereka persepsikan sebagai penampilan yang menarik. Hal ini lah yang belum menjadi perhatian orangtua dan masyarakat luas akan besarnya pengaruh tayangan yang ditonton oleh remaja saat ini yang pada akhirnya dapat mengubah sikap serta tingkah laku dan berdampak pada gaya hidup remaja.

TUJUAN

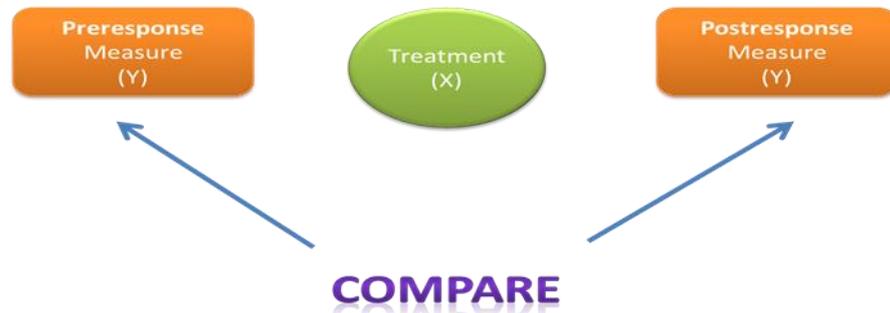
Tujuan dari penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui pengaruh penayangan video Korea terhadap *body image* wanita yang menarik pada remaja putri.

METODE

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian “pengaruh penayangan video Korea terhadap *body image* wanita yang menarik pada remaja putri.” adalah pendekatan eksperimental. Pendekatan eksperimental adalah suatu pengamatan objektif mengenai fenomena yang dibuat untuk suatu kejadian di dalam situasi kontrol yang ketat, di mana satu atau lebih faktor-faktornya diubah-ubah dan faktor-faktor lainnya tetap stabil atau konstan (Christensen, 2004). Dalam penelitian ini kami akan melihat pengaruh suatu variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*), untuk menyelidiki ada tidaknya hubungan sebab akibat.

Rancangan penelitian yang digunakan adalah *One group pretest-posttest design*. Dalam rancangan penelitian ini partisipan berada dalam satu grup yang akan mengalami *pretest*, *treatment* dan *posttest*. Dalam tahapan *pretest* partisipan diberikan kuesioner mengenai *body image* wanita yang menarik tanpa perlakuan apapun sebelumnya. Setelah itu, partisipan diberi jeda waktu berupa kegiatan belajar mengajar mata pelajaran computer (membahas cara pembuatan blog pribadi) selama 1 jam dengan kondisi terkontrol. Kemudian partisipan yang sama diberikan *treatment* berupa penayangan video Korea, setelah itu masuk ke dalam *posttest* dimana partisipan diberikan kuisoner yang sama seperti kuisoner sebelumnya. Kuesioner terdiri dari tiga bagian, bagian pertama diberikan dalam bentuk gambar rincian anggota tubuh seperti wajah, mata, hidung, bibir, rambut, kulit, berat badan, dan tinggi badan, yang setiap bagian tubuhnya disajikan dengan bentuk atau tipe yang berbeda dan didalamnya disisipkan bentuk bagian tubuh artis Korea pada umumnya, sehingga partisipan diminta untuk memilih salah satu bentuk bagian tubuh yang menarik menurut mereka. Bagian kedua, partisipan diminta untuk menjawab pertanyaan terbuka mengenai karakteristik fisik wanita yang menarik. Bagian ketiga, partisipan diminta menuliskan nama publik figur yang menurut mereka memiliki penampilan fisik yang menarik.

Gambar bentuk rancangan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:



Peneliti menggunakan desain ini karena ingin melihat efek treatment pada saat *posttest*, yang akan dikur dengan kuesioner yang sama dan dibandingkan dengan hasil pengukuran pada saat *pretest* yang tidak diberikan *treatment* apapun.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan data mengenai pengaruh pemberian video Korea terhadap *body image* wanita telah dilakukan pada remaja putri usia 16-18 tahun di SMAN 12 Bandung. Pada penelitian ini skala yang digunakan adalah skala ordinal dan dua sampel berpasangan sehingga uji validitas data yang digunakan adalah uji Wilcoxon.

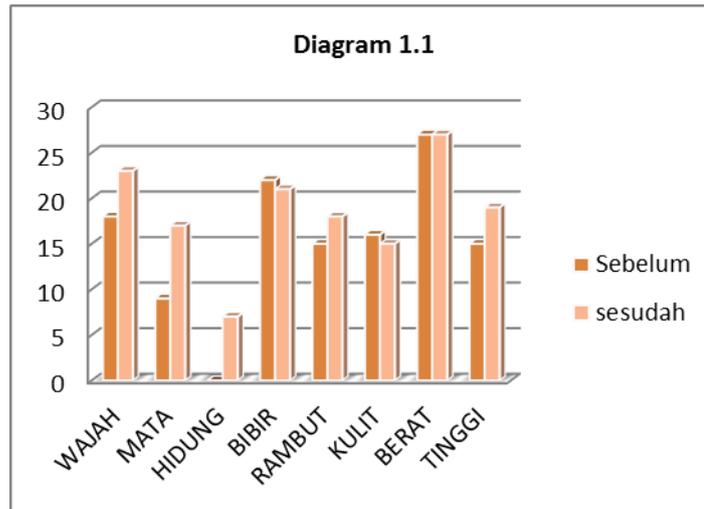


Diagram 1.1 Perbandingan jumlah pemilihan bentuk tubuh artis Korea

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, diperoleh hasil bahwa terjadi perubahan positif *body image* sebesar 16.12% partisipan pada bagian wajah, 25.80% partisipan pada bagian mata, 22.58% partisipan pada bagian hidung, 9.67% partisipan pada bagian rambut, 12.90% partisipan pada bagian tinggi badan sebelum dan setelah diberikan treatment video. Namun terjadi perubahan negatif yang masing-masingnya sebesar 3.22% partisipan pada bagian tubuh bibir dan kulit, dan tidak terjadi perubahan *body image* partisipan pada bagian berat badan. Setelah dilakukannya uji hipotesis dengan uji wilcoxon didapat p-value lebih kecil dari alpha, yaitu p-value = $0.016 < \alpha = 0,05$. Jadi dapat disimpulkan terdapat perbedaan *body image* partisipan sebelum dan setelah diberikan *treatment* berupa video yang menampilkan artis korea yang bernama Yoo Na dengan durasi empat menit.

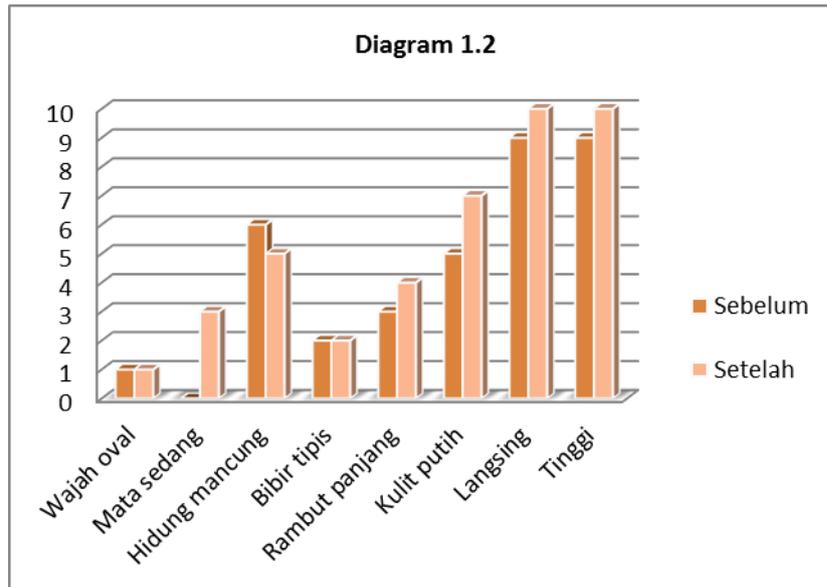


Diagram 1.2 Perbandingan jumlah jawaban karakteristik wanita yang menarik

Pada diagram kedua, memperlihatkan terdapat perubahan positif jumlah partisipan yang menjawab pertanyaan mengenai karakteristik wanita yang menarik pada saat sebelum dan setelah diberikan penayangan video Korea, seperti mata sedang dengan persentase perubahan 9.67% partisipan, rambut panjang 3.22% partisipan, kulit putih 6.45% partisipan, tubuh langsing 3.22% partisipan, dan tinggi 3.22% partisipan. Namun pada jawaban hidung mancung terdapat perubahan negatif dengan persentase perubahan 3.22%, dan pada jawaban wajah oval dan bibir tipis tidak terdapat perubahan jawaban.

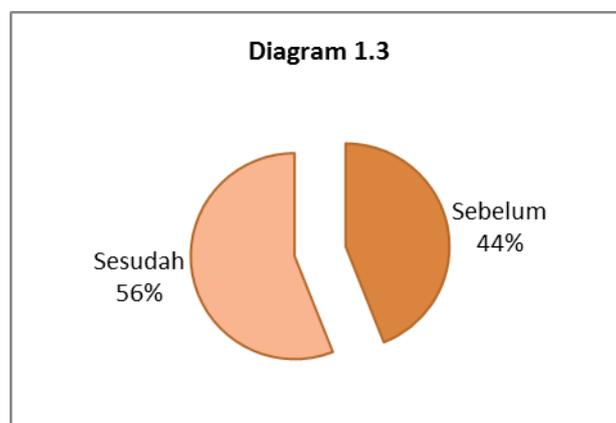


Diagram 1.3 Persentase partisipan yang menuliskan figur artis Korea

Jika dilihat dari diagram diatas, terjadi perubahan persentase partisipan yang menuliskan publik figur wanita yang menurut mereka memiliki penampilan fisik yang menarik. Sebelum diberikan penayangan video sebesar 44% partisipan menuliskan nama figur wanita Korea dan setelah diberikan penayangan video terjadi peningkatan sebesar 12% menjadi 56% partisipan yang menuliskan nama figur wanita Korea sebagai figur yang memiliki penampilan fisik yang menarik.

Keunggulan video Korea sebagai media yang dapat menampilkan gambar bergerak dan suara merupakan suatu daya tarik tersendiri bagi remaja putri. Hal ini dapat dibuktikan ketika partisipan menonton video, *body image* wanita akan terbentuk sendiri terkait dengan tampilan yang ada di dalam video tersebut. Body image wanita yang dilihat dalam penayangan video memiliki kecenderungan memunculkan stereotipikal perempuan yang dikukuhkan dengan pencitraan penampilan fisik yang dianggap ideal dalam masyarakat dengan kriteria seperti tubuh langsing, tinggi, berkulit putih, berambut panjang dan lurus. Citra yang dibentuk pada video ini lah yang mempengaruhi cara pandang remaja putri sebagai konsumen terbesar dalam mengakses video Korea. Diperkuat dengan hasil penelitian ini yang membuktikan adanya perubahan *body image* wanita yang menarik sebelum dan setelah diberikan tayangan video Korea pada remaja putri.

Beberapa hal yang menjadi perhatian dalam penelitian ini, terkait faktor-faktor yang mempengaruhi hasil penelitian, seperti faktor lingkungan fisik pada saat penelitian yang memungkinkan partisipan terpengaruh oleh partisipan lain, dan banyaknya partisipan yang sudah memiliki pandangan sendiri mengenai *body image* wanita yang menarik. Sehingga hal tersebut menyebabkan video yang ditampilkan bukan merupakan variabel yang signifikan yang dapat mengubah *body image* partisipan. Namun secara keseluruhan hal ini tidak mempengaruhi hasil penelitian secara signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan pengolahan dan pengujian secara statistic maka didapatkan hasil terdapat perubahan *body image* wanita yang menarik sebelum dan sesudah penayangan video Korea pada remaja putri.

Dari hasil data diatas kami menyimpulkan bahwa tayangan informasi yang menampilkan artis Korea ini dapat mengubah *body image* para pemirsa terhadap penampilan wanita yang menarik. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian mengenai *body image* wanita yang menarik secara keseluruhan terjadi peningkatan persepsi dibandingkan sebelum mendapatkan informasi mengenai tayangan artis Korea.

DAFTAR PUSTAKA

Santrock. 2011. *Adolescence*. New York : McGraw Hill

Siegel, Sidney. 1992. *Nonparametric Statistic*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

alumni.unair.ac.id/kumpulanfile/4178833618_abs.pdf (Diunduh pada Sabtu 4 Mei 2013 pukul 12:09)

<http://anissanur.blogspot.com/2012/02/pengaruh-budaya-korea-terhadap.html>
(Diakses 1 Mei 2013 pukul 10:37)

<http://blog.uin-malang.ac.id/jokopurwanto/2011/04/25/penggunaan-video-sebagai-media-pembelajaran/> (Diakses pada Minggu 5 Mei 2013 pukul 08:55)

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab2/2012-1-00390-mc%202.pdf>
(Diunduh pada Minggu 5 Mei 2013 pukul 09:22)

<http://theselfstyledlife.wordpress.com/2012/04/18/the-ideal-self/> (Diakses pada Minggu 5 Mei 2013 pukul 09:39)

<http://www.simplypsychology.org/self-concept.html> (Diakses pada Minggu 5 Mei 2013 pukul 10:01)

<http://psychology.about.com/od/sindex/f/what-is-self-esteem.htm> diakses 5 Mei 2013 pukul 10:02)

library.binus.ac.id/eColls/eThesis/Bab2/2011-2-00003-PL%202.pdf (Diunduh pada Sabtu 4 Mei 2013 pukul 11:49)

repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/22771/4/Chapter%20II.pdf (Diunduh pada Sabtu 4 Mei 2013 pukul 11:40)