

APLIKASI MOBILE *PREETY UP* TERHADAP *BODY IMAGE* PARA WANITA

Kiki Utami¹, Irwansyah²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pelita Harapan

Karawaci, Tangerang

¹utamikiki21@gmail.com

Abstrak. Perkembangan digitalisasi yang ditandai oleh kemajuan di bidang telekomunikasi dan informasi salah satunya internet telah memunculkan banyak produk teknologi yang digital dan bernilai tambah bagi kehidupan manusia, antara lain sosial media dan aplikasi-aplikasi pada ponsel pintar yang dapat berbasis teknologi iOS dan android. Adapun perkembangan aplikasi mobile yang semakin maju tersebut membantu penggunanya untuk dapat berkomunikasi secara efektif, mendapatkan layanan sesuai yang diharapkan serta memperoleh nilai tambah secara berkelanjutan dari penggunaan aplikasi tersebut. Secara rinci fokus utama pada riset ini ialah pembahasan aplikasi *Pretty Up* yang dapat membantu penggunanya yakni remaja wanita di Indonesia untuk membentuk emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas, dimana bentuk tubuh yang ideal bagi seorang kaum hawa ialah hal yang penting karena mempengaruhi aktivitas sehari-harinya dan rasa percaya diri. Landasan teori yang digunakan pada riset ini memfokuskan pada konsep mobile aplikasi dan digital media sebagai bagian dari media baru yang berkembang seiring perkembangan teknologi. Riset ini menggunakan metode riset kualitatif deskriptif dimana memakai teknik pengumpulan data dari pengamatan, wawancara dan telaah dokumentasi. Hasil riset memberikan hasil bahwa seluruh nara sumber riset ini mengakui dan menyadari bahwa aplikasi *Pretty Up* sangat berpengaruh positif dalam membentuk emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas, yang mana hal ini sangat dibutuhkan untuk memotivasi diri mereka untuk tampil lebih baik lagi secara konsisten. Secara singkat citra tubuh yang ideal tentunya ialah harapan dari semua kaum hawa dan aplikasi *Pretty Up* berusaha membantu mewujudkan hal tersebut baik secara langsung dan atau tidak langsung secara efektif.

Kata Kunci: *Aplikasi, Pretty Up, Body Image, Teknologi*

Abstract. *The development of digitalization that pointed with the fast of telecommunication and information such as internet has shown so many digital technologies product that gives valued added to human lives, for instance social media and other applications inside smart phones based on iOS technology and android. Moreover, the development of mobile application that fast has assisted the user to communicate effectively, getting services as expected and getting value added continuously in using that application. As a specific, this research has aim to focus on the application *Pretty Up* that can create the user which teenager girls in Indonesia to make emotion of their bodies, such as proud, shy, satisfy, or*

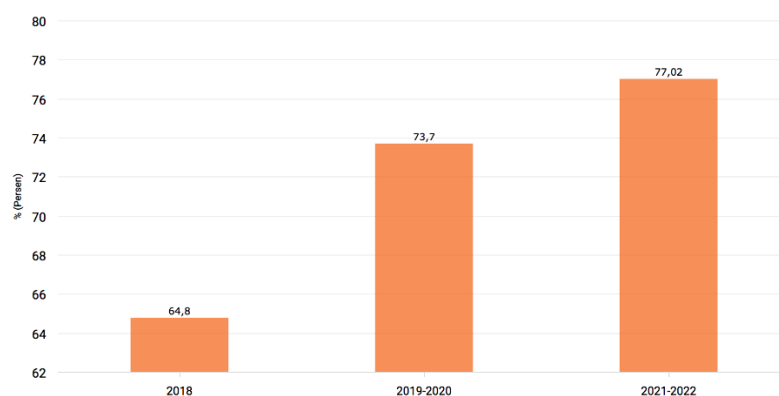
dissatisfy that ideal body to the girls is the important things since influence their daily activities and self-confidence. The literature review used in this research is using mobile phone concept and digital media as a part of new media that as a part of new media that develop along with the technology. The research used descriptive qualitative method with data collection method through observation, interview, and documentation study. The research showed that all the respondent admit that application Pretty Up positive significantly in making emotion of their bodies, such as proud, shy, satisfy or dissatisfy that need to motivate their self to show more good consistently. All in all, good image of body is the expected from all women and application Pretty Up assists that matters both directly and or indirectly.

Keywords: Application, Pretty Up, Body Image, Technology

1. Pendahuluan

Di era modern saat ini, teknologi kian berkembang pesat, tidak terkecuali dalam bidang bisnis dan komunikasi. Teknologi tidak hanya mempermudah manusia dalam aspek kehidupan yang sifatnya komplementer namun juga yang bersifat fundamental. Teknologi menjadi alat untuk mencapai efektivitas, baik dalam biaya maupun waktu, bahkan teknologi juga menjadi penghubung antara manusia dengan kebutuhannya. Hal tersebut tampak

dalam aktifitas manusia yang semakin hari semakin bergantung pada teknologi. Salah satu bentuk perkembangan teknologi pada kehidupan manusia saat ini ialah internet. Dengan adanya internet, kita dipermudah untuk memenuhi kebutuhan seperti ilmu pengetahuan, berita, bersosialisasi, berkerja, berbelanja, hingga mempromosikan sebuah produk ataupun jasa. Menurut Johnny (2021) memaparkan bahwa Indonesia ialah negara dengan penggunaan internet mendominasi ke-4 pada lingkup internasional serta mempunyai penembusan internet sejumlah 73,7% dengan jumlah pengguna.



Gambar 1.1 Penetrasi Internet di Indonesia (2018-2022)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>

Pengguna internet Indonesia telah naik setiap tahunnya. Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia ialah 77,02%. Dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, terdapat lonjakan penetrasi internet di Indonesia. Hal ini mengindikasikan bahwa terjadi kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya. Dengan kuantitas pengguna yang semakin meningkat, internet menjadi medium terbaik bagi suatu bisnis untuk berkembang. Penggunaan internet sangat berkorelasi positif pada penggunaan ponsel pintar dimana dalam ponsel pintar banyak terdapat aplikasi yang berguna bagi kehidupan manusia, misal aplikasi Grab dan Gojek untuk sarana transportasi, aplikasi WhatsApp, Telegram, Line, KakaoTalk untuk komunikasi secara bebas, efektif, praktis, aplikasi Instagram, Twitter dan Facebook untuk sosial media dalam menjalin komunikasi serta jaringan sosial, aplikasi BCA Mobile, Livin Mandiri untuk produk perbankan dari Bank BCA dan Bank Mandiri sehingga memudahkan transaksi secara cepat, praktis tanpa harus datang ke bank yang lebih konvensional atau tradisional. Jenis aplikasi lainnya banyak dikembangkan oleh perusahaan – perusahaan start up baik yang ternama atau raksasa seperti

Alibaba, Amazon, Blibli, Bukalapak, Tokopedia yang memfokuskan pada bidang e-commerce atau marketplace hingga perusahaan-perusahaan rintisan yang masih kecil dan berkembang untuk menjadi perusahaan besar pada masa mendatang.

Salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh kaum hawa adalah aplikasi *Pretty Up* yang memfokuskan pada tubuh wanita atau remaja wanita guna memberikan pandangan kepada kaum hawa tersebut pentingnya bentuk tubuh yang proporsional dalam meningkatkan kepercayaan diri mereka. Penelitian ini akan mengeksplorasi penggunaan Aplikasi “*Pretty Up*” yang merupakan aplikasi foto ataupun video yang dapat mengedit wajah dan tubuh sesuai dengan yang diinginkan untuk menunjang kebutuhan sosial media yang dilakukan para remaja Wanita Indonesia yang tentu saja memunculkan dampaknya terhadap persepsi, interpretasi dan emosi yang mendasari citra tubuh remaja perempuan. Lebih lanjut, penelitian ini juga mengeksplorasi perilaku spesifik sebagai konsekuensi dari citra tubuh positif atau negatif remaja perempuan di Indonesia. Hal-hal yang akan menjadi fokus peneliti dalam wawancara terhadap delapan

orang *key informan* atau pelaku pengguna aplikasi “*Pretty Up*” yaitu membedah mengenai citra tubuh yang umumnya merupakan konsep multidimensi.

Adapun tujuan riset ini memfokuskan pada meneliti secara lebih mendalam atas hal-hal baru yang bersifat empiris khususnya perilaku orang dalam menggunakan aplikasi *Pretty Up*, tujuan lainnya ialah melakukan eksplorasi secara komprehensif dan mendalam atas kajian teoritis dan konsep konsep komunikasi, teknologi dan perilaku masyarakat yang dilakukan secara detil dan mendalam. Lebih lanjut riset ini juga memiliki tujuan dalam hal mengintegrasikan antara asumsi, temuan riset dan preposisi atas fenomena riset yang dikaji secara lebih mendalam dan detil. Setiap penelitian atau riset memiliki hal penting dalam memberikan manfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, sehingga tercipta nilai tambah yang bermanfaat penting. Adapun riset atau penelitian ini memiliki manfaat dari sisi teoritis yaitu membahas teori atau konsep yang terkait komunikasi, teknologi dan masyarakat dimana adanya kemajuan teknologi menyebabkan perubahan perilaku manusia dalam berkomunikasi salah satunya menggunakan media aplikasi pada ponsel pintar mereka ketimbang alat komunikasi tradisional seperti telepon dan surat menyurat. Sedangkan manfaat dari sisi praktis dapat

memberikan masukan kepada kaum awam bahwa peran teknologi, masyarakat dan komunikasi adalah saling berkaitan satu sama lain dalam membentuk sebuah sikap atau perilaku sebagai contoh menggunakan aplikasi pada ponsel pintar. Adapun aplikasi yang difokuskan pada riset ini ialah aplikasi “*Pretty Up*” yang dapat membentuk persepsi, interpretasi dan emosi yang mendasari citra tubuh perempuan Indonesia pada khususnya.

2. Tinjauan Literatur

Kajian teoritis pada riset ini memfokuskan pada konsep mobile media sebagai bagian langsung dari aplikasi *Pretty Up* yang digunakan. Dimana teknologi mobile media yang berkembang saat ini berasal dari inovasi produk yang berkelanjutan sehingga menghasilkan produk produk aplikasi yang bermanfaat luas termasuk hadirnya sosial media sebagai bagian dari komunikasi digital berbasis teknologi dalam mengubah perilaku masyarakat.

Mobile Media

Perkembangan mobile media yang pesat misal muncul dan hadirnya ponsel pintar, laptop yang menggantikan kehadiran pc, tablets, serta perangkat digital lainnya telah memberikan dampak yang dinamis dalam kehidupan manusia, dimana aktivitas manusia dapat lebih praktis, lebih cepat dan efisien ketimbang metode tradisional terdahulu sebelum

munculnya mobile media. Mobile media telah hadir dan memberikan nilai tambah yang berguna dan perlu untuk dilakukan inovasi secara berkelanjutan guna memberikan dampak yang bermanfaat dan berkesinambungan.

Tanpa diragukan, mobile phone atau dikenal sebagai ponsel adalah bentuk mobile media yang paling populer, dan paling sering digunakan oleh manusia atau masyarakat di dunia, khususnya dengan demografi kelas menengah atas, dan daerah perkotaan ketimbang daerah desa, atau terpencil. Sebelum hadir ponsel pintar, orang atau manusia menggunakan handphone hanya untuk mengirimkan pesan, dalam bentuk sms serta untuk berkomunikasi telepon. Berdasarkan laporan World Bank di tahun 2017, menunjukkan bahwa pengguna mobile phone telah lebih dari 8 miliar dimana melebihi jumlah populasi penduduk di dunia (Campbell, 2020). Hasil penelitian dari Uzuegbunam (2019) menjelaskan bahwa ponsel pintar dan perkembangan aplikasi telah mendiversifikasi koneksi secara sosial, serta memperlebar kontak interpersonal termasuk konten digital dengan tipe lain serta jasanya. Mobile phone memungkinkan memecah rintangan yang diasosiasikan dengan akses dan keahlian digital serta berhubungan dengan bentuk lain dari teknologi komunikasi digital. Teknologi mobile media yang berkembang secara pesat ini

merupakan sebuah solusi besar bagi kehidupan manusia sehingga semakin maju, berkembang dan memberikan nilai tambah yang efektif dalam menjadikan era digital berkembang secara maju seiring dengan perkembangan zaman.

Media Sosial

Saat ini manusia hidup di dunia sosial media, dimana 45% dari total populasi dunia yakni 3,5 miliar penduduknya ialah pengguna sosial media sebagaimana hasil penelitian dari Global Digital Yearbook tahun 2020. Kepopuleran sosial media ditandai dengan munculnya Facebook di tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg, yang merupakan salah satu mahasiswa di kampus Harvard. Sebelum munculnya Facebook, telah hadir teknologi dengan ide yang serupa yaitu LiveJournal, Myspace, Friendster, SixDegrees yang menghubungkan penggunanya secara online dimana orang-orang dapat mempublikasikan profil mereka dengan teman mereka, kontak, fans, serta followers, Siapera dalam Uzuegbunam (2021).

Adapun Siapera dalam Uzuegbunam (2021) menjelaskan bahwa sosial media ialah integrasi dari sebuah teknologi, interaksi sosial, dan pengguna yang menghasilkan konten. Sosial media ialah berkaitan dengan channel yang berhubungan dengan internet dari komunikasi personal secara massal yang mengizinkan penggunanya

untuk berinteraksi dan menampilkan dirinya kepada audience secara luas atau sempit, termasuk memberikan konten yang dibuatnya kepada audience tersebut.

Selanjutnya munculnya sosial media ialah sebagai bentuk perwujudan perkembangan teknologi dan informasi. Sosial media memudahkan manusia untuk berinteraksi secara cepat, efektif, dan interaktif dimana hal ini perlu disambut positif. Sebelum hadirnya sosial media, umumnya manusia belum memperoleh manfaat dari mendapatkan jaringan sosial secara cepat, praktis dan informatif guna membantu komunikasi yang lancar tanpa harus menggunakan biaya yang cukup mahal dan tidak praktis misal aktivitas surat menyurat, telegram, atau komunikasi melalui jalur telepon yang dapat mahal biayanya bila dilakukan sambungan internasional yang belum menggunakan jaringan internet yang lebih efisien biayanya secara nilai ekonomis.

Sosial Media yang saat ini tengah ramai digunakan, hal ini berdasarkan penelitian dari *We Are Social* mengenai Pengguna Aktif *Platforms* Sosial Media di Indonesia pada Januari 2021 antara lain Whatsapp, Youtube, Facebook, Twitter, dan Instagram. Sosial media juga sering digunakan untuk tujuan hiburan hingga ekonomis. Misal transaksi penjualan dan atau pembelian secara komersial. Dalam hal ini tercipta manfaat ekonomis

yang bernilai tambah bagi kehidupan manusia atas penggunaan sosial media baik dalam jangka pendek dan atau jangka panjang.

Dampak positif dan negatif sosial media perlu disingkapi secara lebih mendalam, terlebih banyak pihak yang memanfaatkan sosial media secara tidak bijaksana yang merugikan banyak pihak atau bersifat ujaran kebencian hingga modus penipuan publik. Salah satu ciri media sosial ialah ditandai dengan banyaknya follower atau pengikut yang dapat memberikan manfaat bagi user sosial media tersebut. Media sosial yang dinamis ini tentunya sangat berkorelasi dengan kemajuan iptek dan motivasi dari para penggunanya misal pengguna Instagram yang kreatif, interaktif dalam menggunakan aplikasi media sosial tersebut.

3. Metode

Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis teks baik meta analisis (Cogaltay & Karadag, 2015; Crowther et al., 2010) yang dilengkapi dengan observasi (Baker, 2006; Kawulich, 2012; Slack & Rowley, 2001). Selanjutnya metode kualitatif deskriptif ini dilakukan dengan strategi eksploratif atau analisis isi. Secara rinci, riset ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan mendapatkan gambaran secara sistematis dan komprehensif. Melalui pendekatan ini diharapkan peneliti dapat menggali

lebih dalam data lapangan yang didapatkan pada riset sehingga hasil riset dapat bermanfaat dan efektif. Adapun penelitian kualitatif ialah sebuah penelitian yang bertujuan untuk menginterpretasikan suatu arti dari sebuah peristiwa atau fenomena yang akan dianalisa dan teliti berdasarkan subjektivitas dari penelitian. Lebih lanjut sifat dari penelitian kualitatif ialah bersifat deskriptif dan umumnya menggunakan analisa untuk meneliti dan menganalisa data yang diperoleh dalam penelitian, yang mana semakin detil dan mendalam data yang diperoleh maka semakin baik kualitas penelitian kualitatif.

Sumber primer dokumen atau sumber informasi lain yang diciptakan pada atau di sekitar waktu yang sedang dipelajari, serta merujuk pada kenyataan bahwa sumber tersebut dibuat oleh pelaku primer. Dalam hal ini peneliti menentukan sumber penelitian ini terhadap para perilaku remaja perempuan yang antusias menggunakan sosial media, 5 orang *key informan* yang akan diwawancara perihal aktifitas yang sering mereka lakukan di media sosial, seperti upload foto, stalking postingan foto orang lain (teman, selebriti, selegram, dll). Serta hal-hal yang mendorong mereka melakukan perbandingan citra tubuh (*body image*).

Untuk teknik pengumpulan data dilakukan observasi, wawancara, dan data dokumen. Wawancara

(*interview*) dilakukan untuk memperoleh informasi yang tidak bisa didapatkan melalui observasi. Menurut Berger (dalam Kriyantono, 2020) menjelaskan bahwa teknik wawancara ialah percakapan antara peneliti dengan narasumber yang memiliki informasi penting terkait objek penelitian. Dengan kata lain, wawancara dilakukan untuk melengkapi data yang dibutuhkan. Berikut detail teknis wawancara yang dilakukan peneliti.

a. *Semi-Structured Interview*

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini ialah wawancara semi terstruktur (*semi-structured interview*). Sugiyono (2013: 233) mengatakan bahwa jenis wawancara semi terstruktur termasuk kategori *in-dept interview*, di mana dalam pelaksanaannya akan lebih leluasa dari pada wawancara terstruktur. Teknik wawancara ini juga memungkinkan pertanyaan – pertanyaan baru muncul berdasarkan jawaban dari informan. Pada teknik wawancara semi terstruktur, wawancara berkembang berdasarkan jawaban dari informan di lapangan sehingga peneliti tidak bisa memastikan isu yang berkembang. Oleh karena itu peneliti terlebih dahulu menyiapkan panduan wawancara yang berisi poin – poin pertanyaan guna mengurangi risiko dan meningkatkan efektifitas pengumpulan data saat wawancara. Dari panduan wawancara yang sudah dirancang sebelumnya, peneliti bisa

menggali informasi lebih mendalam dari informan tanpa takut kehilangan konteks atau keluar dari batasan penelitian.

b. Daring

Kata daring ialah akronim dari ‘dalam jaringan’ yang artinya ialah terhubung melalui internet, jejaring komputer, dan sebagainya. Peneliti menjalankan wawancara secara daring karena situasi wabah pandemi COVID-19 masih berisiko sehingga membatasi peneliti untuk bertemu informan secara tatap muka. Dalam melakukan wawancara secara daring, peneliti terhubung melalui internet dan menggunakan bantuan beberapa platform guna berinteraksi dengan para informan secara jarak jauh. Platform yang peneliti gunakan ialah Whatsapp Messenger dan Google Meet. Peneliti menggunakan platform tersebut karena keduanya memungkinkan wawancara dilaksanakan dengan cara *video call*. Peneliti memberikan dua opsi untuk menyesuaikan keadaan informan. Pertama, peneliti terlebih dahulu menyarankan untuk menggunakan Google Meet. Ketika tidak memungkinkan peneliti meminta izin informan untuk terhubung melalui saluran Whatsapp Messenger agar koneksi lebih stabil sehingga wawancara dapat berjalan dengan lancar.

c. One-on-one

One-on-one interview atau wawancara satu lawan satu ialah format wawancara yang hanya

melibatkan satu pewawancara dan satu orang yang diwawancarai. Wawancara ini juga bisa disebut dengan wawancara empat mata. Dengan menggunakan format wawancara seperti ini diharapkan dapat menciptakan situasi lebih fokus baik bagi pewawancara maupun bagi informan untuk menjawab.

d. Casual

Bahasa percakapan pada wawancara dalam penelitian ini ialah bahasa santai atau casual (informal). Bahasa percakapan ini menggunakan bentuk kalimat yang lebih sederhana dan menggunakan kosa kata sehari – hari. Dengan menggunakan bahasa percakapan seperti ini diharapkan dapat menciptakan suasana yang bersahaja dan santai di antara pewawancara dan informan.

Meskipun menggunakan bahasa yang santai saat wawancara, peneliti tetap bersikap profesional dan fokus pada topik dan pertanyaan yang dibutuhkan. Terlebih dahulu peneliti meminta izin kepada informan untuk merekam percakapan selama berlangsungnya wawancara. Lalu peneliti melakukan wawancara dengan memberikan pertanyaan yang sudah disederhanakan kalimatnya tanpa menghilangkan maksud dari inti pertanyaan.

e. Tidak Tertunda

Meskipun wawancara dilakukan secara daring, namun wawancara berjalan secara langsung hingga selesai. Peneliti melakukan

wawancara secara tidak tertunda demi mendapatkan data yang lengkap. Peneliti membutuhkan jawaban secara langsung dari informan mengenai sudut pandangnya saat itu tanpa dibuat-buat dan dikarang oleh informan.

Peneliti mewawancarai informan mengenai poin-poin eksplorasi yang telah dipersiapkan atau disebut juga dengan panduan wawancara. Ketika informan menjawab, peneliti menciptakan pertanyaan baru sesuai jawaban informan agar dapat mendalami data yang diperoleh.

Sedangkan teknik pengolahan data ialah koding terbuka, selektif atau analisis isi. Selanjutnya pada tahapan teknik analisis data yang dipaparkan dalam penelitian ini berkaitan dengan data berupa kata atau kalimat yang dihasilkan dari objek penelitian serta yang berkaitan dengan informasi seputar objek penelitian. Menurut Kriyantono (2020) menjelaskan bahwa analisis data ialah proses memilah, mengelompokkan, dan mengurutkan data kedalam pola atau kategori, dan mendialogkan data dengan data sehingga menemukan tema serta mendapatkan ide sesuai dengan data yang diperoleh.

Pada riset kualitatif, beragam pilihan teknik analisis data yang dapat digunakan ialah sebagai berikut ini:

1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Pengumpulan data dilakukan saat sebelum penelitian hingga saat berlangsungnya penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan memastikan subjek dan menyusun panduan pertanyaan sebagai bahan sebelum melakukan wawancara dengan narasumber, guna wawancara yang dilaksanakan tidak keluar dari orientasi tujuan penelitian.

2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data dilakukan oleh peneliti secara terus menerus selama penelitian berjalan agar dapat menghasilkan catatan inti yang diperlukan untuk kemudian data tersebut dapat disajikan. Menurut Kriyantono (2020) tahap reduksi ialah saat peneliti mereduksi segala narasumber yang diperoleh untuk memfokuskan pada masalah tertentu. Data yang sudah didapatkan ditulis dalam bentuk uraian, atau laporan yang rinci. Laporan yang terpilih akan dikelompokkan menjadi beberapa kategori yang ditetapkan sebagai fokus penelitian. Semakin banyak data yang digunakan, makasemakin banyak pula data yang direduksi. Selama melakukan penelitian, penulis akan melakukan reduksi data demi mendapatkan poin-poin penting dari data yang ditemukan.

3. *Data Display* (Penyajian Data)

Apabila pada tahap sebelumnya telah melakukan reduksi data, pada tahap ini peneliti mengklasifikasi

data dengan cara mencocokkan dan mengaitkan data dengan konsep *digital marketing* serta peneliti menyajikan data sesuai pokok permasalahan penelitian.

4. *Conclusion Drawing* (Penarikan Kesimpulan)

Setelah melakukan proses reduksi dan penyajian data, tahap akhir dari proses analisis data ialah kesimpulan dan verifikasi. Pada bagian ini peneliti menyampaikan kesimpulan dari data-data yang telah terkumpul. Pada tahap ini peneliti mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan terkait data yang terkumpul. Penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan cara memverifikasi pernyataan dari beberapa subjek penelitian dengan makna yang terkandung dalam konsep *digital marketing*. Kemudian peneliti membuat dan memaparkan kesimpulan untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini.

4. Hasil dan Pembahasan

Berikut unsur-unsur yang mendasari *body image* yaitu:

1. Bagaimana seseorang mempersepsikan tubuhnya (secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu tubuhnya) dan seberapa akurat atau terdistorsi itu persepsi dibandingkan dengan standar objektif;
2. Kognisi (pemikiran) yang dimiliki seseorang tentang dirinya tubuh, seperti "badan saya terlalu besar";

3. Perasaan atau emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas. Tubuh negatif ketidakpuasan citra atau tubuh muncul ketika ada ketidaksesuaian atau perbedaan antara individu persepsi tentang tubuhnya dan tubuh yang disukainya, dan perbedaan ini dianggap penting. Tubuh ketidakpuasan dapat berkisar dari preferensi ringan untuk memiliki karakteristik tubuh yang berbeda untuk kesulitan parah dan perilaku ekstrem untuk mengubah bentuk tubuh atau menyingkirkan komentar tidak baik dari orang lain (Wertheim & Paxton, 2012).

Secara rinci, berikut ialah ringkasan dari hasil wawancara kepada sepuluh narasumber terkait aplikasi mobile *Pretty Up* pada *body image* para wanita yaitu:

1. Dari wawancara narasumber kepada Anita, nama samaran, yang merupakan seorang mahasiswi dari sebuah kampus swasta di Jakarta, ia menyebutkan bahwa aplikasi *Pretty Up* sangat membantu dirinya untuk membentuk persepsi, kognisi, dan emosi yang mendasari citra tubuh. Saat ini ia merasakan bahwa tubuhnya kurang ideal atau berat badannya yang melebihi tinggi badannya sehingga merasa kurang percaya diri untuk bergaul atau bersosialisasi dengan orang

lain terutama bila nanti bekerja kantoran. Anita menemukan manfaat positif dari aplikasi Pretty Up tersebut yang membentuk emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas. Lebih lanjut Anita merekomendasikan aplikasi Pretty Up tersebut kepada remaja wanita lain di Indonesia supaya mereka dapat memperoleh manfaat yang serupa dari penggunaan aplikasi tersebut

2. Hasil wawancara kepada Sinta, inisial nama, yakni seorang mahasiswi di perguruan tinggi swasta di Jakarta, diperoleh simpulan bahwa Sinta merasakan manfaat yang sama dengan Anita atas penggunaan aplikasi Pretty Up yang membentuk emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas, sehingga ia dapat melakukan tindakan atas tubuhnya misal melakukan diet atau menambah berat badan. Contoh saat ini Sinta merasakan bahwa ia mempunyai postur tubuh agak sedikit kegemukan yang membuat dirinya menjadi kurang cocok memakai baju yang ada di lemari bajunya. Dengan bantuan aplikasi

Pretty Up tersebut ia merasakan bahwa berat tubuh idealnya untuk sesuai dengan ukuran bajunya dapat ditentukan secara cepat, praktis dan efektif.

Selanjutnya Sinta tidak menemukan hal negatif dalam aplikasi Pretty Up tersebut yang dapat membuat dirinya menjadi tidak nyaman atau kurang cocok, bahkan ia merekomendasikan aplikasi Pretty Up tersebut kepada remaja Wanita Indonesia lainnya supaya dapat membentuk emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas yang sangat bermanfaat positif. Sinta juga mereferensikan aplikasi Pretty Up tersebut kepada saudara, teman-temannya atas pengalaman pribadinya dalam mendapatkan manfaat dari penggunaan aplikasi tersebut sehingga ia meyakini bahwa aplikasi tersebut dapat bermanfaat bagi orang banyak yang membutuhkan pembentukan emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas.

3. Lebih lanjut hasil wawancara kepada narasumber Citra, bukan nama sebenarnya, ia mengaku bahwa dirinya mempunyai masalah dengan

rasa percaya diri karena bentuk tubuhnya yang kurang ideal serta kurang cantik dibanding remaja Wanita lainnya sehingga ia merasa minder atau gugup ketika membawakan presentasi tugas kuliah. Adapun saat ini ia sedang berkuliah di salah satu Universitas swasta ternama di Jakarta dan sudah berada di semester akhir. Citra menemukan manfaat penggunaan aplikasi Pretty Up yang menurut dirinya sangat berguna dalam membentuk emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas. Hal ini sangat baik karena ia dapat meningkatkan rasa percaya diri setelah melakukan sesuatu dengan tubuhnya misal diet atau mengencangkan pinggang yang terlalu lebar.

Sebelum memasuki dunia kerja tentunya Citra merasakan pentingnya postur tubuh ketika melakukan lamaran pekerjaan nanti, dimana perusahaan yang menerima karyawan umumnya dapat memperhatikan penampilan pelamar ketika proses wawancara kerja. Pretty Up ialah sebuah solusi dalam menemukan postur tubuh yang ideal bagi remaja Wanita

Indonesia menurutnya baik secara langsung dan atau tidak langsung. Menurut Citra ia belum menemukan aplikasi lain yang sejenis Pretty Up yang dapat membantu secara efektif dalam menentukan postur tubuh yang ideal dan pas.

4. Adapun hasil wawancara kepada Karina, bukan nama sebenarnya, seorang mahasiswa tahap akhir di sebuah Universitas swasta di Jakarta, ia menyebutkan bahwa masalah postur dan bentuk tubuh ideal bagi semua remaja Wanita ialah hal yang umum, dimana umumnya semua remaja Wanita Indonesia menginginkan bentuk tubuh yang ideal supaya menumbuhkan rasa percaya diri dan bangga, puas akan bentuk tubuhnya yang proporsional. Karina menggunakan aplikasi Pretty Up ini sebagai solusi untuk membantu untuk membentuk emosi terhadap tubuhnya, seperti perasaan bangga, malu, puas, atau tidak puas. Karina belum menemukan perbandingan aplikasi lain seperti Pretty Up yang telah efektif membantu dirinya untuk mengekspresikan, membandingkan proporsional tubuh serta memotivasi dirinya untuk tampil secara

elegan, modis dan rapi di setiap aktivitas formal yang akan ia lakukan nanti ketika memasuki dunia kerja nantinya

5. Lebih lanjut hasil wawancara kepada Siska, nama inisial, seorang mahasiswi yang baru saja lulus dari kampus swasta di Jakarta dan sedang proses mencari kerja, ia menggunakan aplikasi Pretty Up sebagai suatu kebutuhan karena dirinya selalu merasa minder ketika masa sekolah dulu yang mana ia selalu mengalami tekanan bullying dari sesama teman karena porsi tubuhnya yang tidak proporsional atau mengalami kelebihan berat badan. Dengan aplikasi Pretty Up menurut Siska dirinya semakin mampu membentuk tubuh secara ideal karena aplikasi Pretty Up memberikan gambaran porsi tubuh yang proporsional sesuai ukuran tinggi badan dan usianya.

Aplikasi Pretty Up sangat direkomendasikan oleh Siska dan ia menjadi referral bagi teman-temannya yang mengalami masalah seperti yang ia alami dalam hal porsi berat tubuh untuk menggunakan aplikasi Pretty Up baik secara konsisten atau hanya sesekali saja. Selama

menggunakan aplikasi tersebut Siska tidak mengalami hambatan sehingga tercipta persepsi kemudahan dalam menggunakan aplikasi, kepercayaan bahwa aplikasi tersebut berfungsi dengan baik, dan persepsi bahwa aplikasi tersebut memberikan nilai tambah yang bermanfaat bagi penggunaannya secara maksimal dalam jangka pendek dan atau jangka panjang.

6. Adapun mengacu pada hasil wawancara kepada Hera, mahasiswi kampus di Jakarta, nama inisial, ia menggunakan aplikasi Pretty Up untuk membantu dirinya membentuk persepsi, interpretasi dan emosi yang mendasari citra tubuh remaja perempuan dimana aplikasi ini sangat efektif. Ia mempercayai bahwa dengan berat tubuh yang ideal atau proporsional serta raut wajah yang meyakinkan akan membantu dirinya untuk tampil percaya diri di setiap aktivitas dan acara yang ia lakukan menimbang dirinya cukup sibuk dalam kegiatan sosial dan bertemu dengan banyak orang. Hera selalu menjaga penampilan terbaiknya guna meyakinkan orang lain dan memberikan

kesan terbaik ketika bertemu dengan orang lain termasuk petinggi petinggi perusahaan dalam konteks kegiatan sosial yang direncanakannya tersebut.

7. Dari hasil wawancara kepada Janice, mahasiswi salah satu universitas swasta di Jakarta, ia mengungkapkan bahwa ia menyukai aplikasi Pretty Up karena membantu memberikan informasi kepadanya mengenai proporsional tubuh yang ideal. Ia mengalami masalah dengan berat tubuh dan jerawat yang membuat dirinya tidak percaya diri karena kurang yakin dengan penampilan dia saat ini kurang mengesankan jika wawancara kerja nanti. Ia telah menggunakan aplikasi Pretty Up sejak tahun lalu dan tetap menggunakannya hingga saat ini. Janice juga merekomendasikan aplikasi Pretty Up tersebut kepada teman-teman di kampusnya agar mereka dapat memperoleh saran dan rekomendasi mengenai bobot tubuh yang proporsional serta membentuk persepsi, interpretasi dan emosi yang mendasari citra tubuh.

Janice juga setuju bahwa perkembangan teknologi yang pesat dalam aplikasi untuk

kebutuhan tubuh wanita sangat dibutuhkan di era digital saat ini terlebih telah adanya emansipasi wanita dalam berkarir dan bekerja di bidang wirausaha. Wanita saat ini dapat menjadi hebat dan sebanding dengan pria akibat adanya emansipasi tersebut dan dapat didukung dengan penampilan wanita yang proporsional, memiliki *body image* yang baik serta adanya kebanggaan dalam berbusana dan berkomunikasi secara percaya diri. Aplikasi Pretty Up hemat Janice telah membantu hal tersebut termasuk secara tidak langsung mendukung emansipasi wanita di era digital saat ini secara efektif.

8. Mengacu pada hasil wawancara kepada Luciana, yang baru saja lulus dari perguruan tinggi, ia mengakui bahwa Pretty Up sangat membantu dirinya dalam membandingkan postur tubuh yang sesuai dengan tinggi badan dan berat badannya, karena ia selalu tidak percaya diri ketika sedang wawancara kerja, dimana pelamar lain memiliki postur tubuh yang ideal dan mampu berkomunikasi dengan gestur tubuh yang lebih meyakinkan ketimbang dirinya. Hal ini sangat membuat dirinya

semakin malu dan tidak percaya diri. Dengan aplikasi Pretty Up ia sangat percaya bahwa dirinya dapat menemukan postur tubuh yang ideal sesuai dengan harapan yang ia inginkan dalam kehidupan sehari-hari.

Selanjutnya

Luciana juga sangat merekomendasikan aplikasi tersebut kepada rekan-rekannya yang mengalami hal sama dengan dirinya karena dapat membantu menemukan solusi terbaik dari pemecahan masalah yang dihadapi terkait postur tubuh yang sesuai atau ideal dengan bentuk tubuh, ukuran badan, dan tinggi badan secara umum. Adapun hal ini dapat memberikan hal yang sinergis kepada orang lain yang membutuhkan solusi untuk meningkatkan rasa percaya diri pada tubuh, menimbang banyak wanita menurut Luciana menghabiskan jumlah nominal yang besar untuk perawatan tubuh agar tetap tampil prima dan meyakinkan dimana hal ini sangat boros bagi wanita yang memiliki penghasilan pas pasan karena terdapat kebutuhan untuk merawat tubuhnya melalui jasa profesional. Umumnya kebiasaan merawat tubuh melalui jasa profesional

dilakukan oleh kaum wanita yang berasal dari segmen ekonomi kelas menengah atas.

9. Hasil wawancara kepada Belinda, seorang anak magang yang baru saja lulus kuliah sarjana satu, ia menggunakan aplikasi Pretty Up untuk membantu dirinya menemukan jati diri yang sesuai dengan harapan. Dirinya mengalami masalah dalam berat badan yang mana ia merasa dikucilkan oleh teman-temannya dari pergaulan karena masalah berat badan yang ia hadapi sehingga ia menemukan solusi dengan menggunakan aplikasi Pretty Up yang dapat membantu dirinya mencari bobot proporsional tubuh yang pas dan sesuai dengan ukuran tubuhnya serta tinggi badannya. Hal ini sangat membantu dan jalan keluar bagi dirinya untuk lebih percaya diri dengan masukan bobot tubuh yang sesuai dari aplikasi Pretty Up tersebut.

Masalah berat badan yang dihadapi oleh Belinda ini merupakan hal yang umum dihadapi oleh kaum wanita dan ia menemukan solusi pemecahan masalah peningkatan kepercayaan diri dengan menggunakan mobile aplikasi Pretty Up yang mana

merupakan sebuah terobosan dari di bidang kemajuan teknologi dan informasi yang terkini saat ini dimana perkembangan teknologi dalam mobile aplikasi telah menggantikan sistem komunikasi melalui telepon genggam yang masih belum dapat ditemukan pada alat komunikasi versi terdahulu. Hal ini perlu disambut positif menurut Belinda karena kemajuan teknologi ini adalah sebuah solusi yang sangat dibutuhkan dalam era globalisasi secara cepat, praktis, dan efektif guna memberikan nilai tambah bagi perkembangan zaman dan memudahkan dalam memberikan solusi kepada penggunanya baik dalam jangka pendek dan atau jangka panjang.

5. Kesimpulan

Kesimpulan dari riset mengenai aplikasi mobile “Pretty Up” pada *body image* para wanita ialah dari seluruh nara sumber yang dilakukan wawancara secara komprehensif diperoleh simpulan bahwa semua nara sumber merasakan manfaat positif dalam menggunakan aplikasi “Pretty Up” tersebut dalam hal membantu remaja wanita Indonesia membentuk persepsi, interpretasi dan emosi yang mendasari citra tubuh wanita dimana

aplikasi ini sangat efektif. Kajian riset ini sangat membantu pemahaman konsep bahwa teknologi yang berkembang cepat saat ini yaitu teknologi digital pada ponsel pintar telah mengubah cara masyarakat dalam berperilaku misal berkomunikasi atau bertindak dalam mengambil keputusan, contoh menggunakan aplikasi “Pretty Up” untuk meningkatkan rasa percaya diri sehingga dapat berkomunikasi dengan tingkat percaya diri yang sebelumnya tidak pernah dilakukan karena adanya hambatan postur tubuh yang kurang ideal atau proporsional.

Rekomendasi yang dapat diajukan pada riset ini ialah pengguna aplikasi Pretty Up dapat memanfaatkan teknologi aplikasi tersebut untuk tujuan positif guna memberikan nilai tambah bagi pihak lain dan memitigasi dampak negatif yang dapat timbul dari penggunaan aplikasi Pretty Up tersebut misal kecanduan menggunakan aplikasi tersebut sehingga produktivitas menjadi menurun atau kegunaan aplikasi tersebut disalahgunakan sehingga menyebabkan dampak negatif kepada pihak lain. Tentunya dengan etika dan batas kewajaran penggunaan aplikasi Pretty Up dapat membantu remaja wanita Indonesia membentuk persepsi, interpretasi dan emosi yang mendasari citra tubuh wanita.

Secara garis besar, implikasi akademis yang dapat ditarik dari riset mengenai aplikasi mobile Pretty Up

pada *body image* para wanita ialah memberikan tambahan pengetahuan atas peran teknologi yang dikembangkan di era digital ini yang mampu memberikan nilai tambah dalam membantu para wanita Indonesia dalam membentuk persepsi, interpretasi dan emosi yang mendasari citra tubuh wanita yang tentunya diharapkan dapat menjadi hal yang berguna. Dari sisi implikasi akademis ini diharapkan dapat mampu meningkatkan nilai tambah di dunia kajian literatur secara efektif bagi para akademisi termasuk mahasiswa, dosen, asisten dosen, dan tenaga pengajar lainnya yang membutuhkan kajian teoritis hal tersebut.

Daftar Pustaka

- Anderson, M. & Jiang, J. (2018). *Teen, social media & technology*. <http://www.pewinternet.org/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction : A Social critique of the judgment of taste*. Paris:Les edition de minuit. <https://doi.org/10.4324/9781315870854>.
- Griffin, EM. A. (2012). *First Look at Communication Theory* (ed.8) New York, USA: McGraw-Hill Companies.
- Hawks, et al. (2008). *Classroom approach for managing dietary restraint, negative eating styles, and body image concern among collage women*. *Journal of American college health*.
- Holland, G. & Tiggermann, M. (2016). *A systematic review of the impact of the use of social networking site on body image and disordered eating outcomes*. *Body image*, 17. (h. 1100-110).
- Irwanto, et al. (2020). Penggunaan skincare dan penerapan konsep beauty 4.0 pada media sosial (studi netnografi wanita pengguna Instagram). *Journal komunikasi* (vol. 11 no. 2).
- Jaewon & Bhurthun. (2013). *Body weight perception and weight control practices among teenagers*. Research article. ISRN nutrition.
- Kimbrough, A. M., Guadagno, E.E., Muscanell, N. L., & Dill, J. (2013). Gender differences in mediated communication: Women connect more than do men computers in human behavior, 29 (3), 896-900. Doi: 10.1016/j.chb.2012.12.005
- Kuswarno (2015). Potret Wajah Masyarakat Digital Indonesia. *Jurnal Communicate* (Vol. 1, h. 47–54)
- Littlejohn, S. W., Karen A. Foss., John G. Oetzel. (2017). *Theories Of Human Communication* (11th ed.). USA. Waveland Press, Inc.
- Liu, K. Jcky. (2013). *Idol worship*,

- religiosity, and self esteem among university and secondary student in hongkong.* Discovery-SS student E-journal (Vol. 2, 2013, h. 15-28).
- Mclean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016). The role of media literacy in body dissatisfaction and disordered eating : A systematic review. *Body Image*, 19, 9-23. Doi: 10.1016/j.bodyim.2016.08.002.
- Monique, et al., (2019). "Can I look like her?": *Body image of adolescent girls who use social media.*
- Monique, et al., (2001). *Celebrity worship and body image among young girls fans of K-Pop girl groups.* Humanitas Indonesia psychological journal (vol. 18, p. 100-111).
- Phares, V., Steinberg, A. R., &Thompson, J. K. 2004. Gender differences in peer and parental influences: *Body image disturbance, self-worth, and psychological functioning in preadolescent children.* Journal of youth and adolescence, 33 (5). 421-429.
- Santrock, J. W. (2006). *Adolescence: Perkembangan remaja* (ed. 6). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Seawell, A. H. & Danorf-Burg, S. (2005). *Body image and sexuality in woman with and without systematic lupus erythematosus.* Sex Roles, 5 (11/12), (h. 865-876)
- Usman (2018). Kontrol diri dan memuja selebritas. *Proceedings of ASBBS* (Vol.16).
- Uzuegbunam & Chikezie. (2021). *Digital Communication Technologies: Concepts, practice and tends.* Section F. Information and Media studies.
- Wolf (2002). *The Beauty Myth : How Images of Beauty Are Used Against Women.* HarperCollins Publisher Inc, New York.
- World Health Organization (WHO). (2015). *Adolescent Development : Topics adt Glance.*http://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/en/#
- <https://databoks.katadata.co.id/> Di akses pada tanggal 15 Desember 2022