

Studi kualitatif gambaran kepuasan wanita indonesia atas ukuran payudara: Faktor sosial dan dampak psikologisnya

Syarafina Zata Yumni⁽¹⁾, Cindy Tiara Putri⁽¹⁾, Naomi Marsha Abigail Mamarimbing⁽¹⁾

⁽¹⁾Fakultas Psikologi, Universitas Padjadjaran

Abstract

One form of dissatisfaction that is experienced by many women is related to their natural breast sizes. The aim of this study is to determine the description of women's satisfaction on their natural breast size along with social factors that can influence their satisfaction and the psychological impact that is felt as a result. The qualitative approach is used in this study to nine Indonesian women who were chosen by convenience sampling method. The criteria of the participant is Indonesian women aged 18-24 years old. The data in this research were taken by interviewing the participants regarding social factors that influenced their breast size satisfaction and the psychological impact the satisfaction caused. Data were analyzed by using thematic analysis and coding participants' answers. The results of this study showed that there are two social factors that affect women's breast size satisfaction, namely good experiences and social media exposure. The psychological impacts that are felt due to this feeling of satisfaction is increasing levels of self-esteem, appearance satisfaction, and confidence. Meanwhile, social factors that influence women's breast size satisfaction are bad experiences, social media exposure, beauty standards, and social construct of gender. This dissatisfaction affects several psychological impacts, including self-esteem, insecurity, appearance dissatisfaction, anxiety, and trauma.

Keywords: *psychological impact, social factors, breast size satisfaction, Indonesia women*

Abstrak

Salah satu bentuk ketidakpuasan yang dialami oleh banyak wanita adalah terkait ukuran payudara yang secara natural dimilikinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran kepuasan wanita Indonesia atas ukuran payudara yang mereka miliki secara natural beserta faktor sosial yang dapat memengaruhi rasa kepuasan tersebut dan dampak psikologis yang dirasakan sebagai akibatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif pada sembilan wanita Indonesia yang dipilih dengan metode convenience sampling. Kriteria partisipan yang diambil adalah wanita berusia 18-24 tahun. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara mengenai faktor sosial yang memengaruhi kepuasan partisipan akan ukuran payudaranya dan dampak psikologis yang dirasakan sebagai akibat kepuasan ataupun ketidakpuasannya. Data pada penelitian ini dianalisis dengan cara mengkodekan jawaban partisipan berdasarkan analisis tematik. Adapun hasil dari penelitian ini adalah terdapat dua faktor sosial yang memengaruhi kepuasan wanita akan ukuran payudaranya, yaitu pengalaman yang baik dan paparan media sosial. Dampak psikologis yang dirasakan karena rasa puas tersebut adalah meningkatnya self-esteem, kepuasan akan penampilan, dan kepercayaan diri. Sedangkan faktor sosial yang memengaruhi ketidakpuasan wanita akan ukuran payudaranya adalah pengalaman buruk, paparan media sosial, standar kecantikan, dan konstruksi sosial terkait gender. Ketidakpuasan tersebut berpengaruh pada beberapa dampak psikologis seseorang, diantaranya adalah rasa keberhargaan diri, rasa tidak percaya diri, ketidakpuasan akan penampilan, kecemasan, dan trauma.

Kata kunci: dampak psikologis, faktor sosial, kepuasan akan ukuran payudara, wanita Indonesia

MEDIAPSI, 2022, 8(1), 42-58, DOI: <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2022.008.01.330>

Received: 8/12/2021. Revised: 6/23/2022. Accepted: 6/26/2022. Published online: 6/30/2022

Handling Editor: Muhammad Afif Alhad, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia.

*Corresponding author: Cindy Tiara Putri, Fakultas Psikologi, Universitas Padjadjaran

E-mail: cindy18009@mail.unpad.ac.id



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

How to cite this article in accordance with the American Psychological Association (APA) 7th guidelines:

Yumni, S.Z., Putri, C.T., Mamarimbing, N.M. (2022). Studi kualitatif gambaran kepuasan wanita indonesia atas ukuran payudara: faktor sosial dan dampak psikologisnya. *MEDIAPSI*, 8(1), 42-58, <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2022.008.01.330>

Pendahuluan

Menurut Frederick et al. (2008), banyak tekanan berupa standar tertentu yang diberikan kepada wanita untuk mencapai tubuh yang ideal, seperti tubuh ramping, pinggang yang kecil, payudara yang besar, dan lain sebagainya. Lebih lanjut, secara khusus Millsted & Frith (2003, dalam Frederick et al., 2008) mengungkapkan bahwa payudara pada wanita memiliki makna mendalam berupa penanda kewanitaan, visualisasi dari seksualitasnya, serta feminitas individu. Oleh sebab itu, banyak wanita menganggap pentingnya memiliki ukuran payudara tertentu, yang kemudian mengarahkan mereka pada rasa puas atau tidak puas atas ukuran payudaranya yang secara natural mereka miliki (Frederick et al., 2008). Sebagai bagian dari tubuh, kepuasan atas payudara juga memengaruhi kepuasan atas tubuh individu sendiri (Frederick et al., 2008). Konstruk mengenai persepsi dan sikap seseorang terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya secara keseluruhan maupun pada bagian tertentu, itulah yang menurut Mills et al. (2017) disebut sebagai *body image*.

Ketika seseorang mengevaluasi dan mempersepsikan tubuhnya tidak sesuai dengan standar ideal yang ada, baik dari segi ukuran maupun bentuknya, maka inilah yang disebut *body dissatisfaction* atau ketidakpuasan diri individu atas tubuh (Mills et al., 2017). Ketidakpuasan seseorang akan salah satu bagian tubuhnya ini menandakan adanya evaluasi kognitif secara negatif terhadap tubuh (Quittkat et al., 2019). Evaluasi kognitif secara negatif inilah yang menjadi salah satu tanda kehadiran negatif *body image* pada diri individu tersebut dan dapat memengaruhi kualitas hidupnya (Quittkat et al., 2019; Nayir et al., 2016). Ketidakpuasan seseorang atas tubuhnya secara keseluruhan maupun pada bagian tubuh tertentu disebabkan oleh beberapa hal,

yaitu terkait persepsi dan jenis kelamin (Mills et al., 2017).

Menurut Mills et al. (2017), ketidakpuasan individu atas tubuhnya akan bergantung pada persepsi mereka dalam menginterpretasikan standar ideal terkait tubuh yang terdapat dalam lingkungan sosial dan tergantung juga pada cara individu mempersepsikan tubuhnya sendiri. Sedangkan berdasarkan perbedaan jenis kelamin, didapati bahwa ketidakpuasan atas tubuh lebih banyak dirasakan oleh wanita ketimbang pria (Grogan, 1999; Paxton et al., 1991; Kennedy et al., 2004). Selain itu, menurut Swami et al. (2020), secara khusus bagi wanita di seluruh negara, ketidakpuasan atas ukuran payudara menjadi hal yang umum dirasakan oleh mereka. Ketidakpuasan atas ukuran payudara ini juga berdampak buruk pada psychological well-being wanita. Individu yang merasa tidak puas atas ukuran payudaranya akan merasakan dampak tekanan psikologis seperti kemunculan rasa malu dan self-consciousness, kurangnya rasa percaya diri, termasuk ragu akan femininitas diri (Cline, 1990; Grant, 1996; Kaslow & Becker, 1992). Hal ini juga sejalan dengan penelitian Koff & Benavage (1998) yang menyatakan bahwa tingkat kepuasan yang rendah atas ukuran payudara terasosiasi dengan tingkat self-esteem yang rendah juga. Dampak self-esteem yang rendah ini dalam kasus yang ekstrim dapat menimbulkan depresi, kecemasan, dan masalah psikologis lainnya (Saariniemi et al., 2009).

Dalam penelitian terbaru yang dilakukan oleh Swami et al. (2020) pada jurnalnya yang berjudul “The Breast Size Satisfaction Survey (BSSS): Breast size dissatisfaction and its antecedents and outcomes in women from 40 nations”, didapati bahwa sebanyak 70.7% wanita merasa tidak puas dengan ukuran payudara yang mereka miliki. Kehadiran data ini menunjukkan adanya potensi banyak wanita

di seluruh dunia merasakan dampak buruk secara psikologis terkait ketidakpuasan atas ukuran payudara mereka. Ketidakpuasan akan ukuran payudara tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah usia (Swami et al., 2020).

Menurut Tiggemann & Lynch (2001, dalam Swami et al., 2020), wanita yang lebih tua akan merasakan lebih sedikit tekanan untuk memiliki ukuran payudara yang ideal dibandingkan wanita yang lebih muda. Sejalan dengan pernyataan itu, berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Forbes (2006), didapati ternyata banyak wanita berusia 18-24 tahun yang menginginkan ukuran payudara lebih besar akibat adanya rasa ketidakpuasan mereka atas ukuran payudara. Menurut Jekielek & Brown (2005), usia 18-24 tahun masuk dalam kategori *young adult* (dewasa muda), yaitu masa transisi dari remaja menuju dewasa. Pada masa ini, Goldsmith & Byers (2016) mengungkapkan bahwa banyak wanita yang memiliki masalah dengan citra tubuhnya, secara khusus pada bagian payudara. Payudara merupakan lambang seksualitas bagi wanita, sehingga citra tubuh yang baik, yang teridentifikasi salah satunya oleh payudara individu menjadi hal yang penting diperhatikan bagi wanita dalam rentang usia dewasa muda (Goldsmith & Byers, 2016). Dengan demikian, menjadi penting juga untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat berkontribusi atau berdampak pada citra tubuh wanita dewasa muda secara khusus pada bagian payudara, karena masa dewasa muda adalah periode kritis untuk eksplorasi seksual, pengembangan harga diri terkait seksualitas, dan fungsi seksual yang positif.

Selain faktor usia, kepuasan wanita akan ukuran payudaranya dipengaruhi pula oleh faktor budaya. Menurut Junqueira et al. (2019), ada sebanyak 65% wanita berdarah Latin yang menginginkan payudara mereka menjadi lebih besar

sebagai akibat dari budaya Latin yang mempercayai bahwa ukuran payudara melambangkan feminitas. Akan tetapi, dalam budaya yang berbeda, seperti di Asia dan Asia Tenggara, menurut Bak-Sosnowska, Pawlicka, & Warchał (2016), wanita Asia tidak begitu menganggap ukuran payudara besar sebagai gambaran feminitas. Justru wanita Asia yang memiliki payudara besar akan membuat mereka terlihat “jalang” dimata masyarakat (Varinata, 2020). Akibatnya, wanita dengan payudara besar ini pun menjadi lebih rentan sebagai target pelecehan seksual, misalnya berupa lirikan, komentar mesum oleh orang asing, teman, dan keluarga. Selain itu, mereka juga mendapatkan perhatian yang tidak diinginkan sehingga mengganggu dan merasa direndahkan, sampai menimbulkan perasaan malu pada dirinya (Yuan, A.S.V., 2012).

Meskipun demikian, ternyata wanita dengan payudara yang kecil juga memiliki problematikanya sendiri. Menurut Prantl & Gründl (2011) wanita dengan payudara kecil akan dinilai lebih rendah daya tariknya bagi kaum pria. Hal ini dikarenakan ukuran payudara menjadi lambang kesuburan, terutama mereka yang memiliki payudara besar (Buss & Schmitt, 2019). Akibatnya, banyak pula wanita yang mengharapkan diri mereka memiliki payudara yang lebih besar, contohnya seperti di Indonesia. Berdasarkan penelitian Swami et al. (2020), ada sebanyak 51% responden wanita Indonesia yang menginginkan ukuran payudara lebih besar, 19% responden menginginkan ukuran payudaranya menjadi lebih kecil dan 30% responden sudah merasa puas dengan ukuran payudara mereka.

Sejalan dengan konsep penelitian yang dilakukan oleh Swami et al. (2020), kami selaku peneliti pun melakukan survei data awal yang melibatkan 58 orang wanita Indonesia dengan rentang usia 18 - 24 tahun dari 12 provinsi di Indonesia.

Data kuesioner yang kami bagikan berisi pertanyaan mengenai gambaran kepuasan partisipan akan ukuran payudara yang secara natural mereka miliki, serta alasan partisipan merasakan tingkat kepuasan tersebut. Berdasarkan hasil analisis data, didapati ada sebanyak 19% partisipan yang ingin memiliki payudara lebih kecil, 31% menyatakan sudah puas dengan ukuran payudaranya, dan 50% ingin memiliki payudara lebih besar. Adapun menurut Frederick et al. (2008) keinginan memiliki payudara lebih besar ataupun lebih kecil adalah tanda dari ketidakpuasan wanita atas ukuran payudaranya.

Pada hasil pengumpulan data awal, ketidakpuasan partisipan akan ukuran payudaranya didasari oleh beberapa alasan. Mereka yang menginginkan payudara lebih kecil dari aslinya menyatakan bahwa merasa tidak percaya diri atau insecure, rentan kendur, dan terbatas dalam memilih pakaian yang diinginkan. Selain itu, mereka juga mengatakan bahwa payudara yang besar akan memancing perhatian. Pernyataan partisipan ini sejalan dengan hasil penelitian Gervais pada tahun 2013 yang lalu. Menurut Gervais (2013), wanita dengan ciri payudara besar lebih rentan di objektifikasi (*objectification gaze*) karena dianggap lebih menarik oleh pria (Gervais, 2013).

Di sisi lain, alasan yang melatarbelakangi keinginan partisipan data awal kami untuk memiliki payudara yang lebih besar adalah karena payudara besar diasosiasikan dengan meningkatnya daya tarik lawan jenis terhadap mereka. Jawaban partisipan ini sesuai dengan hasil penelitian dari Asendorpf et al. (2011, dalam Hui, 2019) yang menyatakan bahwa memiliki daya tarik fisik yang baik adalah sesuatu yang secara umum diinginkan semua orang dengan tujuan untuk menarik lawan jenis dan menciptakan hubungan romantis. Selain itu, alasan lain yang mendasari keinginan partisipan atas

ukuran payudara yang lebih besar adalah karena faktor sosial berupa keadaan banyaknya wanita lain yang memiliki payudara lebih besar, sehingga membuat wanita yang berpayudara lebih kecil menginginkan ukuran payudara yang sama seperti mereka. Sementara itu, bagi partisipan yang sudah merasa puas atas ukuran payudara mereka, didapati bahwa alasan yang melatarbelakangi kepuasan itu ialah kondisi tubuh dan ukuran payudara mereka yang sudah proporsional atau pas, seimbang.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, diketahui bahwa terdapat beragam alasan serta dampak dari kepuasan dan ketidakpuasan wanita terhadap ukuran payudaranya. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti terkait gambaran kepuasan wanita yang berusia 18-24 tahun atas ukuran payudara yang mereka miliki secara natural, serta faktor sosial yang dapat memengaruhi rasa kepuasan atau ketidakpuasan tersebut dan dampak psikologis yang dirasakan sebagai akibat dari rasa puas atau tidak puasnya. Penelitian ini berfokus pada wanita Indonesia karena sedikitnya jumlah penelitian saat ini yang telah meneliti tentang gambaran kepuasan terhadap ukuran payudara dengan populasi dewasa muda di Indonesia. Selain itu, informasi mengenai faktor sosial sebagai penyebab serta dampak psikologis dari kepuasan atau ketidakpuasan akan ukuran payudara juga masih belum banyak ditemukan dari penelitian yang telah dilakukan selama ini.

Metode

Partisipan dan desain

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi, yaitu suatu penelitian yang mendeskripsikan pengalaman hidup individu tentang suatu fenomena seperti yang dijelaskan serta dialami oleh para partisipan sendiri (Cresswell, 2018). Pemilihan partisipan dilakukan dengan metode non-probability

sampling, dimana partisipan yang diambil memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Berjenis kelamin perempuan
2. Berusia 18-24 tahun

Adapun penetapan kriteria responden berusia 18-24 tahun adalah karena rentang usia ini tergolong dewasa muda (Jekielek & Brown, 2005), yaitu rentang usia yang paling banyak ditemukan mengkhawatirkan ukuran payudaranya (Frederick et al., 2008). Selain itu, non-probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah convenience sampling, yang berarti, para partisipan berasal dari unit sampel yang paling mudah dijumpai atau diakses oleh peneliti (Christensen, 2007).

Prosedur dan pengukuran

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 9 orang yang terdiri dari 1 orang berusia 19 tahun, 6 orang berusia 20 tahun, 1 orang berusia 21 tahun, dan 1 orang berusia 23 tahun. Merujuk pada Frederick et al. (2008), para partisipan dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 kategori yang berbeda, yaitu, kelompok partisipan yang merasa puas dengan ukuran payudara yang secara natural mereka miliki saat ini (4 orang), dan kelompok partisipan yang tidak puas dengan ukuran payudaranya.

Terkait ketidakpuasan tersebut, peneliti membagi partisipan menjadi 2 sub-kategori, yaitu terdapat partisipan yang menginginkan ukuran payudaranya menjadi lebih kecil ketimbang ukuran payudara yang mereka miliki secara natural (3 orang), dan ada pula kelompok partisipan yang menginginkan ukuran payudara mereka menjadi lebih besar (2 orang). Menurut Frederick et al. (2008), pengelompokan menjadi 2 kategori dan 2 sub-kategori ini dilakukan untuk tujuan pengukuran psikologis terkait rasa kepuasan individu terhadap ukuran payudaranya. Secara umum berdasarkan fenomena yang terjadi, ada wanita yang tergolong merasa puas dengan ukuran

payudaranya secara natural, namun ditemukan juga yang merasa tidak puas, sehingga mereka menginginkan ukuran payudara yang lebih kecil ataupun lebih besar (Frederick et al., 2008).

Seluruh partisipan dalam penelitian ini berasal dari beberapa daerah yang berbeda, seperti Kota Bekasi (2 orang), Kota Bogor (1 orang), Kota DKI Jakarta (3 orang), Kabupaten Karawang (1 orang), Kota Surabaya (1 orang), dan Kota Tangerang Selatan (1 orang). Perekrutan mereka menjadi partisipan penelitian dilalui berdasarkan dua tahap. Pada tahap yang pertama, peneliti menyebarkan kuesioner online sebagai bentuk pendataan awal sampling sekaligus informed consent untuk melanjutkan ke proses pengambilan data secara in-depth interview melalui platform google meet. Terhadap para partisipan yang bersedia untuk diwawancara, mereka akan dikontak kembali oleh peneliti untuk mengikuti sesi pengambilan data diantara tanggal 27 November – 30 November 2020. Ada 6-7 pertanyaan inti dan beberapa pertanyaan probing yang diajukan kepada partisipan dalam sesi wawancara tersebut:

1. Apakah Saudara merasa puas akan tubuh Saudara secara keseluruhan?
2. Apakah Saudara merasa puas dengan ukuran payudara yang secara natural Saudara miliki saat ini?
3. Apakah ukuran payudara memengaruhi kepuasan Saudara akan tubuh Saudara secara keseluruhan?
4. Apakah ada standar ideal ukuran payudara di lingkungan Saudara (lingkungan teman, keluarga, dll)? Jelaskan jawaban Saudara!
5. Apakah lingkungan sosial berupa standar ideal dan pandangan tertentu berkaitan dengan ukuran payudara mempengaruhi kepuasan/pandangan Saudara

terhadap ukuran payudara Saudara sendiri?

6. Apakah ada problematika yang Saudara rasakan berkaitan dengan ukuran payudara yang secara natural Saudara miliki? Jika ada, apa sajakah problematikanya?

Setelah seluruh data berhasil didapatkan, maka tahap selanjutnya adalah proses analisis data dengan cara mengkoding jawaban-jawaban partisipan. Terdapat tiga tahap dalam proses pengkodingan ini, tahap yang pertama ialah pengkodingan secara mandiri yang dilakukan oleh masing-masing peneliti terhadap partisipan yang ia ambil datanya dalam proses wawancara. Sedangkan tahap kedua ialah proses pengkodingan dengan metode analisis tematik yang mengelompokkan serangkaian teks bermakna sama dan memberikan tema yang relevan terhadap kelompok teks tersebut (Braun & Clarke, 2006). Pada tahap kedua ini, para peneliti melaksanakannya secara bersama guna memverifikasi setiap kodingan dengan metode *peer review* yang melibatkan tiga orang *interrater*. Ketiga *interrater* tersebut bertugas untuk memberikan pandangan terhadap koding dengan merujuk pada konsep kepuasan atas ukuran payudara yang dimiliki oleh wanita secara natural di seluruh dunia menurut studi dari Swami et al. (2020). Adapun koding tersebut menitikberatkan pada faktor sosial yang memengaruhi kepuasan seseorang terhadap ukuran payudara mereka dan menitikberatkan juga pada dampak psikologis yang dirasakan oleh individu sebagai akibat dari rasa kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap ukuran payudaranya.

Pada tahap yang ketiga, peneliti melakukan revisi koding terhadap apa yang sudah didiskusikan oleh *interrater coder*, kemudian akhir dari revisi dan diskusi tersebut dapat memberikan kesepakatan data sesuai dengan

persetujuan di antara peneliti (*interrater-coder agreement*). Tiga langkah pengkodingan ini dilakukan guna menjaga reliabilitas alat ukur.

Selain itu, untuk menjamin validitas pertanyaan dalam alat ukur, peneliti juga telah melakukan *peer- debriefing* sebagai cara menjaga validitas kualitatif dan membentuk konstruk pertanyaan wawancaranya berdasarkan jurnal acuan utama yang dikeluarkan oleh Swami et al. (2020) sebagai cara menjaga validitas kuantitatif pada penelitian ini.

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara kepada sembilan orang partisipan yang terdiri dari tiga kelompok ini, peneliti membagi mereka menjadi dua penggolongan besar, yaitu golongan partisipan yang sudah merasa puas dengan ukuran payudaranya (*breast size satisfaction*) dan golongan partisipan yang belum merasa puas dengan ukuran payudara mereka secara natural, sehingga menginginkan payudara yang lebih besar ataupun lebih kecil (*breast size dissatisfaction*). Mengacu pada hasil pengolahan data, peneliti mendapati adanya 28 data tunggal yang berhasil dikoding, dan dari hasil koding tersebut, didapatkan ada faktor-faktor sosial yang menyebabkan munculnya rasa puas ataupun ketidakpuasan seseorang terhadap ukuran payudaranya. Selain itu, ditemukan juga dampak psikologis yang dirasakan oleh individu sebagai akibat dari rasa puas atau tidak puasnya mereka terhadap ukuran payudaranya.

Bagan di bawah ini merupakan bagan untuk penggolongan pertama yang menjelaskan adanya dua faktor sosial berupa pengalaman baik dan keterpaparan partisipan penelitian ini pada media sosial yang dapat memengaruhi rasa kepuasan individu atas ukuran payudara yang ia miliki. Tidak hanya itu, terdapat pula tiga dampak psikologis yang dirasakan partisipan sebagai akibat dari rasa

**Bagan 1**

Faktor Sosial dan dampak psikologis dari rasa kepuasan atas ukuran payudara secara natural

kepuasan mereka akan ukuran payudaranya. Adapun tiga dampak psikologis tersebut ialah berkaitan dengan *self-esteem*, kepuasan atas penampilan diri dan rasa kepercayaan diri.

Partisipan yang sudah merasa puas terhadap ukuran payudara mereka, menyatakan bahwa “pengalaman baik” seperti mendapatkan pujian dari sesama teman perempuan atas ukuran payudaranya, dimana teman-teman mereka tersebut menunjukkan adanya keinginan untuk memiliki ukuran payudara seperti yang partisipan miliki, dan juga adanya pengalaman dimana partisipan melihat peristiwa tidak menyenangkan, seperti di-*catcall* ataupun di-*bully* sebagaimana yang dialami oleh wanita lain yang berukuran payudara terlalu besar ataupun terlalu kecil, sehingga pada akhirnya membuat para partisipan justru mengaku semakin puas akan ukuran payudara yang mereka miliki.

Ketika partisipan merasa puas atas ukuran payudaranya karena melihat adanya pengalaman buruk yang dialami wanita lain dengan ukuran payudara tertentu, inilah yang disebut sebagai *downward social comparison*, yaitu evaluasi diri yang mengarahkan individu merasa lebih baik dengan cara membandingkan diri mereka dengan orang lain yang mereka persepsikan lebih buruk ketimbang diri mereka sendiri (Ramachandran, 2012). Selain itu, adanya penilaian menarik oleh pria menjadi alasan partisipan juga untuk merasa puas akan

ukuran payudaranya. Penilaian dianggap menariknya wanita berdasarkan ukuran payudaranya ini berkaitan dengan teori evolusi preferensi perkawinan (*mating*) antar individu yang dikeluarkan oleh Buss & Schmitt (2019). Dalam teori tersebut dipaparkan bahwa secara evolusi, laki-laki akan mencari pasangan yang dinilai fertil (subur) agar dapat bereproduksi dengan baik. Adapun indikasi dari reproduksi yang baik pada wanita ini, dapat dilihat salah satunya melalui bentuk tubuh. Wanita dengan ukuran payudara yang besar dan padat akan dinilai lebih subur, sehingga meningkatkan daya tarik mereka di hadapan pria. Berdasarkan pemaparan di atas, maka partisipan yang mendapatkan “pengalaman baik” berkaitan dengan ukuran payudaranya, entah pengalaman baik yang bersumber dari sesama teman perempuan ataupun dari lawan jenis, dapat mengarahkan mereka atas rasa kepuasan terhadap ukuran payudara mereka sendiri.

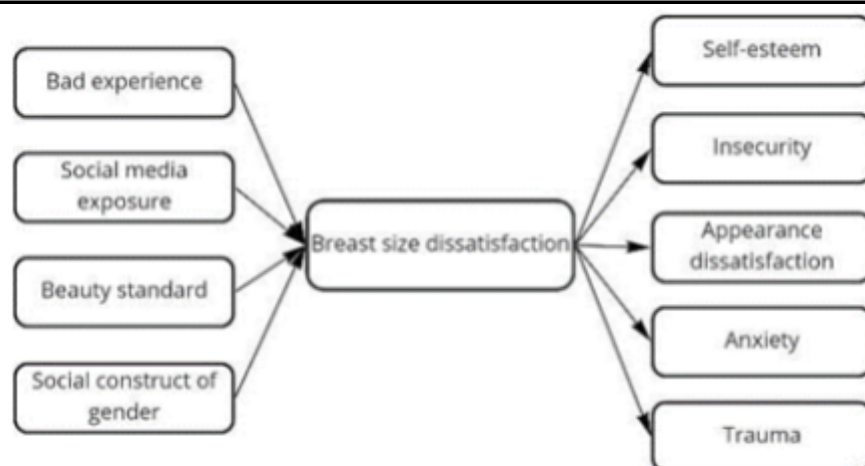
Faktor sosial kedua, yang turut memengaruhi rasa kepuasan partisipan akan ukuran payudara yang mereka miliki secara natural tersebut adalah karena paparan media sosial. Ketika partisipan melihat media sosial, dan mendapati bahwa ukuran payudara yang dimilikinya sama dengan yang ditunjukkan media sebagai “standar ideal”, maka disinilah terjadinya *upward social comparison*. Secara umum, menurut Suls et al. (2002), *social comparison* terjadi ketika kita membandingkan diri sendiri dengan orang lain dengan tujuan untuk mengevaluasi

atau meningkatkan aspek diri yang dapat menghasilkan persepsi akan kedudukan individu. Persepsi ini pun dapat memengaruhi konsep diri serta kesejahteraan individu sehingga meningkatkan *self-enhancement* (Suls et al., 2002). Dalam kasus saat *downward social comparison* digunakan oleh partisipan, maka sebagaimana yang dialami oleh mereka, *downward social comparison* ini dapat menjadi salah satu strategi *coping* yang berfungsi meningkatkan kesejahteraan subjektif (*subjective well-being*) individu, sehingga partisipan merasa dirinya lebih baik ketimbang orang lain, berkaitan dengan ukuran payudaranya. Kemudian, di lain sisi, penelitian yang dilakukan oleh Collins (2000) turut menjelaskan tentang peran *upward social comparison* yang mampu meningkatkan pandangan positif akan diri individu, dimana ia merasakan adanya kesamaan diri dengan orang yang lebih baik atau lebih superior, sehingga memunculkan pemikiran bahwa diri mereka berada diantara golongan yang “lebih baik” tersebut.

Dalam faktor *social media exposure* ini juga, mengacu pada hasil studi literatur, didapati bahwa media sosial sudah sangat populer dikalangan wanita, termasuk mereka yang berumur 18 - 24 tahun di Indonesia (Annur, 2020). Adapun media sosial yang banyak digunakan di Indonesia beberapa diantaranya adalah YouTube, Twitter, Instagram (Jayani, 2020). Menurut partisipan, salah satu produk yang dihasilkan dari media-media sosial ini, sehingga mengarahkan mereka pada rasa kepuasan diri atas ukuran payudara, adalah karena adanya gerakan *body positivity* yang mulai banyak digalakkan sejak tahun 2012 (Cwynar-Horta, J., 2016). Berdasarkan jurnal yang dikeluarkan oleh Cwynar-Horta (2016), *body positivity* merupakan suatu pesan, lisan atau tulisan, yang menentang pandangan akan tubuh yang harus sesuai dengan *beauty standard* tertentu, serta mendukung akan kendali

atas citra diri pribadi. Partisipan dapat belajar menerima tubuhnya apa adanya, ketika melihat orang lain pun dalam kampanye *body positivity* ini, memiliki kondisi tubuh yang beragam, yang tidak serta merta sesuai dengan standar kecantikan yang ada. Pada dasarnya, kampanye ini diadakan dengan tujuan untuk menentang pengaruh, norma serta konstruksi tubuh yang dibatasi oleh lingkungan sosial, sebaliknya mempromosikan cinta akan diri secara maksimal dan menerima bentuk tubuh apa adanya (Cwynar-Horta, 2016). Oleh karena kehadiran *body positivity campaign* ini lah, partisipan yang tergolong dalam kelompok yang merasa “puas” dengan ukuran payudara mereka secara natural, mengaku bahwa kampanye ini turut berperan atas timbulnya rasa kepuasan terhadap tubuh mereka secara keseluruhan tersebut, termasuk ukuran payudara mereka sendiri. Meskipun demikian, dampak dari kehadiran kampanye ini tidak secara general memberikan efek yang sama pada setiap wanita, yang dapat membuat mereka menjadi lebih puas terhadap ukuran payudaranya. Hal ini disebabkan karena menurut Cohen et al. (2020) intensitas dan jenis paparan informasi dari media sosial yang diterima oleh para wanita, dapat bersifat berbeda-beda, sehingga pengaruh kampanye *body positivity* yang banyak digalakkan secara daring ini pun tidak serta merta berperan untuk menimbulkan rasa kepuasan pada semua wanita atas tubuhnya, termasuk ukuran payudaranya.

Dari hasil wawancara kepada empat orang partisipan yang tergolong dalam kelompok yang sudah merasa puas dengan ukuran payudara mereka, peneliti mendapati bahwa semuanya mengaku, pada dasarnya ukuran payudara yang “ideal” itu merujuk kembali kepada proporsi tubuh masing-masing orang. Artinya, ukuran payudara yang “ideal”, tidaklah berdasarkan karena besar atau kecilnya payudara, namun merujuk pada



Bagan 2. Faktor Sosial dan dampak psikologis dari rasa ketidakpuasan atas ukuran payudara secara natural

proporsi atau tidak proporsional ukuran payudara mereka dengan tubuh mereka secara keseluruhan (menyesuaikan dengan tinggi dan berat badan setiap orang).

"...setelah liat badan dia (adik aku) yang memang gede tuh jadi "bener juga.." kalau itu nya (payudaranya) dia kecil, dan aku tuh badannya lebih kecil dari dia (adik aku), tapi kayaknya lebih proporsional gitu daripada dia, jadi aku ngerasa nya, yah..berarti ukuran ku yang sekarang nih (walau tidak besar, tapi proporsional dengan tinggi dan berat badanku).. jadi alhamdulillah aja gitu" – Partisipan 06

Berdasarkan pemaparan di atas itulah, rasa kepuasan partisipan akan ukuran payudara mereka dapat terbentuk. Selain itu, mengacu pada hasil pengolahan data, peneliti mendapati ada pula tiga dampak psikologis yang dirasakan oleh golongan partisipan ini sebagai akibat dari rasa kepuasan mereka akan ukuran payudaranya tadi. Yang pertama ialah, *self-esteem* yang baik. *Self-esteem* didefinisikan sebagai persepsi individu terkait keberhargaan, perasaan menghormati, serta seberapa positif atau negatif seseorang memandang dirinya sendiri (Abdel-Khalek, 2016). Menurut temuan dari Koff & Benavage (1998), terlepas dari ukuran payudaranya, wanita

yang merasa puas dengan payudara mereka terasosiasi dengan tingginya *self-esteem*.

Dampak psikologis kedua yang partisipan rasakan umumnya berkaitan dengan tidak adanya bagian tubuh yang ingin mereka ubah, dalam kasus ini termasuk ukuran payudaranya.

"Untuk saat ini sih sudah puas yah (terhadap tubuhnya secara keseluruhan dan ukuran payudaranya), karena nggak merasa ada sesuatu yang harus diperbaiki atau..yah melakukan operasi mungkin di waktu ke depan.." - Partisipan 02

Hal ini menunjukkan bahwa partisipan memiliki kepuasan atas tampilan diri (*appearance satisfaction*).

Dampak psikologis yang ketiga adalah berupa adanya rasa kepercayaan diri yang cukup tinggi pada partisipan. Kepercayaan diri ini umumnya terlihat dalam kondisi yang berkaitan dengan cara berbusana partisipan. Partisipan mengaku bahwa kepuasan atas ukuran payudara ini membuat mereka percaya diri dalam menggunakan berbagai jenis pakaian ataupun tampil dalam berbagai situasi.

"...ukuran payudara saya saat ini,

membuat saya percaya diri dan..apa yah..apalagi kalau menggunakan pakaian gitu yah, sepertinya untuk semua jenis pakaian, masuk gitu..” – Partisipan 02

Seluruh dampak psikologis yang disampaikan oleh partisipan ini sejalan dengan temuan Swami et al. (2020) yang menyatakan bahwa rasa kepuasan individu akan ukuran payudara mereka, dapat terlihat dari *self-esteem* yang baik, rasa kepuasan atas penampilan diri dan kepercayaan diri yang tinggi.

Pada bagan yang kedua, yaitu berkaitan dengan hasil pengolahan data terhadap golongan partisipan yang merasa tidak puas atas ukuran payudara mereka, peneliti mendapati bahwa terdapat empat faktor sosial yang memengaruhi rasa ketidakpuasan wanita atas ukuran payudaranya, yaitu pengalaman buruk yang ia alami, paparan sosial media, standar kecantikan tertentu, dan konstruk sosial terkait *gender*.

Adapun pengalaman buruk yang dialami oleh partisipan adalah berupa peristiwa diobjektifikasi (*objectification gaze*), umumnya oleh lawan jenis yang memandang tidak senonoh pada payudara mereka, cibiran dari orang lain baik keluarga, teman atau bahkan orang asing terhadap tubuh mereka secara keseluruhan, termasuk ukuran payudara partisipan yang dinilai terlalu kecil ataupun terlalu besar. Sehingga membuat partisipan yang tidak puas dengan ukuran payudaranya yang tergolong “besar” pun merasa rentan untuk di-*catcall* dan pada akhirnya menginginkan ukuran payudara mereka menjadi lebih kecil. Sedangkan hal yang serupa terjadi juga bagi mereka yang menginginkan payudara lebih besar, pengalaman buruk berupa dihina “tepos” ukurannya, dipertanyakan feminitas-nya oleh orang lain, dan lain sebagainya, telah mengarahkan mereka untuk menginginkan ukuran payudara yang

lebih besar lagi.

Selain itu, dari segi faktor sosial berupa paparan media sosial, seperti adanya banyak foto-foto ataupun video wanita yang menampilkan tubuhnya, termasuk ukuran payudara yang cenderung besar, dan orang-orang tersebut mendapatkan apresiasi dari foto dan video yang mereka publikasikan itu, serta adanya pula iklan-iklan pembesar payudara yang beredar di media sosial, juga turut mendukung konsep payudara “besar” adalah payudara yang ideal, sehingga golongan partisipan yang tidak berada pada ukuran payudara “besar” tersebut, jadi merasa tidak puas dengan ukuran payudara yang mereka miliki secara natural saat ini.

Faktor lingkungan seperti lingkup pertemanan tertentu, juga memengaruhi rasa ketidakpuasan individu atas ukuran payudaranya. Misal, menurut partisipan 02, ketika berada dalam konteks pertemanan di lingkup dunia permodelan, ukuran standar ideal payudaranya ialah wanita yang justru berpayudara “kecil”, “tepos”, “rata”, karena dinilai sebagai keunikan. Sedangkan, ketika berada dalam lingkup pertemanan yang lebih luas, misalnya dalam skala umum di Indonesia ataupun di luar negeri, banyak yang lebih suka memilih wanita dengan payudara besar. Pernyataan yang diungkapkan oleh partisipan ini sejalan pula dengan teori *place-identity* yang banyak dibahas oleh para peneliti, salah satunya ialah oleh Grey & O’Toole pada tahun 2018. Menurut Grey & O’Toole (2018), tempat dimana orang lahir, tinggal, bekerja, telah membentuk konstruk, konsep ataupun identitas tertentu pada orang tersebut. Sehingga, suatu lingkungan dengan lingkungan lain, dapat secara berbeda memengaruhi individu atas konsep payudara yang “ideal” dan memengaruhi juga terhadap rasa kepuasan atau ketidakpuasannya pada ukuran payudaranya sendiri.

Faktor selanjutnya yang turut berdampak pada ketidakpuasan wanita akan payudaranya adalah adanya *beauty standard* atau standar kecantikan yang ada di lingkungan sekitar partisipan. Partisipan merasa bahwa keluarga, teman, dan masyarakat memiliki ekspektasi tertentu terhadap bentuk tubuh dan ukuran payudara wanita dalam menentukan kecantikan seseorang.

Terdapat juga konsep-konsep dalam masyarakat terkait payudara yang dijadikan oleh partisipan sebagai standar ukuran payudara yang ideal. Konsep-konsep tersebut berperan dalam ketidakpuasan partisipan akan ukuran payudaranya. Menurut partisipan, beberapa konsep yang ada di masyarakat diantaranya adalah wanita dengan payudara besar itu dinilai seksi dan menarik bagi lawan jenis, selain itu menurut salah seorang partisipan, payudara yang besar dianggap pula sebagai ciri wanita yang lebih subur, namun di sisi lain wanita yang memiliki payudara besar berkemungkinan juga dinilai sebagai bukan wanita 'baik-baik'.

Terdapat penelitian yang membenarkan adanya konsep atau stereotip yang tersebar di masyarakat terhadap wanita berdasarkan ukuran payudaranya. Pada penelitian Kościński et al. (2020), dinyatakan bahwa wanita yang memiliki ukuran payudara lebih besar dianggap dapat bereproduksi secara lebih efisien, memiliki hasrat seksual yang lebih tinggi, namun kurang setia, dan kurang pintar dibandingkan dengan wanita yang memiliki ukuran payudara rata-rata atau kecil. Di sisi lain, pada penelitian Didie et al. (2003) ditemukan hal yang berbeda, dimana alasan seseorang merasa tidak puas dan ingin mengubah ukuran payudaranya tidaklah dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti pasangan atau standar sosial dan budaya terkait kecantikan. Sebaliknya, faktor yang lebih berpengaruh adalah faktor

internal seperti perasaan atau pandangan mereka terhadap payudara mereka sendiri.

Faktor keempat yang berpengaruh pada ketidakpuasan wanita akan ukuran payudaranya adalah konstruksi sosial terkait *gender* atau *social construct of gender* yang merupakan identitas, perilaku, dan ekspektasi masyarakat terhadap *gender* seseorang (Payne, 2008). Menurut partisipan, konstruksi sosial yang memengaruhi ketidakpuasannya adalah konsep patriarki, dimana wanita idealnya harus "cantik" dan "seksi" sehingga bisa melayani suami yang posisinya sebagai kepala keluarga. Selain itu, terdapat juga ekspektasi yang memandang bahwa wanita seharusnya memiliki payudara yang besar karena jika memiliki payudara yang kecil maka akan terlihat seperti laki-laki.

Begitu juga sebaliknya, jika laki-laki memiliki payudara yang besar maka akan dilihat seperti wanita dan tidak maskulin. Hal ini sejalan dengan penelitian Lorber & Martin (2011) yang menyatakan bahwa masyarakat membentuk tubuh mereka agar sesuai dengan pandangan terkait *gender* yang ada pada masyarakat, yaitu maskulin dan feminin. Pandangan ini menyebabkan ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh, salah satunya pada ukuran dan bentuk payudara. Ketidakpuasan ini tampak pada maraknya bedah kosmetik, penggunaan steroid anabolik, dan operasi plastik baik pada laki-laki maupun perempuan. Pada laki-laki, operasi plastik yang dilakukan adalah pengecilan ukuran payudara dengan alasan ingin menghilangkan bentuk payudara yang tidak diinginkan dan mengembalikan bentuk payudara selayaknya laki-laki normal. Sedangkan pada perempuan, ukuran payudara yang dianggap normal adalah besar, tetapi tidak besar secara berlebihan. Selain itu, bentuk payudara yang dianggap normal atau ideal adalah payudara yang kencang dan terangkat.

Oleh karena itu, operasi yang sering disarankan pada perempuan adalah pembesaran ukuran payudara, pengurangan ukuran payudara, dan pengencangan payudara (Lorber & Martin, 2011).

Ketidakpuasan wanita akan ukuran payudaranya ternyata memiliki beberapa dampak psikologis. Dampak yang pertama adalah menurunnya *self-esteem* wanita tersebut. Terdapat partisipan yang menyatakan bahwa ketika ia tidak bisa memakai pakaian tertentu yang ia sukai, karena ukuran payudaranya yang tergolong besar, pada akhirnya partisipan itu akan menyalahkan dirinya dan merasa buruk atau jelek. Selain itu ada pula partisipan lain yang karena payudaranya besar, ia merasa tidak percaya diri untuk menggunakan pakaian ketat, seperti *crop-top* dan lain sebagainya, walaupun ia ingin menggunakan pakaian tersebut. Fenomena ini sesuai dengan hasil penemuan yang menyatakan bahwa semakin besar rasa ketidakpuasan seseorang akan ukuran payudaranya terasosiasi dengan semakin rendah *self-esteem* nya (Swami et al., 2020).

Dampak psikologis yang kedua adalah *insecurity* pada wanita yang merasa tidak puas akan ukuran payudaranya. Definisi *insecure* dalam penelitian ini adalah perasaan dimana seseorang tidak aman, nyaman, kurang percaya diri (Udoh, 2015). Alasan adanya *insecurity* pada diri partisipan yang ingin memiliki payudara lebih kecil adalah karena merasa menjadi pusat perhatian, sehingga tidak nyaman tampil di depan umum ataupun pada kasus mereka yang menginginkan ukuran payudaranya menjadi lebih besar, adanya *insecurity* ini disebabkan munculnya perasaan bahwa payudara yang ia miliki tidak tumbuh seperti teman sebayanya yang lain.

Hal ini sesuai dengan penelitian Spencer et al. (2020) yang menyatakan bahwa ukuran payudara dapat

memengaruhi kesehatan psikologis seseorang, yang salah satunya adalah kepercayaan diri saat berada di lingkungan sosial. Dampak ketiga yang merupakan akibat dari rasa ketidakpuasan akan ukuran payudara adalah *appearance dissatisfaction*. Salah satu partisipan dalam penelitian ini menyatakan bahwa ia tidak menyukai penampilannya karena ukuran payudara yang dimilikinya. Partisipan tersebut merasa bahwa karena ukuran payudaranya, tubuhnya terlihat gemuk secara keseluruhan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Swami et al. (2020) yang menyatakan bahwa semakin tingginya tingkat ketidakpuasan akan ukuran payudara maka akan semakin tinggi juga ketidakpuasan akan penampilan atau *appearance dissatisfaction*.

Ada pula partisipan yang juga menyatakan adanya dampak psikologis keempat, yang cukup ekstrem, sehingga menimbulkan isu *body image* yang cukup besar berpengaruh terhadapnya. Dampak keempat ini berkaitan dengan rasa cemas (*anxiety*) yang timbul ketika diajak keluar rumah. Hal ini secara spesifik terjadi oleh salah satu partisipan, yaitu partisipan 07 yang sempat mengalami kejadian *fat-shaming* ataupun *body-shaming* oleh orang yang tidak dikenal di sekitar rumahnya. Kejadian yang menimpa partisipan 07 ini dikarenakan ukuran payudaranya yang besar memberi kesan tubuhnya terlihat terlalu besar pula. Sehingga, menimbulkan ketakutan tertentu ketika partisipan tersebut harus keluar rumah dan berkemungkinan untuk mengalami kejadian tidak mengenakan yang sama. Tidak hanya itu, menurut partisipan yang lain, ada dampak psikologis kelima yang juga dirasakan sebagai akibat dari faktor-faktor sosial yang membuat ketidakpuasan atas ukuran payudaranya, yaitu trauma.

Beberapa kejadian atau komentar tertentu dari orang lain dapat ditangkap

oleh partisipan secara lebih sensitif dan terbayang-bayang dalam benak mereka, karena rasa ketidakpuasan atas ukuran payudara tersebut. Bahkan, pada salah satu partisipan, ada usaha-usaha tertentu yang sampai ia lakukan guna “mengubah” ukuran payudaranya menjadi lebih kecil dengan cara berolahraga. Hal ini menunjukkan pada beberapa kasus, ketidakpuasan akan ukuran payudara membuat individu melakukan usaha untuk mengubah ukuran payudara dan mengubah gaya hidupnya.

“...aku mulai ngerawat badan aku, dan yah..oke untuk badan aku yang lainnya itu, paha aku, perut aku, oke ada perubahan walaupun gak signifikan, tapi adalah perubahannya gitu, tapi kayak..apa yah, aku berharap at least dari misalkan dari baju- baju aku yang selama ini aku harus beli 1-2 lebih besar karena ukuran dada aku tuh, aku harap cukup gitu karena maybe apalah.. I don't know, lemaknya berkurang maybe, dan besarnya dada aku juga gara-gara lemak juga maybe, nah I don't know..” – Partisipan 07

Keinginan mengubah ukuran payudara ini yang terlihat dari adanya usaha-usaha tertentu yang dilakukan individu, menurut Sarwer & Field (2009) merupakan cara untuk meningkatkan evaluasi diri secara positif terhadap tubuhnya secara keseluruhan, termasuk payudaranya.

Adapun limitasi dari penelitian ini adalah penggunaan teknik *convenience sampling* dalam menentukan sampel partisipan, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi. Selain itu, semua partisipan juga berdomisili di Pulau Jawa, sehingga tidak mampu mencangkup

setting yang lebih luas dalam skala Indonesia, maka dari itu dibutuhkan penelitian lanjutan yang mengambil sampel dari pulau-pulau lain di Indonesia agar terhindari dari *geographical bias*.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan hasil dan pembahasan, berkaitan dengan kepuasan wanita Indonesia akan ukuran payudaranya dapat dibilang beragam, dimana dibagi menjadi dua penggolongan besar, yaitu ada sekumpulan individu yang sudah puas dan ada pula kelompok lain yang tidak puas akan ukuran payudaranya. Ketidakpuasan ini ditunjukkan dengan keinginan wanita untuk memiliki ukuran payudara yang lebih besar atau lebih kecil dari ukuran yang mereka miliki secara natural.

Terkait rasa kepuasan, ada dua faktor sosial yang memengaruhinya yaitu, adanya pengalaman baik serta paparan media sosial. Sedangkan dampak psikologis yang dirasakan adalah memiliki kepercayaan diri, *appearance satisfaction*, serta *self-esteem* yang baik. Sementara terkait rasa ketidakpuasan pada ukuran payudara dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu adanya pengalaman buruk, paparan media sosial, standar kecantikan dalam lingkungan, serta konstruksi sosial terkait gender. Dampak psikologis yang dirasakan sebagai akibat ketidakpuasan ini adalah penurunan *self-esteem*, *insecurity*, *appearance dissatisfaction*, kecemasan, serta trauma. Meskipun demikian, tidak semua orang mengalami setiap faktor dan dampak yang telah disebutkan, akan tetapi temuan ini menunjukkan bahwa faktor sosial dan dampak psikologis tadi dapat terjadi pada wanita usia 18 - 24 tahun di Indonesia.

Didapatkan juga bahwa, kepuasan ini sangat subjektif tiap individunya, dimana standar ideal masing-masing partisipan disesuaikan dengan proporsi tubuh, preferensi, serta lingkungan tiap

orangnya. Akan tetapi, konsep inginnya terpenuhi kepuasan individu terkait ukuran payudaranya, menurut partisipan lebih menekankan pada tujuan untuk memuaskan diri sendiri ketimbang untuk memenuhi ekspektasi orang lain. Terdapat tiga buah saran yang dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Melakukan penelitian terkait faktor-faktor lain, yang juga menyebabkan ketidakpuasan wanita akan payudaranya, seperti bentuk dan kekencangan payudara.
2. Perlunya penelitian lain yang dapat melihat secara spesifik pengaruh suatu faktor sosial terhadap kepuasan seseorang dan dampak psikologis yang dirasakannya.
3. Penelitian selanjutnya juga dapat melihat pengaruh kepuasan terhadap ukuran payudara yang dimiliki individu terhadap konsep *body image* nya secara keseluruhan.

Daftar Pustaka

- Abdel-Khalek, A. M. (2016). Introduction to the psychology of self-esteem. *Self-esteem: perspectives, influences, and improvement strategies*, 1-17. https://www.researchgate.net/publication/311440256_Introduction_to_the_Psychology_of_self-esteem
- Annur, C. M. (2020). Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia? Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>
- Bak-Sosnowska, M., Pawlicka, N., & Warchał, M. (2016). Body image and lifestyle in young women from Poland and Japan. *Women's Studies International Forum*, 55, 35–43. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ws>
- if.2016.02.004
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Buss, D. M., & Schmitt, D. P. (2019). Mate preferences and their behavioral manifestations. *Annual Review of Psychology*, 70, 77-110. <https://doi.org/10.1146/annurev-psy-010418-103408>
- Christensen, L. B. (2007). *Experimental Methodology 10th Edition*. Pearson. <https://www.pearson.com/us/higher-education/product/Christensen-Experimental-Methodology-10th-Edition/9780205484737.html>
- Cline, C. J. (1990). *Psychological aspects of breast reduction surgery*. In R. M. Goldwyn (Ed.), *Reduction mammoplasty*. Little Brown and Company.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2020). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*. <https://doi.org/10.1177/1359105320912450>
- Collins, R. L. (2000). Among the better ones: Upward assimilation in social comparison. In J. Suls & L. Wheeler (Eds.), *Handbook of social comparison* (pp. 159–172). Kluwer Academic/Plenum.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
- Cwynar-Horta, J. (2016). The commodification of the body positive movement on Instagram.

- Stream*, 8(2), 36–56.
<https://doi.org/10.21810/strm.v8i2.203>
- Didie, E. R., & Sarwer, D. B. (2003). Factors that influence the decision to undergo cosmetic breast augmentation surgery. *Journal of Women's Health*, 12(3), 241–253.
<https://doi.org/10.1089/154099903321667582>
- Forbes, G. B., Jobe, R. L., & Revak, J. A. (2006). Relationships between dissatisfaction with specific body characteristics and the sociocultural attitudes toward appearance Questionnaire-3 and Objectified Body Consciousness Scale. *Body Image*, 3, 295–300.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2006.07.003>
- Frederick, D. A., Peplau, A., & Lever, J. (2008). The Barbie Mystique: Satisfaction with Breast Size and Shape across the Lifespan. *International Journal of Sexual Health*, 20(3), 200–211.
<https://doi.org/10.1080/19317610802240170>
- Gervais, S. J., Holland, A. M., & Dodd, M. D. (2013). My eyes are up here: The nature of the objectifying gaze toward women. *Sex Roles*, 69(11-12), 557–570.
<https://doi.org/10.1007/s11199-013-0316-x>
- Goldsmith, K. M., & Byers, E. S. (2016). Perceived impact of body feedback from romantic partners on young adults' body image and sexual well-being. *Body Image*, 17, 161–170.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.03.008>
- Grant, P. (1996, May). If you could change your breasts. *Self Magazine*, 186–189, 210–211.
- Grey, C., & O'Toole, M. (2018). The placing of identity and the identification of place: "Place-identity" in community lifeboating. *Journal of Management Inquiry*.
<https://doi.org/10.1177/1056492618768696>
- Grogan, S. (1999). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men women, and children*. Routledge.
https://books.google.co.id/books/about/Body_Image.html?id=9rDDQgAACAAJ&redir_esc=y
- Hui, C., Lui, K. F. H., Lai, W. Y., Wong, Y. K., & Wong, C. N. (2019). Beauty and the beast: Promotion concerns and the pursuit of physically attractive mates. *Journal of Personality*.
<https://doi.org/10.1111/jopy.12535>
- Jayani, D. H. (2020). 10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Jekielek, S., & Brown, B. (2005). *The Transition to Adulthood: Characteristics of Young Adults Ages 18 to 24 in America*. Baltimore, MD: Annie E. Casey Foundation.
- Junqueira, A. C. P., Laus, M. F., Almeida, S. S., Braga Costa, T. M., da Cunha, M. C. F., & Swami, V. (2019). Psychometric properties of the Breast Size Rating Scale in Brazilian university women. *Body Image*, 28, 34–38.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.004>
- Kaslow, F., & Becker, H. (1992). Breast augmentation: Psychological and

- plastic surgery consideration. *Psychotherapy*, 29, 467-473. <https://doi.org/10.1037/h0088552>
- Kennedy, M. A., Templeton, L., Gandhi, A., & Gorzalka, B. (2004). Asian body image satisfaction: Ethnic and gender differences across Chinese, Indo-Asian, and European-descent students, eating disorders. *The Journal of Treatment & Prevention*, 12(4), 321-336. <https://doi.org/10.1080/10640260490521415>
- Koff, E., & Benavage, A. (1998). Breast size perception and satisfaction, body image, and psychological functioning in Caucasian and Asian American college women. *Sex Roles*, 38(7-8), 655-673. <https://doi.org/10.1023/A:1018802928210>
- Kościński, K., Makarewicz, R., & Bartoszewicz, Z. (2020). Stereotypical and actual associations of breast size with mating-relevant traits. *Archives of sexual behavior*, 49(3), 821-836. <https://doi.org/10.1007/s10508-019-1464-z>
- Lorber, J., & Martin, P. Y. (2011). The socially constructed body: Insights from feminist theory. Illuminating social life: Classical and contemporary theory revisited. <https://sk.sagepub.com/books/illuminating-social-life-6e/n11.xml>
- Mills, J. S., Shannon, A., & Hogue, J. (2017). Beauty, body image, and the media. *Perception of Beauty*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.68944>
- Nayir, T., Uskun, E., Yürekli, M. V., Devran, H., Çelik, A., & Okyay, R. A. (2016). Does body image affect quality of life?: A population based study. *PLOS ONE*, 11(9). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0163290>
- Paxton, S. J., Wertheim, E. H., Gibbons, K., Szmuckler, G. I., Hillier, L., & Petrovich, J. L. (1991). Body image satisfaction, dieting beliefs, and weight loss behaviors in adolescent boys and girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 20, 361-379. <https://doi.org/10.1007/BF01537402>
- Payne, S., Swami, V., & Stanistreet, D. L. (2008). The social construction of gender and its influence on suicide: A review of the literature. *Journal of Men's Health*, 5(1), 23-35. <https://doi.org/10.1016/j.jomh.2007.11.002>
- Prantl, L., & Gründl, M. (2011). Males prefer a larger bust size in women than females themselves: An experimental study on female bodily attractiveness with varying weight, bust size, waist width, hip width, and leg length independently. *Aesthetic Plastic Surgery*, 35(5), 693-702. <https://doi.org/10.1007/s00266-011-9669-0>
- Quittkat, H. L., Hartmann, A. S., Düsing, R., Buhlmann, U., & Vocks, S. (2019). Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers in Psychiatry*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2019.00864>
- Ramachandran, V. (2012). *Encyclopedia of Human Behavior* 2nd Edition. Academic press. <https://www.elsevier.com/books/encyclopedia-of-human-behavior/ramachandran/978-0-12-375000-6>
- Saari Nieminen, K. M., Joukamaa, M., Raitasalo, R., & Spencer, L., Fary, R., McKenna, L., Jacques, A.,

- Lalor, J., & Briffa, K. (2020). The relationship between breast size and aspects of health and psychological wellbeing in mature-aged women. *Women's Health, 16*. <https://doi.org/10.1177/1745506520918335>
- Sarwer D., Infield A. (2009) Body Image and Other Psychological Issues in Breast Augmentation. In: Shiffman M. (eds) *Breast Augmentation*. Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-78948-2_14
- Suls, J., Martin, R., & Wheeler, L. (2002). Social comparison: why, with whom, and with what effect? *Current Directions in Psychological Science, 11*(5), 159–163. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00191>
- Swami, V., Tran, U. S., Barron, D., Afhami, R., Aimé, A., Almenara, C. A., ... & Argyrides, M. (2020). The Breast Size Satisfaction Survey (BSSS): Breast size dissatisfaction and its antecedents and outcomes in women from 40 nations. *Body image, 32*, 199-217. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.01.006>
- Udoh, E. W. (2015). Insecurity in Nigeria: Political, religious and cultural implications. *Journal of philosophy, culture and religion, 5*, 1-7. <https://iiste.org/Journals/index.php/JPCR/article/view/20371>
- Varinata, M. (2020). What It's Like to Be Shamed for Having Big Boobs in Asia. Retrieved from: https://www.vice.com/en_asia/article/935347/slut-shaming-clothes-body-type-asia-women
- Yuan, A. S. V. (2012). Perceived breast development and adolescent girls' psychological well-being. *Sex Roles: A Journal of Research, 66*(11-12), 790–806. <https://doi.org/10.1007/s11199-012-0138-2>