BAB II
DESKRIPSI TENTANG INTERAKSI *PEER GROUP, SELF-ESTEEM* DAN PREFERENSI PEMAKAIAN KRIM PEMUTIH KULIT

2.1. Interaksi *Peer Group*

Masa remaja adalah masa transisi individu yang krusial, dari anak-anak menjadi dewasa yang dimana hal ini meliputi berubahnya penampilan fisik, kognitif beserta dengan emosional individu (Santrock, 2007). Di dalam masa remaja, kelompok teman sebaya mempunyai sebuah kebutuhan yang kuat agar mereka bisa disukai dan diterima oleh kawan-kawannya. Akan muncul sebuah kecenderungan apabila mereka senang ketika diterima, begitupula sebaliknya—bahwa rasa cemas dan tertekan akan muncul ketika seorang individu, di dalam penelitian ini adalah remaja, tidak dianggap oleh kelompok teman sebayanya.

Teman sebaya (*peers*) merupakan remaja atau anak-anak yang memiliki usia kematangan yang kurang lebih sama; dan fungsi terpenting dari kelompok teman sebaya adalah sebagai informasi mengenai dunia di luar keluarga. Interaksi teman sebaya merupakan sebuah tindakan komunikasi dan aktivitas yang dilakukan antar teman sebaya. Pengaruh teman sebaya seringkali lebih besar daripada pengaruh keluarga dikarenakan remaja banyak menghabiskan waktunya di luar rumah dan berkumpul dengan temannya, maka bisa dipahami bahwasannnaya temannya memberikan pengaruh dari pola bicara, sikap, cara berpakaian perilakunya dan ini lebih besar dari pengaruh keluarganya. Contohnya, remaja yang ingin menggunakan model baju yang mirip kepada kelompok teman sebaya yang lebih dikenali, dimana hal tersebut menjadi kesempatan bagi mereka agar dapat diakui oleh kelompok yang lebih besar.

Pengaruh ini tidak hanya positif, tetapi juga berdampak negatif. Sebagai contoh lain, apabila kelompok teman sebayanya mabuk-mabukan dan menggunakan narkoba; kemudian tidak menutup kemungkinan bahwa remaja akan mengikuti hal tersebut. Hal ini dikarenakan salah satu hal yang sering ditemui

dalam interaksi dalam kelompok teman sebaya adalah adanya tekanan teman sebaya yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu hal. Sebagaimana berdasarkan penjelasan yang disampaikan oleh Clasen dan Brown yang mendefinisikan *peer pressure* sebagai permintaan dari teman sebaya untuk melakukan konformitas dan sebuah tekanan untuk berpikir dan bertindak sebagaimana yang telah ditetapkan dalam norma atau peraturan yang ditentukan oleh teman sebaya.

Para peneliti mengasumsikan bahwasannya kawan sebayanya mempunyai peranan yang siginifikan untuk perkembangan remaja, dan bahwa *peer pressure* merupakan komponen penting dari peran ini. Brown juga menginvestigasi pengaruh sebenarnya daripada *peer pressure* dalam penelitian yang melibatkan 297 mahasiswa sarjana untuk menilai jenis tekanan teman sebaya yang dialami remaja dan seberapa besar pengaruh tekanan teman sebaya ini. Menurut hasil penelitiannya, sepertiga dari pria dan wanita melaporkan bahwa tekanan teman sebaya adalah salah satu bagian yang paling sulit ketika menjadi seorang remaja. Secara umum, ditemukan bahwa perempuan mengalami jumlah tekanan teman sebaya yang lebih besar daripada laki-laki seperti yang sudah di jelaskan pada bagian sebelumnya (Clasen & Brown, 1985).

2.2. Self-Esteem

Harga diri (*self-esteem*) menurut Lawrence A. Pervin dan Daniel Cervone adalah sebuah evaluasi individu secara keseluruhan tentang diri sendiri, atau sebuah penilaian personal tentang kelayakan pribadi (Pervin & Cervone, 2010). Istilah ini merupakan komponen afektif dari konsep diri (*self-concept*). Konsep diri adalah pemahaman seseorang terhadap dirinya sendiri. Sebagaimana halnya terdapat beberapa orang yang puas dengan dirinya sendiri, terdapat juga mereka yang merasa tidak puas dengan konsep dirinya. Bagaimana perasaan seseorang terhadap dirinya inilah yang disebut sebagai harga diri. *Self-esteem* adalah evaluasi general dari konsep diri yang sejalan dengan dimensi baik buruk atau kesukaan-ketidaksukaan (Larsen & Buss, n.d.).

Self-esteem merupakan sebuah jumlah dari reaksi positif dan negatif individu terhadap semua aspek konsep dirinya. Ketika seseorang memiliki rasa penghargaan diri yang tinggi (*high self-esteem*), ia akan mempunya rasa penghormatan dalam dirinya dan juga merasa lebih memiliki manfaat. Sementara ketika penghargaan dirinya rendah (*low self-esteem*), ia cenderung merasakan kelemahan dirinya dan melihat dirinya sebagai seseorang yang tidak pantas dan tidak berharga (Roosenberg, 1979).

Di dalam konsep Hierarki Kebutuhan oleh Maslow, disebutkan bahwa kebutuhannya dihargai (*esteem needs*) merupakan sebuah kebutuhannya yang akan dicari orang ketika memenuhi kebutuhannya akan fisiologis (*physiological*), keamanannya (*safety*), dan cinta dan keberadaannya (*love and belongingness*), yang ia membahas tentang menghormati diri, kepercayaan dirinya, kemampuannya dan pengetahuannya yang orang lain hargai tinggi. Maslow menjelaskan bahwa terdapat dua tingkat dalam kebutuhannya terhadap penghargaan, yakni **reputasi** dan **harga diri** (Feist & Feist, 2017).

Reputasi merupakan sebuah bentuk gengsi ketenaran dan pengakuannya yang dipunyai indvidu, dilihat melalui sudut pandang orang lain. Sementara **Harga diri** merupakan perasaan pribadi individu yang dimiliki seorang bahwasannya dia memiliki nilai dan manfaaat diri, berdasar kepada reputasinya ataupun gengsinya. Feist & Feist menjelaskan bahwasanya harga diri digambarkan sebagai sebuah keinginan dalam mendapatkan pencapaian, berhasilan, kekuatannya di dunia, juga kebebasan (Feist & Feist, 2017). Dengan kata lain, harga diri didasari dengan kemampuan yang nyata adanya—tidak sekadar pendapat dari orang lain saja. Di dalam hierarki kebutuhan Maslow, apabila seseorang telah memenuhi kebutuhan penghargaannya maka ia kemudian akan mengejar aktualisasi diri yang merupakan kebutuhan tertinggi.

2.3. Preferensi pemakaian krim pemutih kulit

Preferensi merupakan sebuah kondisi ketika memilih informasi yang disukai oleh pelanggan. Preferensi konsumen dijelaskan pilihannya dalam bentuk: suka, atau

tidak suka kepada barang ataupun jasa yang digunakan. Preferensi ini menjelaskan rasa suka (atau tidak) yang dimiliki para konsumen melalui pilihan produknya yang ada (Kotler dalam Singarimbun, 2005). Derajat sukanya didapatkan melalui pengalaman kepada suatu hal bisa memberi pengaruh kepada preferensinya.

Dalam kasus ini, yang dipilih adalah krim pemutih kulit. Mengapa seorang remaja memilih memakai krim pemutih kulit dibanding dengan *skincare* atau kosmetik lain. Banyak aksioma yang dapat dipakai dalam menjelaskan tingkah laku individunya untuk menetapkan pilihan. Hubungan preferensi diberikan sebuah asumsi bahwa ia mempunyai sifat dasar ada tiga, yaitu:

1. Kelengkapan (*Completeness*)
    a. Jika A dan B merupakan dua kondisi atau situasi, maka setiap orang bisa menspesifikan apakah:
    b. A lebih baik dari B
    c. B lebih baik dari A, atau
    d. A dan B sama-sama disukai.
    e. Melalui dasar ini, setiap orang diberi asumsi bahwa ia tidak bingung ketika menentukan pilihannya karena masing-masing individu tahu mana yang baik dan mana yang buruk, oleh karena itu bisa menjatuhkan pilihan diantara kedua alternatifnya.
2. Transitivitas (*Transitivity*)

    Apabila individu menyebutkan iya lebih suka A dibanding B, juga B dibanding C maka orang tersebut harusnya lebih suka A dibanding C. maka, seseorang belum dapat diartikulaskajn preferensi yang bertentangan.

3. Kontinuitas (*Continuity*)

    Apabila individu lebuh suka A daripada B, maka dalam seluruh kondisinya di bawah A disuka dibanding kondisinya di bawah pilihan B.

Dengan asumsi bahwa setiap orang memiliki preferensi yang mengikuti dasar di atas, maka bisa disimpulkan bahwa setiap individu bisa menyusun serta membuat ranking dari semua situasi atau kondisinya, dimulai dari yang disukai sampai yang tidak disukai dari berbagai macam barang juga jasa yang tersedia. Nantinya akan memilihkan barang yang disukai dari banyaknya pilihan yang lain, akan lebih cenderung untuk memilih produk tersebut untuk kepuasan dirinya.