

**STRENGTHENING MALEBBI': UPAYA PREVENTIF TERHADAP
FENOMENA BODY DISSATISFACTION PADA PEREMPUAN
PENGGUNA KRIM PEMUTIH BERBAHAYA DI KOTA MAKASSAR**

Azizah Ainul Mujahidah Amri¹, Az-Zahra Rizqi Quraini M. Zulkifli², Mujaddid Teguh Perkasa³, Al-Difa Sudirman⁴, Aulia Putri Salshabila⁵, Umniyah Saleh⁶
[¹aazizahainul@gmail.com](mailto:aazizahainul@gmail.com), [²zahraaquraaini@gmail.com](mailto:zahraaquraaini@gmail.com), [³mujaddidteguhperkasa@gmail.com](mailto:mujaddidteguhperkasa@gmail.com),
[⁴aldifasudirman25@gmail.com](mailto:aldifasudirman25@gmail.com), [⁵salshabilaputri33@gmail.com](mailto:salshabilaputri33@gmail.com), [⁶umniyah.saleh@unhas.ac.id](mailto:umniyah.saleh@unhas.ac.id)
Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin

Abstract

This study is motivated by the widespread use of harmful mercury-containing skin whitening creams in Makassar and the shift in modern beauty standards leading to increased body dissatisfaction among young women. Malebbi' is a Bugis cultural value emphasizing holistic beauty (inner beauty). The research aims to analyze the understanding of Malebbi' among Bugis and Makassar women experiencing body dissatisfaction, and to formulate preventive strategies based on Malebbi' to mitigate this phenomenon. Using a mixed-methods sequential explanatory design, data were collected through an adapted MBRSQ-AS questionnaire and semi-structured in-depth interviews. Findings indicate that most respondents interpreted Malebbi' narrowly, focusing only on physical appearance, which correlated with higher body dissatisfaction. Based on these results, prevention strategies emphasizing Malebbi'-based education and the regulation of whitening cream use were developed to strengthen local cultural values and promote healthier beauty perceptions.

Keywords: Malebbi, Body Dissatisfaction, Harmful Skin Whitening Cream, Women, Makassar, Bugis.

Abstrak

Riset ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan krim pemutih berbahaya mengandung merkuri di Makassar serta pergeseran nilai kecantikan generasi muda yang memicu ketidakpuasan tubuh (body dissatisfaction). Nilai budaya Bugis Malebbi' menekankan kecantikan holistik atau inner beauty. Riset ini bertujuan menganalisis pemahaman nilai Malebbi' pada perempuan Bugis dan Makassar yang mengalami ketidakpuasan tubuh serta merumuskan strategi preventif berbasis nilai tersebut. Metode yang digunakan adalah mixed-methods dengan desain sequential explanatory, menggunakan kuesioner MBRSQ-AS dan wawancara mendalam. Hasil menunjukkan sebagian besar responden memaknai Malebbi' secara sempit, hanya berfokus pada penampilan fisik, yang berkaitan dengan meningkatnya ketidakpuasan tubuh. Analisis juga menemukan korelasi negatif antara pemahaman Malebbi' dan tingkat ketidakpuasan tubuh. Berdasarkan temuan ini, disusun strategi edukatif untuk menanamkan nilai inner beauty serta mengendalikan penggunaan krim pemutih berbahaya.

Kata Kunci: Malebbi', Ketidakpuasan Diri, Krim Pemutih Berbahaya, Perempuan, Makassar, Bugis.

PENDAHULUAN

Kecantikan masih menjadi hal penting bagi banyak orang, terutama perempuan (Mahanani dkk., 2021). Hal ini tidak terlepas dari pengaruh media dan budaya populer yang membentuk persepsi publik, sehingga standar kecantikan modern semakin menitikberatkan pada aspek fisik seperti kulit cerah dan bentuk tubuh tertentu (Laendra dan Vardiansyah, 2018). Situasi sosial ini mendorong perempuan menjadi sangat memperhatikan penampilan karena dianggap sebagai ukuran utama kualitas diri (Hasrin dan Sidik, 2023). Akibatnya, cara pandang masyarakat tentang kecantikan menjadi sempit dan memicu tekanan sosial (Ifada dkk., 2022). Tekanan tersebut kemudian membuat perempuan seringkali memilih cara yang tidak sehat,

misalnya memakai produk kecantikan berisiko dengan bahan berbahaya (Hasrin dan Sidik, 2023). Fenomena ini juga tampak pada remaja di Sulawesi Selatan, di mana sebuah studi di Makassar menemukan bahwa remaja merespons iklan yang mempromosikan standar fisik tertentu sehingga merasa tertekan untuk menyesuaikannya (Juliana, 2022).

Di sisi lain, masyarakat Bugis dan Makassar sebenarnya memiliki sebuah nilai tradisional yang dikenal dengan nilai Malebbi'. Malebbi' berarti keanggunan, mulia, dan ayu (Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Selatan, 2022). Nilai ini memandang kecantikan secara holistik, tidak hanya sebatas pada aspek fisik, tetapi juga mencakup kepribadian, perilaku, moral, serta cara berinteraksi dengan orang lain (Inspirasi Nusantara.id, 2024). Sayangnya, berdasarkan hasil pra-riset yang telah dilakukan oleh tim periset, ditemukan bahwa 50% dari responden mengaku belum benar-benar menginternalisasi dan mengimplementasikan nilai Malebbi' secara konsisten. Hal ini menunjukkan adanya jarak antara kearifan lokal yang diwariskan dengan praktik kehidupan sehari-hari generasi saat ini. Padahal, nilai budaya seperti Malebbi' berpotensi besar memengaruhi cara individu membentuk persepsi terhadap citra tubuhnya (Nurdin dkk., 2024). Ketika nilai lokal ini semakin menyempit atau bahkan tergerus oleh dominasi standar kecantikan modern yang sempit, tekanan yang dirasakan individu menjadi semakin kompleks. Akibatnya, standar kecantikan yang kaku justru semakin menguat dan memperbesar kemungkinan munculnya ketidakpuasan terhadap tubuh (body dissatisfaction).

Body dissatisfaction merupakan masalah kesehatan mental serius yang muncul ketika individu merasa dirinya tidak mampu memenuhi standar kecantikan yang berlaku (Putri dan Indryawati, 2019). Dalam kondisi ini, banyak orang kemudian memilih jalan yang berisiko untuk mengatasi ketidakpuasan tersebut, misalnya dengan menggunakan produk pemutih kulit yang berbahaya. Riset terdahulu menunjukkan bahwa 70% pengguna krim pemutih ilegal terdorong oleh standar kecantikan yang tidak realistis, baik dari media maupun dari tekanan lingkungan sosial (Amelia dkk., 2022).

Meskipun riset tentang standar kecantikan dan body dissatisfaction sudah banyak dilakukan, namun kajian yang menghubungkan keduanya dengan kecenderungan penggunaan skincare, khususnya produk pemutih, masih terbatas, terutama pada remaja di Makassar. Karena itu, riset ini penting untuk menelaah hubungan body dissatisfaction dan penggunaan skincare, sekaligus mempertimbangkan pengaruh norma sosial lokal. Urgensinya tinggi mengingat dampak serius pemakaian krim pemutih berbahaya, yaitu kerusakan kulit permanen, alergi, hingga peningkatan risiko kanker kulit (Amelia dkk., 2022). Dampak ini kian berat karena banyak terjadi sejak remaja dan berpengaruh jangka panjang pada kesehatan fisik dan psikologis (Ramos dkk., 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut, riset difokuskan pada body dissatisfaction terkait standar wajah dan kulit putih dalam konteks pemaknaan Malebbi'. Tema ini selaras dengan PKM Tematik poin 7 tentang penguatan kesetaraan gender dan perlindungan hak perempuan, anak, dan penyandang disabilitas, karena menyoroti kerentanan remaja perempuan terhadap tekanan standar kecantikan. Melalui pendekatan edukatif berbasis sains dan pemahaman kecantikan yang holistik, riset diharapkan dapat memperluas cara pandang, mengurangi tekanan sosial, dan mendorong standar kecantikan yang lebih sehat, realistis, dan berkelanjutan.

METODE

Desain Riset

Metode yang digunakan pada riset ini adalah metode campuran (mixed-methods) dengan model sequential explanatory yang merupakan desain riset yang diawali dengan pengambilan data kuantitatif dan dilanjutkan dengan pengambilan data kualitatif. Penggunaan data kuantitatif diperuntukkan untuk menjawab tujuan riset pertama, sementara data kualitatif untuk menjawab tujuan riset kedua dan ketiga. Ini diadaptasi dari pemodelan Creswell dan Creswell

(2018). Riset ini akan dilaksanakan selama empat bulan dengan metode survei daring dan luring yang berlokasi di Kota Makassar. Pemilihan Kota Makassar sebagai lokasi riset didasarkan pada data BPOM (2023) yang mengungkapkan bahwa Sulawesi Selatan, termasuk Makassar, menjadi salah satu wilayah dengan jumlah temuan kosmetik yang mengandung bahan dilarang atau berbahaya. Di Kota Makassar sendiri, ditemukan enam produk kosmetik yang positif mengandung merkuri. Produk-produk tersebut masih kerap didistribusikan dan dikonsumsi oleh masyarakat. Berdasarkan hal tersebut, Kota Makassar menjadi relevan sebagai lokasi untuk riset ini.

Tahapan Riset

Tahapan riset ini diawali dengan pengurusan izin dan persiapan instrumen riset. Setelah itu, akan dilakukan penyebaran kuesioner secara hybrid (daring dan luring) untuk pengumpulan data kuantitatif. Setelah data dikumpulkan, data akan dianalisis. Selanjutnya dilakukan penyajian data berdasarkan hasil dari analisis sebelumnya, data akan digunakan sebagai instrumen pemecahan rumusan masalah pertama. Setelah itu akan dilanjutkan pada analisis data kualitatif yang sudah dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dan studi literatur untuk menyelesaikan rumusan masalah kedua dengan memperhatikan kode etik psikologi. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis data kuantitatif dan kualitatif, akan dirumuskan strategi pencegahan penyakit kronis sebagai hasil dari riset yang dilakukan.

Variabel dan Indikator Riset

Variabel dalam riset ini adalah Malebbi', body dissatisfaction, dan krim pemutih berbahaya. Malebbi' adalah nilai budaya Bugis-Makassar yang berakar dari falsafah Sulapa Eppa Walasugi, menekankan keseimbangan antara unsur jasmani, rohani, sosial, dan moral, di mana keanggunan sejati tercermin melalui perpaduan antara kecantikan fisik, kehalusan budi, dan kehormatan diri (Mattulada, 1995; Tenriwaru dkk., 2021; Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Selatan, 2022; Inspirasi Nusantara.id, 2024). Sementara itu, body dissatisfaction adalah penilaian negatif terhadap bentuk tubuh yang dianggap tidak ideal, sehingga individu merasa perlu mengubah atau menutupi kekurangannya ketika membandingkan citra tubuhnya dengan orang lain (Usman dkk., 2021). Kemudian, krim pemutih berbahaya adalah salah satu jenis kosmetik dengan campuran bahan kimia yang berfungsi untuk mengurangi hiperpigmentasi kulit sehingga kulit tampak lebih cerah, namun krim tersebut tergolong berbahaya jika memuat penambahan salah satu bahan berbahaya seperti merkuri (Haerani dkk., 2022).

Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data riset ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara mendalam. Subjek dipilih dengan teknik purposive sampling sebanyak minimal 271 responden sesuai perhitungan Lemeshow (1990), dengan kriteria berusia 18–25 tahun, menggunakan krim pemutih, berasal dari suku Bugis atau Makassar, dan berdomisili di Kota Makassar. Kuesioner disebarkan secara daring (Google Form) dan luring (lembar kertas), sedangkan wawancara dilakukan secara daring melalui Zoom Cloud Meetings.

Riset menggunakan dua instrumen untuk variabel body dissatisfaction dan penggunaan krim pemutih. Pengukuran body dissatisfaction dilakukan dengan Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire–Appearance Scale (MBSRQ-AS) yang telah diadaptasi ke bahasa Indonesia oleh Widiasti (2016), menggunakan skala Likert 1–5 dengan 34 item. Selanjutnya wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk menggali pemahaman nilai Malebbi' pada subjek yang mengalami body dissatisfaction dengan tetap mematuhi kode etik riset. Kuesioner digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama, sedangkan wawancara mendalam untuk rumusan masalah kedua dan ketiga.

Tabel 1. Data Demografi Partisipan

	<i>Body Dissatisfaction</i>			
	n	%	M	SD
Seluruh responden	287	100%	61,24	11,01

Usia				
18	43	15%	63,72	8,78
19	78	27,2%	62,05	11,50
20	85	29,6%	60,33	11,02
21	35	12,2%	61,14	13,07
22	22	7,7%	59,82	7,90
23	8	2,8%	60,25	11,33
24	9	3,1%	62,78	14,07
25	7	2,4%	52,14	8,23
Suku				
Bugis	200	69,7%	60,56	10,83
Makassar	87	30,3%	62,82	11,31
Universitas				
Universitas Hasanuddin	175	61%	61,61	11,48
Universitas Negeri Makassar	25	8,7%	63,56	11,58
Poltekkes Kemenkes Makassar	21	7,3%	58,57	9,63
Universitas Islam Negeri Alauddin	2	0,7%	53,50	10,60
Politeknik Negeri Ujung Pandang	4	1,4%	62,50	13,57
Universitas Lain	23	8,0%	58,74	11,01
Bukan Mahasiswa	37	12,9%	61,27	8,76
Penggunaan Produk Pemutih				
Iya, menggunakan	44	15,3%	61,64	9,96
Tidak menggunakan	243	84,7%	61,17	11,21
Sumber Informasi Produk				
Toko Kosmetik	19	6,6%	63,05	16,30
Media Sosial	229	79,8%	61,24	10,44
Teman/Keluarga	39	13,6%	60,38	11,40
Frekuensi Penggunaan				
Setiap Hari (Pagi dan Malam)	215	74,9%	60,95	10,80
Setiap Hari (Pagi atau Malam)	44	15,3%	62,80	11,50
Beberapa Kali dalam Seminggu	20	7,0%	61,20	13,31
Hanya Saat Tertentu	8	2,8%	60,50	8,76
Durasi Penggunaan				
Kurang dari 1 Bulan	14	4,9%	60,86	11,21 0
Lebih dari 1 Tahun	144	50,2%	61,50	11,31 9
1-3 Bulan	48	16,7%	61,94	11,94 4
4-6 Bulan	34	11,8%	59,85	9,449
Lebih dari 6 bulan	47	16,4%	60,85	10,39 0
Frekuensi Pergantian Produk				
Lebih dari 3 Kali	30	10,5%	67,07	11,95
1 Kali	85	29,6%	60,87	9,92
Tidak Pernah	73	25,4%	60,89	12,77
2-3 Kali	99	34,5%	60,05	9,76

Note. The numbers may not add up to 100 % due to the missing data

Teknik Analisis Data

Hasil pengumpulan data pada kuesioner pertama akan di scoring berdasarkan pilihan subjek riset. Jawaban sangat tidak setuju diberikan skor 1, tidak setuju diberikan skor 2, netral diberikan skor 3, setuju diberikan skor 4, dan sangat setuju akan diberikan skor 5. Sementara hasil scoring kuesioner kedua akan diberikan skor berdasarkan kategori frekuensi penggunaan

dengan pendekatan skala ordinal. Skor diberikan sesuai dengan tingkat frekuensi yang dilaporkan oleh subjek, di mana frekuensi yang lebih tinggi mendapatkan skor yang lebih besar, dan frekuensi yang lebih rendah mendapatkan skor yang lebih kecil.

Data kuantitatif yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisis menggunakan analisis logistik biner untuk mengidentifikasi pengaruh body dissatisfaction terhadap penggunaan krim pemutih. Analisis deskriptif pada data kuantitatif juga dilakukan untuk melihat kecenderungan data pada variabel dalam riset menggunakan perhitungan statistika. Rumus persentase tersebut disebutkan dalam Felder dan Mayrhofer (2022), yaitu; (1) Rendah = $X < (\text{Mean} - \text{SD})$; (2) Sedang = $(\text{Mean} - \text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + \text{SD})$; dan (3) Tinggi = $X > (\text{Mean} + \text{SD})$.

Kemudian, analisis data kualitatif dilakukan menggunakan teknik Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) yang bertujuan untuk menggali pengalaman subjektif individu (Smith dkk., 2022). Teknik ini memungkinkan periset memahami makna yang diberikan responden terhadap pengalaman mereka terkait body dissatisfaction, yang dapat dipengaruhi oleh pemaknaan terhadap nilai Malebbi'. Data wawancara yang diperoleh akan dikodekan, dianalisis secara tematik, dan ditafsirkan untuk menemukan pola serta dinamika makna yang relevan dengan fokus riset. Hasil analisis kemudian dianalisis kembali menggunakan theory driven untuk mengetahui upaya yang dapat dilakukan dalam menanggapi fenomena ini.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Body Dissatisfaction terhadap Penggunaan Krim Pemutih Berbahaya

Berikut merupakan hasil uji psikometri regresi logistik biner yang dilakukan terhadap 287 responden (N = 287) di Makassar.

Tabel 2. Analisis Regresi Logistik Biner

	Chi-Square	Df	Sig.
Omnibus Tests of Model Coefficient	109,364	1	<,001

Note: N=287; df = (regression, residual)

Tabel 2 menunjukkan analisis deskriptif variabel body dissatisfaction dan krim pemutih berbahaya yang dianalisis menggunakan IBM SPSS, dan menunjukkan hasil bahwa nilai Omnibus Test of Model Coefficients dengan Chi-square = 109,364 dan signifikansi <,001. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi logistik yang dibangun secara keseluruhan signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa body dissatisfaction memiliki pengaruh terhadap penggunaan produk pemutih berbahaya Koefisien regresi yang positif juga menunjukkan bahwa individu yang merasakan body dissatisfaction cenderung akan terdorong menggunakan produk pemutih berbahaya.

Temuan ini menguatkan bahwa tingkat body dissatisfaction berperan dalam meningkatkan kecenderungan penggunaan krim pemutih berbahaya. Hal ini sejalan dengan riset sebelumnya yang menyatakan bahwa individu dengan body dissatisfaction cenderung mencari cara instan untuk mencapai standar kecantikan tertentu, termasuk menggunakan produk pemutih berisiko (Amelia dkk., 2022). Hasil ini juga didukung oleh temuan global, dimana individu dengan body dissatisfaction tinggi cenderung mencari solusi cepat seperti prosedur kosmetik minim invasif. Dalam konteks budaya yang mengidealkan kulit putih (colorism), krim pemutih berisiko menjadi solusi cepat dan instan yang dipilih untuk memenuhi standar yang dirasa mendesak (Laughter dkk., 2023).

Kondisi ini dapat dipahami karena adanya tekanan sosial maupun paparan media yang menampilkan standar kecantikan ideal, sehingga individu dengan persepsi tubuh negatif merasa terdorong untuk melakukan upaya ekstrem dalam memperbaiki penampilan fisiknya (Navadiya dkk., 2024). Meskipun demikian, hasil model yang fit juga menandakan bahwa faktor ini bukan

satu-satunya determinan, sehingga kemungkinan terdapat variabel lain seperti pengaruh usia, pekerjaan, maupun faktor pendidikan yang turut berkontribusi terhadap perilaku penggunaan produk pemutih berbahaya (Fadhila dkk., 2020).

Tabel 3. Analisis R Square

	Nagelkerke R Square
<i>Body Dissatisfaction</i> -> Penggunaan Produk Pemutih Berbahaya	0,424

Note: N=287

Tabel 3 memperlihatkan hasil uji R-Square dengan nilai Nagelkerke $R^2 = ,424$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *body dissatisfaction* memiliki pengaruh signifikan dalam menjelaskan variasi penggunaan produk pemutih berbahaya. Secara statistik, *body dissatisfaction* mampu menjelaskan hingga 42% variasi perilaku tersebut, yang dapat dikategorikan sebagai kontribusi moderat hingga kuat dalam riset sosial-psikologis (Cohen, 1998). Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat *body dissatisfaction* yang dialami individu, semakin besar pula kemungkinan mereka mencari solusi instan melalui penggunaan produk pemutih, meskipun berisiko terhadap kesehatan. Persentase ini tergolong signifikan, karena sisa variasi yang dijelaskan oleh faktor lain, seperti lingkungan, kondisi ekonomi, atau tekanan sosial terdistribusi di antara banyak variabel berbeda (Poppy dkk., 2023). Dengan demikian, *body dissatisfaction* tampak menjadi salah satu faktor paling dominan dalam perilaku penggunaan produk pemutih berbahaya.

Tabel 4. Analisis Deskriptif Distribusi Data

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Rendah	< 50,2	49	17,07
Sedang	50,2 – 72,3	196	68,29
Tinggi	> 72,3	42	14,63

Note: N = 287; M = 61,24; SD = 11,01

Berdasarkan Tabel 4, dari 287 responden diperoleh nilai rata-rata skor total sebesar M = 61,24 dengan standar deviasi SD = 11,01. Data kemudian dikategorikan menggunakan metode $\text{mean} \pm \text{SD}$ ke dalam tiga kelompok, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Hasil menunjukkan bahwa kategori rendah (< 50,2) mencakup 49 responden (17,07%), kategori sedang (50,2–72,3) merupakan kelompok terbesar dengan 196 responden (68,29%), sedangkan kategori tinggi (> 72,3) terdiri atas 42 responden (14,63%).

Hasil riset ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *body dissatisfaction* dan penggunaan krim pemutih berbahaya, sejalan dengan riset sebelumnya yang menyoroti hubungan antara persepsi tubuh negatif dan perilaku kosmetik ekstrem. Quittkat dkk. (2019) menemukan bahwa ketidakpuasan tubuh menjadi prediktor utama perilaku modifikasi penampilan, sedangkan Mafra dkk. (2022) menunjukkan bahwa citra tubuh negatif dan harga diri rendah meningkatkan kecenderungan penggunaan riasan berlebih. Silva dan Steins (2023) menegaskan peran media sosial dalam memperkuat hubungan tersebut, dan Natasya dkk. (2024) menunjukkan bahwa obsesi terhadap standar kecantikan Korea mendorong perilaku pembelian produk pemutih kulit. Temuan Kvardova dkk. (2025) turut mendukung bahwa aktivitas penampilan di media sosial meningkatkan ketidakpuasan tubuh remaja.

Secara keseluruhan, hasil ini memperkuat bukti bahwa ketidakpuasan tubuh berimplikasi langsung pada perilaku penggunaan produk berisiko, terutama dalam budaya yang mengidealkan kulit cerah dan tubuh ideal. Mayoritas responden berada pada kategori sedang, sedangkan 14,63% responden dengan skor tinggi perlu mendapat perhatian karena berisiko mengalami dampak psikologis serius dan gangguan makan seperti Anorexia Nervosa dan Bulimia Nervosa (Rahayu dan Ariana, 2021). Selain itu, rasa malu, rendah diri, dan kekhawatiran berlebihan terhadap penampilan fisik yang tidak sesuai dengan standar “ideal” dapat memicu depresi, kecemasan, dan distress emosional (Permanasari dan Arbi, 2022).

Pemahaman nilai Malebbi' pada Perempuan Suku Bugis dan Makassar yang Mengalami Body dissatisfaction

Hasil wawancara mendalam terhadap lima informan menunjukkan adanya pola temuan yang relatif serupa dan konsisten antarpartisipan. Meskipun masing-masing informan memiliki latar belakang dan pengalaman yang berbeda, keseluruhan data memperlihatkan kesamaan cara pandang, pengalaman emosional, dan pola berpikir dalam memahami konsep Malebbi' dan persepsi kecantikan.

1. Kecantikan sebagai aspek fisik dan kognitif

Seluruh informan memaknai kecantikan melalui dua dimensi, yaitu fisik dan kognitif. Pada dimensi fisik, kecantikan dipersepsikan melalui bentuk tubuh, warna kulit, dan gaya berpakaian sebagai cerminan internalisasi standar sosial di mana tubuh menjadi simbol penerimaan sosial. Sementara itu, sebagian informan juga menautkan kecantikan dengan cara berpikir, pendidikan, dan moralitas, menunjukkan upaya menyeimbangkan nilai eksternal dan internal. Dalam konteks Bugis-Makassar, pandangan ini selaras dengan nilai Malebbi' yang menekankan keanggunan, kehormatan, dan kebijaksanaan sebagai esensi kecantikan sejati.

“Arti cantik bagi perempuan menurut saya itu e.. merawat diri pasti bukan cuma di luar tapi dalam juga, seperti mindset pikiran pendidikan itu penting, itu menurut saya soal cantik.” (I, 21 Tahun)

2. Keraguan dan keterbatasan dalam memahami Malebbi'

Sebagian besar informan menunjukkan pemahaman yang terbatas dan belum mendalam terhadap konsep Malebbi'. Mereka mengenali istilah ini sebagai nilai luhur perempuan Bugis-Makassar, tetapi sering kali hanya mengaitkannya dengan penampilan sopan dan citra anggun. Keterbatasan ini mencerminkan fragmentasi budaya yang terjadi akibat modernisasi dan pergeseran nilai. Malebbi', yang sejatinya merupakan filosofi moral dan spiritual yang kompleks, mulai direduksi menjadi simbol eksternal perilaku santun. Akibatnya, ketika perempuan mengalami body dissatisfaction, nilai Malebbi' tidak berfungsi optimal sebagai pelindung psikologis dari tekanan sosial terhadap tubuh ideal.

“Setahuku Malebbi' itu kayak, apa di' kalau cewek, kayak baik, e... elegan, terhormat, anggun, seperti itu ya?” (N, 21 Tahun)

3. Pemahaman parsial tentang Malebbi'

Meskipun semua informan mengenal konsep Malebbi', pemahaman mereka masih parsial dan konseptual, belum sampai pada tataran reflektif dan aplikatif. Sebagian mampu mengaitkan Malebbi' dengan nilai-nilai seperti kesopanan, penghormatan, dan menjaga diri, namun belum memahami makna filosofisnya secara utuh. Menariknya, internalisasi nilai budaya tetap muncul secara implisit melalui kebiasaan sosial dan pendidikan keluarga. Namun, tanpa pemahaman yang komprehensif, Malebbi' sulit menjadi pedoman dalam menghadapi tekanan standar kecantikan modern.

Meskipun demikian, minimnya pemahaman yang komprehensif membuat nilai Malebbi' sulit dijadikan pedoman dalam menghadapi tekanan standar modern, sehingga perempuan cenderung menilai dirinya berdasarkan standar fisik ketimbang nilai moral dan sosial.

“Malebbi' itu apa namanya nilai-nilai, nilai eh bukan maksudnya nilai dari bugis yang mengajarkan tentang bagaimana berperilaku dan berperilaku yang baik, yah mungkin cuma tau begitu” (T, 22 Tahun)

4. Malebbi' sebagai perlindungan sosial

Informan memaknai Malebbi' sebagai sumber kekuatan dan perlindungan sosial membuat perempuan merasa dihormati dan dihargai. Nilai ini berfungsi sebagai benteng psikologis terhadap tekanan sosial, meski efektivitasnya bergantung pada sejauh mana nilai tersebut diinternalisasi. Ketika dipahami secara mendalam, Malebbi' berperan sebagai mekanisme koping yang memperkuat ketahanan psikologis terhadap ketidakpuasan tubuh.

Temuan ini menegaskan potensi Malebbi' sebagai pendekatan kultural dalam promosi citra tubuh positif bagi perempuan Bugis-Makassar di tengah modernitas dan tekanan estetika global.

"Iya, tentu penting, karena.. dengan kita memiliki sifat itu, bakalan lebih, orang itu lebih menghormati, menghargai, dan juga lebih e... lebih takut untuk macam-macam ke kita, kalau misalnya kita terkesan seperti itu." (N, 21 Tahun)

5. Penerapan Malebbi' dalam kehidupan sehari-hari

Dalam praktik sehari-hari, penerapan Malebbi' bersifat inkonsisten dan situasional. Sebagian informan berupaya mempertahankan nilai budaya ini, namun di sisi lain mereka juga ingin menyesuaikan diri dengan tren modern dan ekspektasi sosial media. Fenomena ini menunjukkan adanya konflik identitas kultural, bahwa perempuan berusaha menyeimbangkan antara nilai tradisional dan kebutuhan untuk diterima dalam konteks sosial modern. Body dissatisfaction sering kali memperkuat konflik ini, utamanya ketika tekanan untuk tampil menarik di media sosial membuat nilai Malebbi' terpinggirkan.

Meskipun demikian, fakta bahwa sebagian informan tetap berusaha menjaga nilai Malebbi' menandakan adanya potensi penguatan kembali nilai budaya, terutama jika didukung oleh pendekatan edukatif dan sosial yang relevan dengan konteks generasi muda saat ini.

"Menurutku... masih terlihat kak tapi tidak semua perempuan menerapkan nilai itu. Banyak juga yang lebih pilih ikut tren OOTD, ikut-ikutan biar kelihatan skena, atau pengen kayak keliatan gaul di sosmed. Kadang takut ketinggalan tren, jadi nilai budaya dikesampingkan" (Y, 20 Tahun)

Keseragaman temuan ini mengindikasikan adanya struktur makna kolektif yang berakar pada nilai budaya Malebbi' sebagai representasi keanggunan dan kehormatan perempuan Bugis-Makassar. Wawancara memperlihatkan pola naratif yang berulang, seperti penekanan pada aspek fisik sebagai ukuran kecantikan, keterbatasan pemahaman terhadap nilai Malebbi', serta upaya menyeimbangkan nilai tradisional dengan tuntutan modernitas. Pola ini memperkuat keabsahan temuan dan menegaskan bahwa isu kecantikan dan body dissatisfaction tidak berdiri sendiri, melainkan berakar pada dinamika sosial-budaya yang lebih luas.

Hasil wawancara ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana perempuan Bugis-Makassar menafsirkan kecantikan dan identitas diri dalam konteks budaya yang terus berubah, sekaligus menjadi dasar untuk menelaah peran nilai Malebbi' dalam menghadapi tekanan citra tubuh di era modern. Temuan riset ini memperlihatkan bahwa keterbatasan pemahaman terhadap nilai Malebbi' serta kecenderungan perempuan Bugis-Makassar menilai kecantikan secara fisik memiliki kesamaan dengan berbagai studi kualitatif di Indonesia dan Asia Timur yang menyoroti pergeseran makna kecantikan tradisional menuju standar modern yang seragam.

Saraharah dan Ningtyas (2023) menemukan bahwa narasi iklan pemutih di Indonesia mengonstruksi kulit terang sebagai simbol status sosial, sementara Asysyamil (2024) menunjukkan bahwa pengaruh Korean Wave mempersempit makna kecantikan perempuan Indonesia, dari semula beragam menjadi seragam dan berorientasi pada visualitas. Sejalan dengan itu, Zahid dkk. (2022) mengidentifikasi pergeseran pemaknaan kecantikan menjadi bentuk pencapaian sosial, bukan refleksi moral atau spiritual. Namun, Yens dkk. (2025) mencatat munculnya gerakan resistensi dari generasi muda yang mengedepankan kecantikan natural dan autentik sebagai bentuk afirmasi identitas diri, meskipun Khotimah dkk. (2024) menilai persepsi masyarakat masih banyak dipengaruhi oleh norma lama yang menilai kecantikan berdasarkan warna kulit dan keserasian fisik. Oleh karena itu, dibandingkan dengan riset-riset tersebut, riset ini memberikan kontribusi kontekstual yang lebih spesifik dengan menyoroti nilai budaya Malebbi' sebagai potensi protective factor terhadap tekanan sosial kecantikan serta menawarkan pendekatan intervensi berbasis budaya lokal untuk membangun persepsi tubuh yang lebih sehat, realistis, dan selaras dengan nilai-nilai kearifan lokal.

Upaya Strategis Pengoptimalan Nilai Malebbi' sebagai Upaya Preventif untuk Mencegah Terjadinya Body Dissatisfaction

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat body dissatisfaction dalam kategori sedang. Hasil juga menunjukkan bahwa individu belum memahami nilai Malebbi' secara mendalam. Oleh karena itu, dilakukan penyusunan skema intervensi berdasarkan studi literatur serta hasil diskusi bersama; (1) Psikolog Klinis; (2) Dosen Psikologi Budaya; dan (3) Dosen Antropologi Sosial untuk mencegah peningkatan body dissatisfaction ke tingkat yang lebih tinggi. Intervensi ini dirancang dalam bentuk konseling kelompok berbasis nilai Malebbi' yang bertujuan untuk menumbuhkan Positive Self-Perception selama delapan pekan. Durasi ini dipilih berdasarkan literatur yang menunjukkan bahwa program preventif cenderung efektif jika dilaksanakan selama 4–8 minggu dengan tahapan yang sistematis (Conboy dkk., 2024). Konseling kelompok dinilai efektif karena memberikan ruang bagi individu untuk mendiskusikan cara menerima diri sendiri, mengembangkan toleransi, dan menghargai orang lain (Prastika dkk., 2023). Konseling kelompok juga dapat mengembangkan kontrol kognitif yang membantu individu meningkatkan kemampuan dirinya (Nirwan dkk., 2024).



Gambar 1. Skema Intervensi Preventif Body Dissatisfaction

Tahapan intervensi dimulai dengan pengenalan nilai Malebbi' melalui psikoedukasi dan diskusi reflektif untuk meningkatkan positive self-perception. Peserta kemudian merekonstruksi pemahaman tentang kecantikan dengan menekankan karakter dan nilai pribadi, serta berlatih self-compassion dan afirmasi diri. Selanjutnya, peserta menginternalisasi sikap hormat, meningkatkan literasi media berbasis Malebbi', dan membentuk komitmen nyata guna menurunkan body dissatisfaction serta perilaku penggunaan krim pemutih berbahaya. Oleh karena itu, konseling kelompok dipilih sebagai strategi sebagai upaya menumbuhkan dukungan internal sekaligus mendorong partisipasi aktif antarindividu. Setelah program selesai, dilakukan pemantauan selama tiga bulan untuk melihat stabilitas efek intervensi, mendeteksi kemungkinan relapse, dan memastikan keberlanjutan perubahan perilaku dan kognitif (Mahon dan Seekis, 2022).

KESIMPULAN

Riset ini menunjukkan bahwa body dissatisfaction berpengaruh signifikan terhadap penggunaan krim pemutih berbahaya pada perempuan Bugis-Makassar di Kota Makassar, dengan kontribusi sebesar 43,7%. Hasil kualitatif mengungkap bahwa nilai Malebbi' dipahami secara parsial dan belum berfungsi optimal sebagai pelindung terhadap tekanan standar kecantikan modern. Oleh karena itu, penguatan nilai Malebbi' melalui psikoedukasi dan konseling kelompok direkomendasikan sebagai strategi preventif untuk menumbuhkan persepsi diri positif dan mengurangi kecenderungan penggunaan produk pemutih berisiko.

ACKNOWLEDGEMENT

Penelitian ini terlaksana berkat dukungan pendanaan dari Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi

(Kemdikbudristek) melalui Direktorat Belmawa, dan Universitas Hasanuddin. Peneliti menyampaikan apresiasi kepada pihak pemberi pendanaan yang telah menyediakan dukungan finansial sehingga seluruh rangkaian penelitian dapat berjalan dengan baik. Dukungan tersebut menjadi sumber pendanaan utama yang memungkinkan penelitian ini terselesaikan sesuai tujuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, L., Fahmi, K. dan Tamrin, S. 2022. Konstruksi makna cantik bagi remaja perempuan pengguna pemutih kulit ilegal. *Jurnal Sosialisasi*. 1(3):139-139.
- Asysyamil, M.F., Pratiwi, K., Luthfiah, E.Z.H., dan Anggraeni, C. 2024. Beauty mirror: The depiction of korean wave influence in indonesian women's beauty standard in scarlett, citra, and wardah skincare advertisements (a semiotics approach). *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra*. 349-359.
- Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Selatan. 2022. Kamus Bugis-Indonesia. Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Selatan. Makassar.
- BPOM. 2023. Temuan Obat Tradisional dan Suplemen Kesehatan Mengandung BKO serta Kosmetik Mengandung Bahan Dilarang/Berbahaya Tahun 2023. URL:<https://www.pom.go.id/siaran-pers/temuan-obat-tradisional-dan-suplemen-kesehatan-mengandung-bko-serta-kosmetik-mengandung-bahan-dilarang-berbahaya-tahun-2023-2>. Diakses tanggal 1 Oktober 2025.
- Cohen, J. 1988. *Statistical Power Analysis For The Behavioral Sciences*. 2nd ed. Lawrence Erlbaum Associates. New York.
- Conboy, L., Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Reisinger, B.A.A., dan Gleaves, D.H. 2024. Digital body image interventions for adult women: A Meta-analytic review. *Body Image*. 51(101776): 1-11.
- Creswell, J.W. dan Creswell, J.D. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed-methods Approaches*. Edisi ke-5. Sage Publication. California.
- Fadhila, K.R., Ningrum, D.R., Rahmawati, A.F., Azzahrya, A.B., Muntari, D.F.A., Agustin, R.A., Larasati, A., Putri, D.A., Java, A.M.E., Sarah, S., Wijayanto, A.B.E., Bowolaksono, R.W., Wahyudi, F., dan Nita, Y. 2020. Pengetahuan dan penggunaan produk pemutih dan pencerah di kecamatan sukolilo surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*. 7(2): 56.
- Felder, S., dan Mayrhofer, T. 2022. *Medical Decision Making: A Health Economic Primer*. Edisi Ke-3. Springer. Berlin
- Haerani, A., Aeni, S. R. N., dan Andini, S. N. 2022. Identifikasi kandungan merkuri (Hg) pada krim pemutih wajah yang dijual di pasar Andir dengan metode spektrofotometri serapan atom (SSA). *Pharma Xplore Jurnal Sains dan Ilmu Farmasi*. 1(1):1-10
- Hasrin, A. dan Sidik, S. 2023. Tren kecantikan dan identitas sosial: Analisis konsumsi kosmetik dan objektifikasi diri di kalangan perempuan kota palopo. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 12(4): 740-757.
- Ifada, H.S.N., Wati, A.P. dan Afifi, A.Y. 2022. Representasi warna kulit perempuan ideal dalam iklan k-natural white brightening body versi agatha chelsea. *Jurnal Audiens*. 3(4):228-238.
- Inspirasi Nusantara.id. 2024. Malebbi': Konsep cantik wanita Bugis. URL:<https://inspirasi nusantara.id/Malebbi'-konsep-cantik-wanita-bugis/>. Diakses tanggal 29 September 2025.
- Juliana, F.R. 2022. 'Lapar mata': Mahasiswi, kecantikan, dan perilaku konsumtif. *Emik*. 5(1):1-22.
- Khotimah, K., Qothrunnada, N., Lutfiana, S.F.N., dan Suryaputra, A.N. 2024. The essentials of looks: Beauty standard in local brand skincare advertisement. *Lingua Litera: Journal of English Linguistic and Literature*. 9(2): 1-14
- Kvardova, N., Machackoba, H., Maes, C., dan Vandenbosch, L. 2025. Navigating beauty standards on social media: Impact of appearance activity on adolescents' body dissatisfaction. *Journal of Youth and Adolscence*. 54(1): 1999-2018
- Laendra, L.P. dan Vardiansyah, D. 2018. Representasi body image dan standar kecantikan perempuan Indonesia di instagram. *Koneksi*. 1(2):460-465.
- Laughter, M.R., Anderson, J.B., Maymone, M.B.C., dan Kroumpouzou, G. 2023. Psychology of aesthetics: Beauty, social media, and body dysmorphic disorder. *Clinics in Dermatology*. 41(1): 28-32.

- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J. dan Lwanga, S.K. 1990. Adequacy of Sample Size in Health Studies. Wiley. England.
- Mafra, A.L., Silva, C.S.A., Varella, M.A.C., dan Valentova, J.V. 2022. The contrasting effects of body image and self-esteem in the makeup usage. *National Library of Medicine*. 17(3): 1-20.
- Mahanani, M.P., Laraswati, D., Salsadilla, R., Nabilah, H., dan Wibowo, H. 2021. Pelatihan konsep diri remaja putri untuk membangun pemahaman tentang standar kecantikan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(3): 449.
- Mahon, C. dan Seekis, V. 2022. Systematic review of digital interventions for adolescent and young adult women's body image. *Frontiers*. 3(832805): 1-15.
- Mattulada. 1995. Latoa: Satu Lukisan Analitis Terhadap Antropologi Politik Orang Bugis. Hasanuddin University Press. Makassar.
- Natasya, S. Nugrahanto, K., dan Tiatri. S. 2024. Obsession with korean beauty standard: Its role in causing body dissatisfaction and excessive skincare buying. *International Journal of Application on Social Sciences and Humanities*. 2(1): 34-41.
- Navadiya, K., Rafi, S., Harvansh, B., Shamatmika, R., dan Sharma, V. 2024. How social media impacts promotion of body image dissatisfaction among youth. *International Journal of Innovative Science and Research Technology (IJISRT)*. 1(1), 3257-3281.
- Nirwan, Elvin, S. D., dan Jauhari, J. 2024. The effectiveness of peer group cognitive behavior counseling on body image improvement in female adolescent. *Jurnal Mutiara Ners*. 7(2): 103-108.
- Nurdin, A.A., Anjani, A.A., Rabbani, R.A.A., Mahardika, A. dan Prasetyo, H. 2024. Pengaruh negatif standar kecantikan dalam media sosial terhadap citra diri remaja perempuan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. 2(3):366-372.
- Permanasari, K., dan Arbi, D. K. A. 2022. Pengaruh ketidakpuasan tubuh terhadap kecenderungan gangguan makan pada remaja. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*. 2(1): 776-788.
- Poppy, I., Husni, S. M., dan Amanda, E. C. 2023. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan dan sikap wanita terhadap penggunaan krim pemutih berbahaya di kelurahan halim jakarta timur. *Farmasi-QU Jurnal Pelayanan Kefarmasian*. 10(1):38-45.
- Prastika, S. B., Wibowo, M. E., dan Purwanto, E. 2023. The Effectiveness of Reality Group Counseling to Improve the Self-Esteem of Students with Low Body Image. *Jurnal bimbingan konseling*, 12(1): 39-44.
- Putri, D.A. dan Indryawati, R. 2019. Body dissatisfaction dan perilaku diet pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*. 12(1):88-97.
- Quittkat, H.L, Hartmann, A.S., Dusing, R., Buhlmann, U., dan Vocks, S. 2019. Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers*. 10(1): 1-20.
- Rahayu, N.A.H., dan Ariana, A. D. 2021. Hubungan Body Dissatisfaction dengan Depresi pada Remaja dengan Obesitas pada Masa Pandemi COVID-19. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*.1(2): 1420.
- Ramos, P., Moreno-Maldonado, C., Moreno, C. dan Rivera, F. 2019. The role of body image in internalizing mental health problems in spanish adolescents: An Analysis according to sex, age, and socioeconomic status. *Frontiers in Psychology*. 10(1): 1-20.
- Saraharah, Z.D. dan Ningtyas, S. 2023. Change of beauty standards in indonesian society through beauty product tha improve lately. *Sabda*. 18(1): 54-67.
- Silva, R.C. dan Steins, G, 2023. Social media and body dissatisfaction in young adults: An experimental investigation of the effects of different image content and influencing constructs. *Frontiers in psychology*.8(14): 1-20.
- Smith, J.A., Flowers, P., dan Larkin, M. (2022). *Interpretative Phenomenological Analysis*. SAGE.
- Tenriwaru, T., Efendi, S.R., dan Nurfadila, N. 2021. GOING concern dalam perspektif filosofi sulapa eppa. *Economos : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 4(3):166-176.
- Usman, F., Aryani, F., dan Thalib, S.B., 2021. Perilaku body dissatisfaction dan penanganannya pada siswa (studi kasus pada siswa) di sma negeri 2 soppeng. *Pinisi Journal of Education*. 1(1):1-11.
- Widiasti, N.L.R. 2016. Profil Citra Tubuh (Body Image) Pada Remaja dan Implikasinya bagi

- Bimbingan dan Konseling. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Yens, D., Syuhada, N.H., Rajaby, W., Fauzi, R.A., Putra, E., Maulana, M.F., dan Lestari, P. 2025. The social construction of beauty in the digital era: Gen z's interpretation of beauty standards in Jakarta. *International Journal of Child and Gender Equakity*. 11(1): 122-139.
- Zahid, A., Ayu, A.K., dan Maryam, S. 2022. Beauty standardization of millennial circle skin care. *An-Nisa': Journal of Gender Studies*. 15(2): 167-184.