

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Senyum adalah aset kecantikan terbesar seseorang. Senyum merupakan kemampuan seseorang untuk mengekspresikan berbagai emosi dengan struktur serta gerakan gigi dan bibir (Ratijalak *et al.*, 2012). Saat berbicara dengan lawan bicara, pusat perhatiannya akan dipusatkan pada wajah sebagai penampilan fisik individu terutama mata dan mulut, karena mulut merupakan pusat komunikasi pada wajah (Marheni, 2017). Ditinjau secara psikologis, senyum memberikan efek yang baik dan positif bagi kedua belah pihak baik yang memberikan maupun yang menerimanya. Senyum juga tidak hanya sebuah bentuk komunikasi, melainkan juga memengaruhi penilaian terhadap kepribadian dan penampilan seseorang baik dalam pekerjaan maupun kehidupan sosialnya (Sepolia *et al.*, 2014). Senyum yang menarik atau menyenangkan akan menciptakan hubungan interpersonal yang baik sehingga membuat seorang individu lebih diterima di lingkungan sosialnya (Lehl G Singla S, 2014). Senyum juga berperan penting dalam meningkatkan *personal branding* dan *personal selling* bagi seorang *public figure* seperti duta wisata (Leliyana, 2014).

Sejalan dengan berkembangnya dunia kedokteran gigi dan teknologi penunjang lainnya saat ini, maka estetik kedokteran gigi semakin berkembang pesat dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap perbaikan penampilan. Kemajuan ilmu pengetahuan juga sangat berpengaruh pada pergerakan tingkat kebutuhan masyarakat akan perawatan gigi, yang awalnya hanya untuk menghilangkan rasa sakit dan pemenuhan fungsi pengunyahan, tetapi saat ini perawatan gigi cenderung lebih kepada

masalah estetik (Thambas dan Dewi, 2012). Selain itu, pengaruh media terhadap ekspektasi sosial mengenai penampilan seseorang berperan besar dalam kemajuan kedokteran gigi estetik (Saha *et al.*, 2017).

Estetika dalam kedokteran gigi bertujuan untuk menciptakan keindahan dan daya tarik, meningkatkan harga diri dan membuat pasien puas dengan penampilan yang menarik, ekspresif, dan dihargai secara sosial (Silva *et al.*, 2012). Diyakini bahwa perbedaan kecil pada estetika gigi memiliki efek yang signifikan pada kualitas hidup mengenai kesehatan mulut yang dirasakan serta berdampak pada kepedulian terhadap penampilan (Enabulele and Omo, 2017). Sebagian besar pasien datang ke dokter gigi untuk mendapatkan senyum yang estetik karena dorongan pola estetik yang sedang tren di masyarakat dan diekspos media, yaitu senyum yang indah (Silva *et al.*, 2012).

Kepercayaan diri individu dalam interaksi sosial dan karakteristik mentalitas seseorang dapat memengaruhi persepsi senyum yang estetik (Oliveira, Furquim and Ramos, 2012). Seseorang yang memiliki senyum estetik akan lebih dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat karena dianggap ramah, populer, mudah bergaul, dan cerdas serta lebih menunjukkan perilaku yang positif (Hakim *et al.*, 2016). Berdasarkan sebuah survei di Jerman menunjukkan bahwa sebanyak 97% perempuan ingin dilakukan perawatan ortodonti dengan alasan estetik, sehingga dapat disimpulkan bahwa perempuan lebih kritis menilai estetika senyum (Oliveira, Furquim and Ramos, 2012). Senyum yang estetik sering digunakan sebagai tolak ukur untuk evaluasi pasca perawatan di kedokteran gigi. Namun, penilaian terhadap senyum seringkali bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh persepsi individu (Hakim *et al.*, 2016).

Setiap orang memiliki cara sendiri untuk menilai penampilannya dan penampilan orang lain. Menurut David Hume (1711-1776) bahwa apa yang dianggap indah oleh seseorang sangat ditentukan oleh sifat alami manusia yang dipengaruhi juga oleh kecenderungan individual dalam berpikir (Abadi, 2016). Seseorang yang memiliki pengetahuan yang baik mengenai suatu hal cenderung akan mengambil keputusan yang lebih tepat dalam menyelesaikan masalah. Pengetahuan merupakan salah satu domain perilaku selain sikap dan tindakan. Pengetahuan dan sikap merupakan respon seseorang terhadap stimulus atau rangsangan yang masih bersifat terselubung dan masih terbatas pada perhatian, persepsi, dan kesadaran. Sedangkan tindakan merupakan respon terhadap stimulus atau rangsangan yang dapat diamati oleh orang lain. Dengan kata lain pengetahuan seseorang akan memengaruhi sikap dan sikap tersebut akan teraplikasi dalam suatu tindakan seseorang (Notoatmodjo, 2020).

Persepsi mengenai estetika gigi dan senyum bervariasi pada masyarakat dan dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan pengalaman pribadi. Setiap satu orang ke orang lain memiliki persepsi dan sikap berbeda mengenai estetika gigi dan senyum (Marheni, 2017). Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor yang memengaruhi individu dengan cara yang berbeda, seperti pada jenis kelamin, usia, harga diri, tingkat pendidikan, status perkawinan, status sosial ekonomi, pekerjaan, pengaruh keluarga, norma kelompok teman sebaya, aspek budaya, dan juga media massa (Hakim *et al.*, 2016).

Duta wisata merupakan putra-putri terbaik yang mewakili daerahnya sebagai ikon pariwisata daerah untuk dijadikan contoh oleh muda-mudi yang mempunyai intelektualitas yang baik maupun penampilan yang menarik ke masyarakat dengan kerapian, kebersihan dan senyum dalam komunikasi yang memberikan kesan baik

kepada masyarakat, serta kepribadian yang baik dan memiliki kemampuan menguasai kebudayaan yang ada di daerahnya dalam upaya mempromosikan potensi dan aset daerah (Randa, 2015). Duta wisata dalam menjalankan perannya dipengaruhi oleh beberapa kompetensi yang biasa disebut dengan aspek “3B” yaitu pengetahuan (*brain*), penampilan (*beauty*), dan sikap (*behavior*) (El dan Purnaningsih, 2021). Seorang duta wisata harus memperhatikan senyum estetik baik dalam hal penilaian saat kompetisi maupun dalam hal mempromosikan pariwisata yang ada di daerahnya. Karena estetika senyum merupakan salah satu aspek penilaian, yaitu aspek *beauty* (El dan Purnaningsih, 2021). Ketiga aspek 3B tersebut yang akan menjadi modal seorang duta wisata dalam mempromosikan dan mengembangkan sektor pariwisata (Suhendra, Asworowati dan Ismawati, 2020).

Senyum menjadi salah satu penentu penilaian terpilihnya peserta Uda Uni Duta Wisata. Jika seorang duta wisata memiliki senyum estetik akan berdampak positif bagi Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) dalam hal membantu promosi pariwisata daerah karena dapat menarik wisatawan dengan daya tarik senyuman tersebut (El dan Purnaningsih, 2021). Hal ini sesuai dengan pendapat dari Putra (2017) yang mengatakan bahwa kriteria dari seorang duta wisata yaitu kemampuan seorang duta wisata untuk menampilkan dirinya dengan baik dihadapan keramaian dengan penampilan yang rapi, kebersihan diri yang terjaga dan yang paling penting berupa senyuman sebagai salah satu bahasa komunikasi universal yang dapat memberikan kesan baik kepada orang (Suhendra, Asworowati dan Ismawati, 2020). Selain itu, juga terdapat perpaduan beberapa aspek dalam penilaian yaitu, pengetahuan umum, pengetahuan sejarah dan kebudayaan, pengetahuan adat, pariwisata, *public speaking*, etika perilaku, penguasa bahasa, dan pengembangan diri (Sari, 2021).

Pemilihan duta wisata bukan hanya sekedar kontes kecantikan yang hanya mengandalkan keindahan dan kesempurnaan fisik semata, melainkan usaha untuk meningkatkan kualitas diri serta komunikasi yang baik (Asri, 2019). Pemilihan duta wisata ini dilaksanakan pemerintah untuk memajukan promosi wisata dan budaya masing-masing daerah serta untuk menjaga warisan budaya dan adat istiadat daerah, sehingga nantinya mampu menghilangkan persepsi masyarakat yang mengatakan bahwa duta wisata hanya sebagai pelengkap kegiatan atau pagar ayu saja (Randa, 2015). Pelaksanaan pemilihan duta wisata di Sumatera Barat lebih dikenal dengan sebutan pemilihan Uda Uni Duta Wisata Sumatera Barat, yang mana pemilihan tersebut dimulai dari pemilihan kabupaten/kota yang ada di Sumatera Barat. Pemilihan Uda Uni Duta Wisata di Kota Payakumbuh resmi dilaksanakan oleh pemerintah pada tahun 2001 dan berkelanjutan setiap tahun hingga sekarang. Pemilihan Uda Uni Duta Wisata merupakan salah satu program kerja Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disparpora) dalam mempromosikan pariwisata daerah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti tertarik untuk menganalisa apakah ada hubungan pengetahuan dengan persepsi terhadap estetika senyum pada Uda Uni Duta Wisata Kota Payakumbuh.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah ada hubungan pengetahuan dengan persepsi terhadap estetika senyum pada Uda Uni Duta Wisata Kota Payakumbuh?

1.3 Tujuan

1.3.1 Tujuan Umum

Untuk mengetahui hubungan pengetahuan dengan persepsi terhadap estetika senyum pada Uda Uni Duta Wisata Kota Payakumbuh.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui tingkat pengetahuan Uda Uni Duta Wisata Kota Payakumbuh terhadap estetika senyum
2. Untuk mengetahui gambaran persepsi Uda Uni Duta Wisata Kota Payakumbuh terhadap estetika senyum

1.4 Manfaat Penelitian

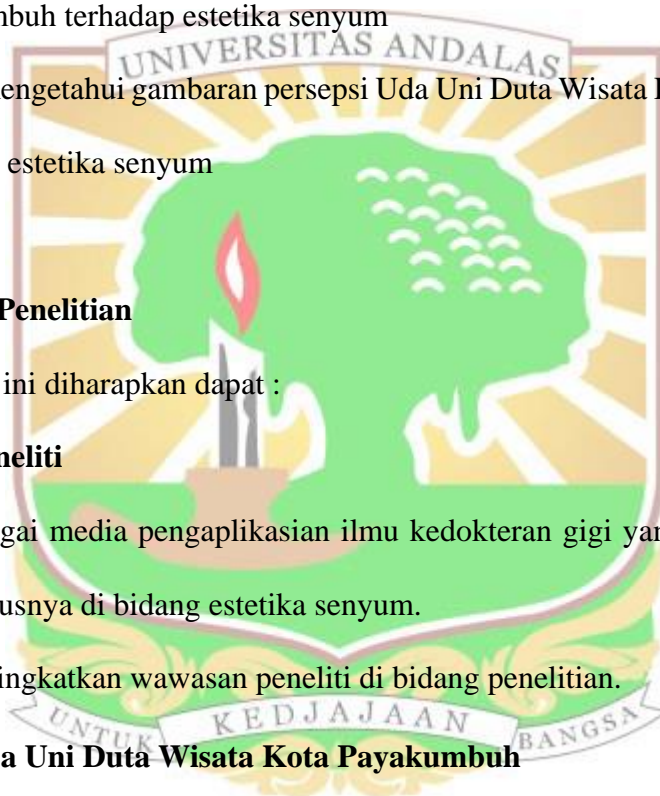
Hasil penelitian ini diharapkan dapat :

1.4.1 Bagi Peneliti

1. Sebagai media pengaplikasian ilmu kedokteran gigi yang telah dipelajari khususnya di bidang estetika senyum.
2. Meningkatkan wawasan peneliti di bidang penelitian.

1.4.2 Bagi Uda Uni Duta Wisata Kota Payakumbuh

1. Menambah wawasan Uda Uni Duta Wisata Kota Payakumbuh mengenai estetika senyum.
2. Meningkatkan kesadaran Uda Uni Duta Wisata Kota Payakumbuh akan peran penting senyum yang cemerlang dalam mempromosikan pariwisata.



1.4.3 Bagi Institusi Pendidikan Dokter Gigi

Sebagai tambahan literatur di perpustakaan mengenai hubungan pengetahuan dan persepsi terhadap estetika senyum

