



ARTIKEL PENELITIAN

Hubungan antara *Self-Esteem* dan *Body Image* Pada Remaja Akhir Perempuan Pengguna Instagram

ALIKA SORAYA AZZAHRA FADHILLAH & HERDINA INDRIJATI*
Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dan *body image* remaja akhir perempuan pengguna Instagram. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan metode survei. Penelitian dilakukan pada remaja perempuan pengguna Instagram berusia 18-21 tahun. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu alat ukur *Rosenberg Self-Esteem Scale* dan *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scales* (MBSRQ-AS). Analisis data dilakukan dengan teknik statistik korelasi *Spearman's rho* dengan bantuan program *IBM SPSS 26.0 for Windows*. Dari hasil analisis data penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang bersifat positif dengan kekuatan yang kuat antara *self-esteem* dan *body image* remaja akhir perempuan pengguna Instagram ($r(160)=0,517$; $p=0,000$). Hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi *self-esteem*, maka semakin positif pula *body image* remaja akhir perempuan pengguna Instagram.

Kata kunci: *body image, pengguna instagram, remaja akhir, self-esteem*

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between self-esteem and body image in late adolescent females of Instagram Users. This study uses a quantitative approach using survey methods. The study was conducted on adolescent females who are Instagram users aged 18-21 years. The measuring instrument used in this study was a Rosenberg Self-Esteem Scale questionnaire and Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire- Appearance Scales (MBSRQ-AS). Data analysis was performed using Spearman's rho correlation statistical technique with the help of IBM SPSS 26.0 for Windows program. From the results of data analysis, it was found that there is a positive relationship with a strong power between self-esteem and body image of late adolescent females of Instagram users ($r(160)=0.517$; $p=0,000$). This indicates that the higher the self-esteem, the more positive the body image of late adolescent females who are Instagram users.

Keywords: *body image, instagram user, late adolescent, self-esteem*

Buletin Penelitian Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM), 2022, Vol. 2(1), 201-211

*Alamat korespondensi: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Kampus B Universitas Airlangga Jalan Airlangga 4-6 Surabaya 60286. Surel: herdina.indrijati@psikologi.unair.ac.id



Naskah ini merupakan naskah dengan akses terbuka dibawah ketentuan the Creative Common Attribution License (CC-BY-4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), sehingga penggunaan, distribusi, reproduksi dalam media apapun atas artikel ini tidak dibatasi, selama sumber aslinya disitir dengan baik.

PENDAHULUAN

Perkembangan biologis remaja ditandai dengan adanya masa pubertas yang terkait dengan perubahan fisik yang mencakup kematangan seksual (Santrock, 2013). Menurut Salkind (2006), pada masa remaja akhir, remaja dapat terus mengalami pertumbuhan ukuran tubuh, walaupun pertumbuhannya lebih lambat bila dibandingkan dengan remaja pertengahan. Selain itu, remaja perempuan juga terus mengalami penumpukkan massa lemak. Untuk itu, ketika mencapai periode akhir masa remaja, remaja diharapkan telah dapat menerima kondisi tubuhnya sendiri. Menurut Miccuci (1998, dalam Gentry & Campbell, 2002), relasi teman sebaya pada remaja akhir biasanya mengarah pada hubungan yang lebih intim, seperti pertemanan yang lebih sempit dan membangun hubungan romantis terhadap lawan jenis, dimana hal tersebut menjadi hal yang penting seiring dengan perkembangan remaja yang semakin matang.

Pada remaja akhir perempuan, persepsi mengenai badan yang kurus dapat menentukan popularitas mereka di kalangan laki-laki, daya tarik, dan kesuksesan saat berkencan sehingga remaja akhir perempuan lebih mementingkan dirinya untuk terlihat lebih menarik (Paxton dkk., 2005; Wertheim dkk., 1997, dalam Smestad, 2013). Maka dari itu, dalam menjalin hubungan yang romantis dengan lawan jenis harus didasari oleh persepsi positif bahwa tubuhnya menarik dan percaya bahwa orang lain akan menganggap dirinya menarik. Apabila persepsi yang masih melekat adalah persepsi negatif, maka tugas perkembangan pada masa selanjutnya akan terhambat (Pujawati, 2015). Untuk remaja perempuan, adanya berbagai perubahan pada tubuh dan sosial baik selama dan setelah pubertas dapat sangat memengaruhi bagaimana mereka memandang tubuh mereka sendiri. Perubahan fisik yang terjadi akibat masa pubertas tersebut, membuat remaja memiliki ketertarikan dan memiliki gambaran mengenai tubuh mereka sendiri (Holsen, Carolson, Birkeland, 2012, dalam Santrock, 2013). Perhatian remaja terhadap tubuhnya tersebut merupakan salah satu aspek psikologis yang disebut dengan citra tubuh atau *body image* (Santrock, 2013).

Body image menurut Cash & Pruzinsky (2002) merupakan pengalaman individu yang terkait dengan persepsi terhadap bentuk tubuh dan berat tubuh, serta perilaku yang mengarah pada evaluasi individu terhadap penampilan fisiknya. Penilaian remaja terhadap *body image*, terkait dengan kepuasan dan ketidakpuasan remaja terhadap tubuhnya yang kemudian membagi *body image* remaja menjadi positif dan negatif. Remaja yang merasa puas terhadap tubuhnya akan memiliki *body image* yang positif, sedangkan remaja yang tidak puas akan tubuhnya akan memiliki *body image* yang negatif (Cash & Pruzinsky, 2002).

Namun, tidak semua remaja memiliki *body image* yang positif. Dibandingkan dengan remaja laki-laki, perkembangan fisik pada remaja perempuan seringkali dapat menjadi pengalaman yang lebih negatif, yang terkait salah satunya dengan ketidakpuasan tubuh (Kearney-Cooke, 1999, dalam Guindon, 2010). Timbulnya rasa ketidakpuasan terhadap tubuh pada remaja perempuan berkaitan erat dengan periode percepatan pertumbuhan ketika hormon mulai merangsang peningkatan alami dalam berat badan dan lemak (Sinton, Davison, & Birch, 2005, dalam Guindon, 2010). Secara umum, remaja perempuan juga berharap dirinya dianggap menarik, di mana perubahan bentuk tubuh langsing yang sesuai dengan bentuk ideal perempuan lebih diterima dengan baik (Shaffer & Kipp, 2010).

Seiring dengan populernya internet dan juga teknologi yang kian berkembang pesat, individu semakin beralih ke media sosial sebagai sumber informasi yang dominan mengenai norma sosial dan juga standar penampilan (Bair dkk., 2012, dalam Cohen dkk., 2019). Menurut Griffiths dkk. (2018, dalam Stevens & Griffiths, 2020), media sosial yang sebagian besar berpusat pada gambar seperti Instagram, memiliki perhatian yang lebih besar terhadap *body image* daripada sosial media yang tidak berpusat

pada gambar. Menurut Fardouly dkk. (2018), Instagram mampu menciptakan peluang yang lebih besar dalam memengaruhi *body image* pengguna. Hal ini dapat disebabkan oleh Instagram yang merupakan media sosial berbasis gambar, dengan lebih dari 80 juta gambar diunggah ke Instagram setiap harinya (Instagram, 2016, dalam Fardouly dkk. (2018). Selain itu menurut Sukamto dkk. (2019), media sosial Instagram merupakan layanan jejaring sosial yang dapat secara langsung membagikan video maupun gambar ke seluruh dunia sehingga dapat melancarkan promosi-promosi mengenai bentuk tubuh yang ideal kepada miliaran pengguna Instagram lainnya. Hal tersebut kemudian didukung dengan penelitian Verrastro dkk. (2020) yang menyatakan bahwa penggunaan Instagram terkait dengan memburuknya *body image* pada remaja.

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2018, terdapat total 800 juta pengguna Instagram secara global, dimana pengguna pada periode usia 18-24 tahun dengan jumlah pengguna sebanyak 245 juta yang terdiri atas 16% perempuan dan 15% laki-laki, merupakan periode usia pengguna Instagram terbanyak bila dibandingkan dengan periode usia lainnya (Kemp, 2018). Begitu pula di Indonesia, laporan statistik NapoleonCat (2021) menyatakan bahwa sampai dengan bulan Juli 2021, penggunaan Instagram di Indonesia mencapai 91,7 juta dan didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 53.2% dengan periode usia tertinggi berada pada usia 18-24 tahun sebanyak 36% dan terdiri atas 19,6% perempuan dan 16,3% laki-laki.

Menurut Ricciardelli & Yager (2016), dampak dari media sosial terhadap *body image* pada remaja terlihat dari perbandingan sosial (*social comparison*) yang timbul dari melihat foto orang lain, komentar, serta umpan balik yang mereka terima pada foto yang mereka posting. Menurut Myers and Crowther (2009; Vandenbosch and Eggermont, 2012, dalam Fardouly dkk., 2018), postingan foto Instagram dapat mendorong pengguna untuk melakukan perbandingan terhadap penampilan mereka dengan orang lain. Terdapat penelitian yang secara umum menunjukkan bahwa terdapat *body image* yang negatif pada remaja putri yang menggunakan Instagram. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Pujawati (2015) terhadap 161 remaja perempuan berusia 19-22 tahun yang menunjukkan bahwa *body image* pada remaja perempuan pengguna Instagram termasuk ke dalam 2 (dua) kategori, yaitu tergolong dalam *body image* negatif (63%), dan *body image* positif (37%).

Menurut Altabe, & Tantleff Dunn (1999, dalam Damon & Lerner, 2008); Kearney-Cooke, 1999, dalam Guindon, 2010), *body image* yang negatif dapat memicu berbagai dampak negatif pada remaja perempuan seperti gangguan makan, depresi, *self-esteem* yang rendah, dan persepsi diri terhadap akademik yang lebih rendah. Pada penelitian di Amerika diketahui bahwa sebanyak 1-2% perempuan di Amerika dapat mengembangkan perilaku bulimia nervosa dan sekitar 90% penderita bulimia merupakan perempuan dan mulai terjadi pada masa remaja akhir atau dewasa awal (Santrock, 2014). Selain itu, berdasarkan survei yang dilakukan oleh *intotheilightid.org*, diketahui prevalensi gejala depresi masyarakat di Indonesia sebanyak 21,8% di mana kelompok remaja perempuan usia 15-19 tahun menunjukkan angka tertinggi dibandingkan kelompok usia lain yaitu diketahui sebanyak 32% dari remaja perempuan yang di survei melaporkan gejala depresi sedang atau berat (Sugianto, 2018). Selain itu, dampak negatif *body image* juga terjadi pada remaja yang menggunakan Instagram. Seperti kasus yang dialami oleh Emily yang berusia 20 tahun di Edinburgh yang menyatakan bahwa Instagram memiliki kontribusi terhadap dirinya ketika didiagnosa gangguan makan saat berusia 19 tahun. Gangguan makan terjadi ketika ia mulai membandingkan dirinya dengan *influencer* di Instagram (Skopeliti, 2021).

Sebuah gerakan yang dikenal sebagai '*body positivity*' beberapa waktu ini juga telah dipopulerkan melalui media sosial Instagram. Gerakan tersebut muncul dengan tujuan untuk menentang cita-cita terhadap penampilan diri yang dominan, mendorong penerimaan dan penghormatan terhadap semua

tubuh terlepas dari bentuk, ukuran, fitur, serta fokus kepada menghargai fungsi dan kesehatan tubuh daripada hanya fokus terhadap penampilannya itu sendiri, membangun *self-esteem*, penerimaan diri, dan belajar untuk mencintai diri sepenuhnya (Sastre, 2014; Cwynar-Horta, 2016, dalam Cohen dkk., 2021; Kumar, 2020). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cohen dkk. (2019) terhadap individu usia 18-30 tahun menunjukkan bahwa paparan singkat terhadap postingan yang menampilkan *body positivity* di Instagram terkait dengan peningkatan suasana hati yang positif, kepuasan, dan penghargaan terhadap tubuh pada individu.

Menurut Cash & Pruzinsky (2002) terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi *body image*, antara lain sosialisasi budaya, pengalaman interpersonal, karakteristik fisik, dan faktor kepribadian. Faktor kepribadian yang paling penting dalam pembentukan *body image* adalah *self-esteem* yang dimiliki oleh individu. *Self-esteem* merupakan faktor yang akan diteliti dalam penelitian ini. *Self-esteem* yang tinggi pada individu dapat memfasilitasi pengembangan evaluasi positif pada tubuh dan dapat berfungsi sebagai pelindung dari peristiwa yang dapat merusak *body image* individu sehingga dapat memunculkan *body image* yang positif. Sebaliknya, *self-esteem* yang rendah dapat meningkatkan kerentanan pada *body image* dan menyebabkan *body image* individu menjadi negatif (Cash, 2012; Cash & Pruzinsky, 2002). Menurut Cash (2012) *self-esteem* yang kuat cenderung membantu remaja dalam meningkatkan kepuasan terhadap tubuh mereka dalam hal ukuran dan bentuk serta menjadi lebih tangguh dan resisten terhadap cita-cita tubuh yang tidak realistis yang disajikan di berbagai media.

Menurut studi lintas bidang yang dilakukan oleh Robins, dkk. (2002, dalam Sigelman & Rider, 2018), menunjukkan hasil bahwa *self-esteem* cenderung mengalami penurunan pada masa remaja dan meningkat secara bertahap saat masa dewasa. Remaja perempuan diketahui memiliki *self-esteem* yang lebih rendah bila dibandingkan dengan remaja laki-laki di mana penurunan yang terjadi pada remaja perempuan lebih banyak terkait dengan kepuasan terhadap penampilan fisik (Harter, 1999, dalam Mruk, 2006). Adanya *self-esteem* yang rendah pada masa remaja, dapat menyebabkan *body image* remaja menurun. Hal ini dikarenakan adanya *self-esteem* yang rendah pada individu, akan menimbulkan kerentanan pada *body image* dan menyebabkan *body image* individu menjadi negatif (Cash, 2012; Cash & Pruzinsky, 2002). Hal tersebut juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Lowery dkk. (2005) yang dilakukan pada subjek laki-laki dan perempuan usia 17-30 tahun diketahui bahwa *self-esteem* yang rendah berkaitan dengan penurunan *body image* pada individu.

Berdasarkan pemaparan teori, faktor, penelitian, serta penemuan terbaru yang berkaitan dengan *body image* diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram untuk melihat apakah terdapat hubungan di antara dua variabel tersebut.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses penelitian yang terjadi sebelum pengambilan data dimulai dan data yang diperoleh berbentuk angka (Neuman, 2014). Penelitian ini menggunakan desain korelasional di mana peneliti menggunakan statistik korelasional untuk menggambarkan dan mengukur derajat atau asosiasi (atau hubungan) antara dua atau lebih variabel atau set skor (Creswell, 2012, dalam Creswell & Creswell, 2018). Untuk itu dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram.

Partisipan

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan menyaring partisipan sesuai dengan kriteria. Kriteria partisipan dalam penelitian ini adalah remaja perempuan, berusia 18-21 tahun, dan pengguna media sosial Instagram. Partisipan didapatkan dengan cara menyebar kuesioner secara *online* melalui *Google Forms*. Sebelum partisipan mengisi kuesioner yang berisikan alat ukur variabel *self-esteem* dan *body image*, partisipan terlebih dahulu mengisi *informed consent*. Hal ini dilakukan penulis untuk mendapatkan persetujuan partisipan dalam mengisi kuesioner penelitian.

Dalam menentukan target jumlah sampel, penulis menggunakan program *G*Power* versi 3.1.9.4. Penulis melakukan *A priori power analysis* dengan menggunakan *effect size* sebesar 0,3; *alpha* sebesar 0,05; dan *power* sebesar 0,90. Didapatkan hasil jumlah total sampel sebanyak 109 subjek.

Pengukuran

Alat ukur yang digunakan untuk variabel *self-esteem* yaitu alat ukur *Rosenberg Self-Esteem Scale* (1965) yang telah diterjemahkan oleh Azwar (2020) yang terdiri atas 10 aitem dan terdapat aitem 5 *favorable* dan 5 aitem *unfavorable*. Setiap aitem dalam alat ukur ini memiliki 5 (lima) pilihan jawaban dengan bobot yang berbeda pada tiap aitem (1= "sangat tidak sesuai", 5= "sangat sesuai"). Untuk mengukur *body image*, penulis menggunakan alat ukur Cash (2000), yaitu *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scales* (MBSRQ-AS) yang telah diadaptasi dan ditranslasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh Andini (2018). Alat ukur terdiri atas 34 aitem, yang merupakan versi singkat dari MBSRQ yang awalnya terdiri atas 69 aitem dan terdapat 28 aitem *favorable* dan 6 aitem *unfavorable*. Alat ukur disusun oleh Cash (2000) berdasarkan 5 (lima) dimensi, yaitu *appearance evaluation*, *appearance orientation*, *body area satisfaction*, *overweight preoccupation*, dan *self-classified weight*. Tiap aitem terdiri atas 5 (lima) jawaban pilihan (1= "sangat tidak setuju", 5= "sangat setuju").

Uji validitas skala *self-esteem* telah dilakukan oleh Azwar (2020) dengan validitas konstruk (*construct validity*) di mana koefisien korelasi aitem total berada antara 0,415 sampai dengan 0,703 bagi kesepuluh aitem di dalam skala. Sedangkan uji reliabilitas yang telah diuji oleh Azwar menunjukkan angka 0,8587 yang menunjukkan bahwa skala *self-esteem* reliabel. Sedangkan uji validitas alat ukur pada penelitian yang dilakukan Andini (2018) dilakukan dengan validitas isi (*content validity*) dan telah dilakukan pengujian alat ukur oleh *professional judgment*. Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan Andini juga diketahui bahwa skala *body image* memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,745 pada dimensi *appearance evaluation*, 0,674 pada dimensi *appearance orientation*, 0,809 pada dimensi *body area satisfaction*, 0,742 untuk dimensi *weight preoccupation*, dan 0,904 pada dimensi *self-classified weight*. Hal tersebut menunjukkan angka bahwa skala *body image* juga reliabel.

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam uji hipotesis ini adalah dengan menggunakan teknik statistik korelasi *Spearman's rho*. Hal tersebut dilakukan karena salah satu variabel belum memenuhi syarat uji asumsi parametrik, yaitu berdistribusi normal. Selain itu, penulis juga melakukan analisis tambahan dengan menggunakan tabulasi silang terhadap kedua variabel (*self-esteem* dengan *body image*) serta data demografis dengan variabel (durasi menggunakan Instagram dengan *body image* dan penggunaan aplikasi pengeditan foto sebelum menggunggah ke Instagram dengan *body image*). Hal tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi serta mendukung hasil dari uji korelasi yang telah didapat. Semua proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *IBM SPSS 26.0 for Windows*.

HASIL PENELITIAN

Pada hasil analisis deskriptif, ditemukan bahwa pada variabel *self-esteem*, partisipan memiliki rata-rata skor dalam kategori tinggi ($N=160$; $M=33,24$; $SD=6,478$). Pada variabel *body image*, diketahui rata-rata skor partisipan berada pada kategori positif ($N=160$; $M=110,28$; $SD=10,121$).

Pada hasil pengkategorian tiap variabel, diketahui bahwa subjek dengan *body image* rendah berjumlah 77 orang (48,1%) dan subjek dengan *body image* tinggi berjumlah 83 subjek (51,9%). Untuk variabel *self-esteem* diketahui bahwa subjek dengan *self-esteem* rendah berjumlah 79 subjek (49,4%) dan subjek dengan *self-esteem* tinggi berjumlah 81 subjek (50,6%).

Hasil uji normalitas dengan teknik *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa variabel *body image* dan *self-esteem* tidak berdistribusi normal ($p=0,000$, $p=0,037$, $p>0,05$). Menurut Pallant (2010), transformasi data dapat dilakukan untuk mengubah data yang tidak berdistribusi normal menjadi berdistribusi normal. Transformasi data dilakukan sesuai dengan bentuk kemiringan grafik distribusi data. Teknik transformasi yang digunakan yaitu *Reflect and Square Root* ($\text{SQRT}(K-X)$). Namun setelah melalui transformasi data, hanya salah satu variabel yaitu *self-esteem* yang diketahui berdistribusi normal ($p=0,200$, $p>0,05$), sedangkan variabel *body image* tetap tidak berdistribusi normal ($p=0,000$, $p<0,05$). Hasil analisis uji linearitas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel sebesar ($p=0,230$, $p>0,05$).

Berdasarkan hasil uji analisis korelasi, diketahui bahwa terdapat hubungan positif dan kuat antara *self-esteem* dan *body image* ($r(160)=0,517$; $p=0,000$). Hasil analisis tambahan menggunakan tabulasi silang antara *self-esteem* dengan *body image* diketahui bahwa hasil tertinggi didapatkan pada subjek yang memiliki *self-esteem* rendah dengan *body image* negatif yaitu sebanyak 52 subjek dan subjek yang memiliki *self-esteem* tinggi dengan *body image* positif yaitu sebanyak 56 subjek. Jika ditinjau dari tabulasi silang antara durasi penggunaan Instagram dengan *body image*, diketahui bahwa subjek dengan durasi penggunaan Instagram 1-2 jam sehari memiliki tingkat *body image* rendah paling banyak yaitu sebanyak 20 subjek dan diketahui bahwa subjek dengan durasi penggunaan Instagram >3 jam dalam sehari memiliki tingkat *body image* tinggi paling banyak yaitu sebanyak 21 subjek. Dan jika ditinjau dari tabulasi silang antara penggunaan aplikasi pengeditan foto sebelum mengunggah ke Instagram dengan *body image*, diketahui bahwa subjek lebih banyak menggunakan aplikasi pengeditan foto sebelum mengunggah ke Instagram. Subjek yang menggunakan aplikasi pengeditan foto sama-sama memiliki *body image* negatif paling banyak yaitu sebanyak 59 subjek dan *body image* positif paling banyak sebanyak 62 subjek.

DISKUSI

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *body image* pada remaja perempuan akhir pengguna Instagram. Dari hasil analisis uji korelasi diketahui kedua variabel memiliki hubungan dengan arah yang positif dan kuat. Hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi *self-esteem*, maka semakin tinggi pula *body image* yang dimiliki oleh remaja akhir pengguna Instagram dan begitupula sebaliknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Morin dkk. (2011) pada remaja laki-laki dan perempuan bahwa terdapat hubungan antara *self-esteem* dan *body image*. Hasil penelitian ini diketahui juga mendukung pernyataan Cash & Pruzinsky (2002) bahwa *self-esteem* merupakan faktor kepribadian yang paling penting dalam pembentukan *body image* individu.

Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat 79 subjek (49,4%) atau hampir setengah dari total subjek memiliki *self-esteem* yang rendah. Adanya *self-esteem* yang rendah inilah yang dapat memicu *body image* negatif pada remaja perempuan pengguna Instagram. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahadzadeh dkk. (2017), bahwa individu yang memiliki *self-esteem* rendah diketahui dapat memperkuat ketidakpuasan terhadap tubuh ketika menggunakan Instagram. Pada hasil penelitian ini juga diketahui bahwa tidak semua remaja pengguna Instagram memiliki *self-esteem* yang rendah atau terdapat remaja pengguna Instagram dengan *self-esteem* yang tinggi. Selain terkait dengan penampilan fisik, menurut Impett dkk. (2008, dalam Santrock, 2011), penurunan *self-esteem* pada remaja perempuan juga terkait dengan adanya minat yang lebih besar dalam hubungan sosial dan adanya ketidakmampuan pada masyarakat dalam menghargai minat remaja dalam hubungan sosialnya tersebut. Hal tersebut menunjukkan penggunaan Instagram pada remaja perempuan belum tentu mengakibatkan rendahnya *self-esteem* dikarenakan kemungkinan adanya minat-minat lain pada diri remaja yang dapat dikembangkan.

Griffiths et. al (2018, dalam Stevens & Griffiths, 2020) menyatakan bahwa media sosial yang sebagian besar berpusat pada gambar seperti Instagram, memiliki perhatian yang lebih besar terhadap *body image* daripada sosial media yang tidak berpusat pada gambar. Menurut Ricciardelli & Yager (2016), dampak dari media sosial terhadap *body image* pada remaja terlihat dari perbandingan sosial (*social comparison*) yang timbul dari melihat foto orang lain, komentar, serta umpan balik yang mereka terima pada foto yang mereka posting. Menurut Myers and Crowther (2009; Vandenbosch & Eggermont, 2012, dalam Fardouly dkk., 2018), postingan foto Instagram dapat mendorong pengguna untuk melakukan perbandingan terhadap penampilan mereka dengan orang lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 77 subjek (48,1%) atau hampir setengah dari total subjek memiliki *body image* yang rendah. Hal tersebut kemudian sejalan dengan pernyataan Verrastro dkk. (2020) yang menyatakan bahwa penggunaan Instagram terkait dengan memburuknya *body image* pada remaja. Namun, pada hasil penelitian ini juga diketahui bahwa tidak semua remaja pengguna Instagram memiliki *body image* yang rendah atau terdapat remaja pengguna Instagram dengan *body image* yang tinggi. Adanya *body image* yang tinggi pada remaja dapat disebabkan oleh gerakan *body positivity* yang beberapa waktu ini telah dipopulerkan di media sosial Instagram. Hal tersebut dapat menyebabkan adanya kemungkinan remaja untuk mengalami peningkatan suasana hati yang positif, kepuasan, serta penghargaan terhadap tubuhnya ketika menggunakan media sosial Instagram.

Hasil analisis tambahan dengan menggunakan tabulasi silang kepada variabel *self-esteem* dengan *body image* diketahui hasil tertinggi didapatkan pada subjek yang memiliki *self-esteem* rendah dengan *body image* negatif yaitu sebanyak 52 subjek dan subjek yang memiliki *self-esteem* tinggi dengan *body image* positif yaitu sebanyak 56 subjek. Hal tersebut kemudian sejalan dengan uji korelasi yang dilakukan penelitian ini bahwa terdapat hubungan yang positif antara *self-esteem* dengan *body image* pada remaja perempuan akhir pengguna Instagram. Hal tersebut kemudian didukung oleh penelitian lain yang dilakukan sebelumnya oleh Christianti (2020) di Semarang yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja akhir putri pengguna Instagram.

Jika ditinjau dari tabulasi silang durasi penggunaan Instagram dengan *body image*, diketahui bahwa subjek dengan durasi penggunaan Instagram 1-2 jam sehari memiliki tingkat *body image* rendah paling banyak yaitu sebanyak 20 subjek dan diketahui bahwa subjek dengan durasi penggunaan Instagram >3 jam dalam sehari memiliki tingkat *body image* tinggi paling banyak yaitu sebanyak 21 subjek. Hal tersebut kemudian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahadzadeh dkk. (2017) yang menyatakan semakin banyak waktu yang dihabiskan untuk membuka Instagram, maka semakin tinggi

tingkat internalisasi terhadap tubuh kurus ideal, kewaspadaan terhadap tubuh, dan dorongan untuk memiliki tubuh kurus yang akhirnya dapat menyebabkan adanya perasaan negatif dan rasa tidak bahagia dengan tubuh mereka sendiri. Hasil yang tidak sejalan ini dapat disebabkan oleh remaja yang mungkin saja memiliki dan menggunakan media sosial lain mengingat seiring dengan populernya internet dan juga teknologi yang kian berkembang pesat, individu semakin beralih ke media sosial sebagai sumber informasi yang dominan mengenai norma sosial dan juga standar penampilan (Bair dkk., 2012, dalam Cohen dkk., 2019). Media sosial dapat menjadi wadah bagi remaja dalam mempresentasikan diri sehingga membuka kesempatan bagi remaja untuk dapat mengungkapkan dan mengekspresikan berbagai macam karakteristik dirinya dimana hal ini berkaitan dengan tugas perkembangan remaja yaitu mencari identitas diri (Michikyan, Dennis, & Subrahmanyam, 2014, dalam Michikyan & Suárez-Orozco, 2016)

Dan jika ditinjau dari tabulasi silang antara penggunaan aplikasi pengeditan foto sebelum mengunggah ke Instagram, diketahui bahwa subjek lebih banyak menggunakan aplikasi pengeditan foto sebelum mengunggah ke Instagram. Subjek yang menggunakan aplikasi pengeditan foto sama-sama memiliki *body image* negatif paling banyak yaitu sebanyak 59 subjek dan *body image* positif paling banyak yaitu sebanyak 62 subjek. Adanya subjek dengan *body image* negatif sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Verrastro dkk. (2020), bahwa remaja perempuan yang memposting foto-foto mereka yang telah di edit di Instagram, lebih banyak melakukan perbandingan sosial dan menunjukkan kecemasan serta ketidakpuasan terhadap penampilan tubuh mereka daripada mereka yang tidak mengedit fotonya. Namun, dalam tabulasi silang tersebut juga diketahui bahwa terdapat subjek dengan *body image* yang positif. Hal tersebut dapat disebabkan oleh pengeditan foto yang dilakukan oleh subjek mungkin saja tidak hanya dilakukan agar foto terlihat lebih menarik dan subjek yang tidak memiliki keinginan untuk mendapatkan perhatian, validasi, serta pengakuan yang kemudian dapat diukur melalui jumlah *likes* maupun *followers* untuk mendapatkan popularitas khususnya dari teman sebaya terhadap penampilan fisik dirinya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa terdapat hubungan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram. Hubungan antara keduanya diketahui memiliki hubungan yang positif dan kuat, yang memiliki arti bahwa semakin tinggi *self-esteem*, maka semakin tinggi pula *body image* remaja perempuan pengguna Instagram.

Adapun saran untuk peneliti selanjutnya, yaitu peneliti sebaiknya lebih detail dalam menentukan data demografis untuk memastikan bahwa subjek benar-benar sesuai dengan kriteria penelitian yang dibutuhkan, dapat menambah minimal subjek agar distribusi data penelitian menjadi lebih normal, dapat menggunakan alat ukur yang langsung berkaitan dengan konteks pengguna Instagram agar lebih sesuai dengan konteks penelitian yang diteliti, serta diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor lain dari *body image* untuk dapat memperdalam referensi terkait *body image* pada remaja pengguna Instagram seperti sosialisasi budaya, pengalaman interpersonal, maupun karakteristik fisik yang mungkin memiliki hubungan atau pengaruh terhadap *body image* remaja dan dengan harapan dapat menghasilkan data yang lebih komprehensif.

Adapun saran untuk praktisi psikologi, yaitu dapat mempromosikan gerakan *body positivity* yang dapat dilakukan pada media sosial Instagram sebagai salah satu intervensi dalam menangani permasalahan *body image* yang terjadi pada remaja. Selanjutnya, adapun saran untuk remaja pengguna Instagram, yaitu diharapkan mampu untuk meningkatkan *self-esteem* dirinya dengan memiliki perasaan berharga

terhadap dirinya, menerima keadaan dirinya seperti apa adanya, dan merasa puas terhadap dirinya sehingga *body image* remaja menjadi positif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT, dosen pembimbing skripsi Herdina Indrijati, S.Psi., M.Psi., Psikolog, orang tua, keluarga, teman-teman, partisipan penelitian, serta semua pihak yang telah mendukung dan membantu proses penyelesaian penelitian ini.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Alika Soraya Azzahra Fadhillah dan Herdina Indrijati tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahadzadeh, A. S., Pahlevan Sharif, S., & Ong, F. S. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior*, 68, 8–16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.011>
- Andini, S. F. (2018). *Hubungan antara body image dengan kecemasan sosial pada remaja perempuan yang mengalami obesitas* [Skripsi, Universitas Airlangga].
- Azwar, S. (2020). *Penyusunan skala psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Cash, T. F. (2000). *The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire: MBSRQ User's Manual* (3rd ed.). University Norfolk.
- Cash, T. F. (2012). *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. Elsevier Inc.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. A Division of Guilford Publications, Inc.
- Christianti, C. D. S. (2020). *Hubungan antara self-esteem dengan body image pada mahasiswi pengguna Instagram* [Skripsi, Unika Soegijapranata Semarang]. <http://repository.unika.ac.id/25009/>
- Cohen, R., Irwin, L., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #bodypositivity: A content analysis of body positive accounts on Instagram. *Body Image*, 29, 47–57. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.007>
- Cohen, R., Newton-john, T., & Slater, A. (2021). The case for body positivity on social media : Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology*, 00(0), 1–9. <https://doi.org/10.1177/1359105320912450>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Damon, W., & Lerner, R. M. (2008). *Child and Adolescent Development: an Advanced Course*. John Wiley & Sons, Inc.

- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media and Society*, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Gentry, J. H., & Campbell, M. (2002). *Developing adolescents: A reference for professional*. American Association.
- Guindon, M. H. (2010). *Self-Esteem: Across The Lifespan*. Routledge: Taylor & Francis Group.
- Kemp, S. (2018). *Digital in 2018: World's internet users pass the 4 billion mark*. <https://wearesocial.com/uk/blog/2018/01/global-digital-report-2018/>
- Kumar, T. (2020). The revolution on Instagram: The body positive movement. *International Journal of Educational Science and Research (IJESR)*, 10(2), 1–8.
- Lowery, S. E., Kurpius, S. E. R., Befort, C., Blanks, E. H., Sollenberger, S., Nicpon, M. F., & Huser, L. (2005). Body image, self-esteem, and health-related behaviors among male and female first year college students. *Journal of College Student Development*, 46(6), 612–623.
- Michikyan, M., & Suárez-Orozco, C. (2016). Adolescent media and social media use: Implications for development. *Journal of Adolescent Research*, 31(4), 411–414. <https://doi.org/10.1177/0743558416643801>
- Morin, A. J. S., Maïano, C., Marsh, H. W., Janosz, M., & Nagengast, B. (2011). The longitudinal interplay of adolescents' self-esteem and body image: A conditional autoregressive latent trajectory analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 46(2), 157–201. <https://doi.org/10.1080/00273171.2010.546731>
- Mruk, C. J. (2006). *Self-Esteem Research, Theory, and Practice: Toward a Positive Psychology of Self-Esteem* (3rd ed.). Springer Publishing Company.
- NapoleonCat. (2021). *Instagram users in Indonesia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/01>
- Neuman, W. L. (2014). *Basics of Social Research: Qualitative and Quantitative Research Approaches* (3rd ed.). Edinburg Gate.
- Pallant, J. (2010). SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using IBM SPSS. In *Automotive Industries AI* (6th ed., Vol. 181, Issue 4). McGraw Hill Education.
- Pujawati, I. (2015). Body image pada remaja putri usia 19-22 tahun pengguna Instagram. *Universitas Padjadjaran*.
- Ricciardelli, L. A., & Yager, Z. (2016). *Adolescence and body Image: From development to preventing dissatisfaction*. Routledge: Taylor & Francis Group.
- Salkind, N. J. (2006). *Encyclopedia of Human Development*. SAGE Publications, Inc.
- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development* (13th ed.). McGraw-Hill.
- Santrock, J. W. (2013). *Life-Span Development* (14th ed.). McGraw-Hill.
- Santrock, J. W. (2014). *Life-Span Development* (15th ed.). McGraw-Hill.

- Shaffer, D. R., & Kipp, K. (2010). *Developmental psychology: Childhood & Adolescence* (8th ed.). Cengage Learning.
- Sigelman, C. K., & Rider, E. A. (2018). *Life Span: Human Development 9e*. Cengage Learning.
- Skopeliti, C. (2021). *I felt my body wasn't good enough': Teenage troubles with Instagram*.
- Smestad, C. M. (2013). *The relationship between dating and body image in adolescence* [Thesis, North Dakota State University].
- Stevens, A., & Griffiths, S. (2020). Body Positivity (#BoPo) in everyday life: An ecological momentary assessment study showing potential benefits to individuals' body image and emotional wellbeing. *Body Image*, 35, 181–191. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.09.003>
- Sugianto, D. (2018). *Mengulik prevalensi gejala depresi di Indonesia*. <https://www.intothelightid.org/2018/08/28/menilik-prevalensi-gejala-depresi-di-indonesia/>
- Sukanto, M., Hamidah, H., & Fajrianti, F. (2019). "Can i look like her?": Body image of adolescent girls who use social media. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 23(1), 60–72. <https://doi.org/10.7454/hubs.asia.1120519>
- Verrastro, V., Fontanesi, L., Liga, F., Cuzzocrea, F., & Gugliandolo, M. C. (2020). Fear the Instagram: Beauty stereotypes, body image and Instagram use in a sample of male and female adolescents. *Qwerty*, 15(1), 31–49. <https://doi.org/10.30557/QW000021>