

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DUKUNGAN SOSIAL
DENGAN *BODY IMAGE* PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Kelulusan

Program Strata Satu (S1) Psikologi (S.Psi)



Disusun Oleh:

NURUL IZZAH

1907016020

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
TAHUN 2023**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyun, Semarang 50185, Telp. 76433370

PENGESAHAN

Judul : HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DUKUNGAN
SOSIAL DENGAN BODY IMAGE PADA PENGGUNA
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
Penulis : Nurul Izzah
NIM : 1907016020
Jurusan : Psikologi

Telah diujikan dalam sidang munaqosah oleh Dewan Penguji Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Psikologi.

Semarang, 28 Desember 2023

DEWAN PENGUJI

Penguji I

H. Moh Arifin, S.Ag., M.Hum.
NIP 197110121997031002

Penguji II

Nadva Arivani Hasanah
Nuriyvatiningrum, M.Psi., Psikolog
NIP 199201172019032019

Penguji III

Dra. Hj. Maria Ulfah, M.Si.
NIP 196008071986122001

Penguji IV

Dr. Nikmah Rochmawati, S.Psi.,
M.Si.
NIP 198002202016012901

Pembimbing I

Prof. Dr. Baidi Bukhori, S.Ag.,
M.Si
NIP19730427199031001

Pembimbing II

Nadva Ariyani Hasanah
Nuriyvatiningrum, M.Psi.,
Psikolog
NIP 199201172019032019

PERSETUJUAN PEMBIMBING I



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yth.

Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DUKUNGAN SOSIAL
DENGAN *BODY IMAGE* PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

Nama : Nurul Izzah

NIM : 1907016020

Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing I,

Prof. Dr. Bawli Bukhori, S.Ag M.Si.
NIP. 19730427199031001

Semarang, 18 Desember 2023
Yang bersangkutan

Nurul Izzah
NIM 1907016020

PERSETUJUAN PEMBIMBING II



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN
JURUSAN PSIKOLOGI

Jl. Prof. Hamka (Kampus III) Ngaliyan, Semarang 50185, Telp. 76433370

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yth.
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum. wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan judul sebagai berikut.

Judul : HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DUKUNGAN SOSIAL
DENGAN *BODY IMAGE* PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM

Nama : Nurul Izzah
NIM : 1907016020
Jurusan : Psikologi

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Munaqosah.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Mengetahui
Pembimbing II,

Nadya Arivani, H. N., M.Psi., Psikolog
NIP. 199201172019032019

Semarang, 18 Desember 2023

Yang bersangkutan

Nurul Izzah
NIM 1907016020

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Izzah

NIM : 1907016020

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN DUKUNGAN SOSIAL
DENGAN *BODY IMAGE* PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM**

Secara keseluruhan merupakan hasil penelitian atau karya sendiri, selain bagian tertentu yang dirujuk sumbernya dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Semarang, 18 Desember 2023

Pembuat Pernyataan



Nurul Izzah

NIM. 1907016020

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbilalamin, segala puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram”. Sholawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya menjadi umat yang berakhlakul karimah dan berintelektual.

Skripsi ini disusun berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan oleh penulis untuk mengikuti ujian munaqasah dan memenuhi salah satu syarat kelulusan guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Fakultas Psikologi dan Kesehatan Universitas Islam negeri Walisongo Semarang. Terdapat kendala dan kekurangan dalam proses menyelesaikan skripsi, namun kendala tersebut dapat diatasi penulis karena adanya bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir dengan baik.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi rahmat bagi seluruh alam.
3. Bapak Prof. Dr. Nizzar Ali, M.Ag., selaku Plt. Rektor UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Prof. Dr. Syamsul Ma'arif, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang.
5. Ibu Wening Wihartati, S.Psi., M.Si., selaku Ketua Jurusan Psikologi.
6. Bapak Prof. Dr. Baidi Bukhori, S.Ag., M.Si., selaku dosen wali sekaligus dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan, dukungan, arahan, motivasi, serta waktu yang diberikan selama proses penyusunan

skripsi sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan baik.

7. Ibu Nadya Ariyani Hasanah Nuriyyatiningrum, M.Psi., Psikolog, selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan bimbingan, dukungan, arahan, motivasi, serta waktu yang diberikan selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang yang telah mendukung, membimbing dan memberikan ilmu dan pengalamannya sehingga penulis mendapatkan ilmu yang bermanfaat.
9. Kepada seluruh civitas akademik Fakultas Psikologi dan Kesehatan yang sudah menyediakan layanan dan fasilitas-fasilitas yang menunjang.
10. Kepada tukang *print* dan *fotocopy* yang telah menyediakan sarana dan prasarana sehingga membantu penulis mencetak skripsi dan berkas-berkas penting lainnya.
11. Kepada orang tua penulis, Bapak Watiyo dan Ibu Miftakhul Mutmainah yang selalu mendoakan, memberi dukungan, motivasi, dan kasih sayang kepada penulis sehingga penulis dapat menjalani hidup dengan baik serta dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi dengan baik.
12. Budhe Kustini yang telah mendoakan, memberi dukungan, serta menjadi pendengar yang baik bagi penulis.
13. Kakek dan Nenek penulis, Mbah Jarkasih dan Mbah Admi yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan kepada penulis.
14. Kakak saya Immat Faluji Syarif, Adik saya Akhmad Muazam, Mbak Christanty, serta sepupu saya Kakak Hamid, Indah, dan Rinda yang telah memberikan dukungan maupun bantuan kepada penulis.

15. Teman-teman saya, Eha, Ikhmawadahtul, Sari, Cicih, Nufus, Nailis, Riyanti, Ayu, Aghnia, Nabila, Vina, Khoiri, Nada, Iva, Avista, Nefi, Heni, Siti Suryanti, Bu Rois, Intan, Cyndi, Mae, Okah, Alfi, teman-teman IMAKE Rayon Walisongo Semarang, teman-teman Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebut satu-persatu. Terima kasih telah menemani penulis, saling memberi dukungan, serta motivasi satu sama lain.
16. Teman-teman seperjuangan kelas Psikologi A Angkatan 2019
17. Teman-teman Jurusan Psikologi Angkatan 2019.
18. Teman-teman virtual di X yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis, serta menghibur penulis ketika penulis lelah.
19. Terima kasih kepada Renjun, Winwin, dan Ten Lee yang secara tidak langsung membantu penulis bangkit dan memberikan inspirasi sehingga penulis semangat dalam mengerjakan skripsi.
20. Xdinary Heroes, ATEEZ, dan seluruh idol SM Entertainment terutama NCT. Terima kasih atas karya musik, penampilan bakat, serta konten yang menghibur dan memotivasi penulis selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dengan semangat dan menyenangkan.

Semarang, 18 Desember 2023

Penulis,



Nurul Izzah

NIM. 1907016020

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Diri sendiri, Nurul Izzah. Terima kasih sudah berjuang sampai di titik ini, terima kasih sudah bertahan, dan menjalani hidup dengan baik.
2. Keluarga dan kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan.
3. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan waktu dan informasi dalam penelitian skripsi.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun orang lain.

Semarang, 18 Desember 2023

Penulis,



Nurul Izzah

NIM 1907016020

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اذْكُرُوا اللَّهَ ذِكْرًا كَثِيرًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Ingatlah kepada Allah, dengan mengingat (nama-Nya) sebanyak-banyaknya”

(QS. Al-Ahzab: 41)

لَا تَقُلْ مَا لَا تَحِبُّ أَنْ يُقُولَ لَكَ غَيْرُكَ

“Janganlah engkau mengucapkan perkataan yang engkau sendiri tak suka mendengarnya jika orang lain mengucapkannya kepadamu.”

-Khalifah Ali bin Abi Thalib-

“Be you, be unique, be crazy, you’re beautiful”

-Ten Lee-

“Tidak perlu membandingkan diri sendiri dengan orang lain, setiap orang punya kelebihan dan waktunya masing-masing”

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING I.....	iii
NOTA PEMBIMBING II	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis.....	8
E. Keaslian Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. <i>Body Image</i>	15
1. Pengertian <i>Body Image</i>	15
2. Aspek-aspek <i>Body Image</i>	16
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Body Image</i>	18
4. <i>Body Image</i> Menurut Perspektif Islam	20
B. Harga Diri	21

1. Pengertian Harga Diri	21
2. Aspek-aspek Harga Diri	23
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga Diri	24
4. Harga Diri Perspektif Islam	25
C. Dukungan Sosial	27
1. Pengertian Dukungan Sosial	27
2. Aspek-aspek Dukungan Sosial	28
3. Faktor-faktor Dukungan Sosial	30
4. Dukungan Sosial Menurut Perspektif Islam	31
D. Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan <i>Body Image</i>	32
F. Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
1. Variabel Penelitian	39
2. Definisi Operasional	40
C. Tempat dan Waktu Penelitian	41
1. Tempat Penelitian	41
2. Waktu Penelitian	41
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	41
1. Populasi	41
2. Sampel	41
3. Teknik Sampling	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Skala <i>Body Image</i>	43
2. Skala Harga Diri	44
3. Skala Dukungan Sosial	44
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	45

1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas	46
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	47
G. Teknik Analisis Data	51
1. Uji Normalitas	51
2. Uji Linieritas	51
3. Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Hasil Penelitian.....	53
1. Deskripsi Subjek.....	53
2. Deskripsi Data Penelitian	54
B. Uji Asumsi	58
1. Uji Normalitas	58
2. Uji Linieritas	59
3. Uji Hipotesis	60
C. Pembahasan	65
1. Hubungan antara Harga Diri dengan <i>Body Image</i> pada Pengguna Media Sosial Instagram	65
2. Hubungan antara Dukungan Sosial dengan <i>Body Image</i> pada Pengguna Media Sosial Instagram	68
3. Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan <i>Body Image</i> pada Pengguna Media Sosial Instagram	71
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Wawancara	4
Tabel 3. 2 Skoring Skala	43
Tabel 3. 3 <i>Blueprint Body Image</i>	43
Tabel 3. 4 <i>Blueprint</i> Harga Diri	44
Tabel 3. 5 <i>Blueprint</i> Dukungan Sosial	45
Tabel 3. 6 <i>Blueprint</i> Skala <i>Body Image</i> Setelah Uji Coba	47
Tabel 3. 7 <i>Blueprint</i> Skala Harga Diri Setelah Uji Coba	48
Tabel 3. 8 <i>Blueprint</i> Skala Dukungan Sosial Setelah Uji Coba.....	49
Tabel 3. 9 Reliabilitas Skala <i>Body Image</i> sebelum gugur.....	49
Tabel 3. 10 Reliabilitas Skala <i>Body Image</i> sesudah gugur	49
Tabel 3. 11 Reliabilitas Skala Harga Diri sebelum gugur.....	50
Tabel 3. 12 Reliabilitas Skala Harga Diri sebelum gugur.....	50
Tabel 3. 13 Reliabilitas Skala Dukungan Sosial	50
Tabel 3. 14 Reliabilitas Skala Dukungan Sosial	50
Tabel 4. 1 Hasil Uji Deskriptif.....	55
Tabel 4. 2 Kategori Skor Variabel <i>Body Image</i>	55
Tabel 4. 3 Distribusi Variabel <i>Body Image</i>	56
Tabel 4. 4 Kategori Skor Variabel Harga Diri	56
Tabel 4. 5 Distribusi Variabel Harga Diri.....	57
Tabel 4. 6 Kategori Skor Variabel Dukungan Sosial.....	57
Tabel 4. 7 Distribusi Variabel Dukungan Sosial.....	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Harga Diri, Dukungan Sosial, dan <i>Body Image</i>	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga Diri dan <i>Body Image</i>	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Linieritas Variabel Dukungan Sosial dan <i>Body Image</i> ..	60

Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis Harga Diri dengan <i>Body Image</i>	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis Dukungan Sosial dengan <i>Body Image</i>	62
Tabel 4. 13 Model Summary Hasil Uji Hipotesis Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan <i>Body Image</i>	63

DAFTAR BAGAN/GAMBAR

Bagan 2. 1 Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan <i>Body Image</i>	37
Bagan 4. 1 Data Subjek Penelitian Berdasarkan Usia.....	53
Bagan 4. 2 Data Subjek Penelitian Berdasarkan Kurun Waktu Penggunaan Instagram	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	85
Lampiran 2 Aitem Penelitian Sebelum Uji Alat Ukur	85
Lampiran 3 Aitem Penelitian Setelah Uji Alat Ukur	91
Lampiran 4 Uji Coba Skala Penelitian	96
Lampiran 5 Uji Skala Penelitian	99
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	102
Lampiran 7 Hasil Uji Deskriptif.....	107
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas	109
Lampiran 9 Hasil Uji Linieritas	110
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis 1 : Pearson Product Moment.....	111
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis 2 : Pearson Product Moment.....	111
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis 3 : Korelasi Berganda	111

ABSTRAK

Body image merupakan penilaian individu terhadap penampilan fisik individu yang berupa penilaian positif maupun negatif, serta sejauh mana kepuasan individu terhadap kondisi tubuhnya sendiri. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terhadap beberapa pengguna Instagram, dapat diketahui adanya permasalahan terhadap *body image* pada pengguna Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan menggunakan skala *body image*, harga diri, dan dukungan sosial yang dianalisis menggunakan teknik korelasi *product moment* dan korelasi berganda. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*, dengan subjek yang berjumlah 272 remaja akhir wanita yang aktif menggunakan Instagram. Hasil hipotesis pertama menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara harga diri dengan *body image* sebesar 0,671 serta sangat signifikan yaitu sebesar 0,000. Hasil hipotesis kedua menunjukkan adanya hubungan positif yang sedang antara dukungan sosial dengan *body image* sebesar 0,486 serta sangat signifikan yaitu sebesar 0,000. Hasil hipotesis ketiga menunjukkan terdapat hubungan positif yang kuat dan sangat signifikan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* sebesar 0,672 dengan nilai signifikansi 0,000. Semakin tinggi harga diri dan dukungan sosial pada pengguna media sosial Instagram, semakin tinggi pula *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Sebaliknya, semakin rendah harga diri dan dukungan sosial pada pengguna media sosial Instagram, maka semakin rendah juga *body image* pada pengguna media sosial Instagram.

Kata Kunci: *Body Image*, Harga Diri, Dukungan Sosial

ABSTRACT

Body image is an individual assessment of an individual's physical appearance in the form of positive or negative assessments, as well as the extent of individual satisfaction with the condition of his own body. Based on interviews conducted by researchers with several Instagram users, it can be known that there are problems with body image in Instagram users. This study aimed to empirically examine the relationship between self-esteem and social support with body image in Instagram social media users.

This study used a correlational quantitative approach using body image, self-esteem, and social support scales which were analyzed using product moment correlation techniques and multiple correlations. The sampling technique used was purposive sampling, with subjects totaling 272 late adolescent women who actively used Instagram. The results of the first hypothesis showed a strong positive relationship between self-esteem and body image of 0.671 and very significant at 0.000. The results of the second hypothesis showed a moderate positive relationship between social support and body image of 0.486 and very significant at 0.000. The results of the third hypothesis showed a strong and very significant positive relationship between self-esteem and social support with a body image of 0.672 with a significance value of 0.000. The higher the self-esteem and social support in Instagram social media users, the higher the body image in Instagram social media users. Conversely, the lower the self-esteem and social support in Instagram social media users, the lower the body image in Instagram social media users.

Keywords: Body Image, Self-Esteem, Social Support

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penggunaan media sosial telah meningkat sebagai akibat dari ekspansi dan perkembangan teknologi yang cepat dari waktu ke waktu (Prihatiningsih, 2017: 51). Pada Desember 2022, jumlah pengguna yang aktif menggunakan media sosial di Indonesia mencapai 279,5 juta orang. Dari jumlah tersebut, 97,1 juta orang merupakan pengguna Instagram yang mana terdapat 51,4% di antara pengguna adalah wanita. Kelompok pengguna terbesar yaitu pada usia 18 hingga 24 tahun dengan jumlah 36,9 juta. Pengguna wanita berjumlah 19,1 juta dan pengguna pria berjumlah 17,8 juta, di mana ada kesenjangan terbesar (NapoleonCat, 2022). Banyaknya jumlah pengguna Instagram membuat Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer (Aristantya & Helmi, 2019: 115).

Instagram adalah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video, mengedit foto, membuat Instagram *story*, menulis *caption*, menandai orang lain, menulis lokasi, memberi *hashtag*, serta mendapatkan *followers*, *like*, dan komentar dari pengguna lain (Winarso, 2015). Instagram merupakan *platform* untuk berbagi gambar dan video serta melihat postingan publik orang lain atau mencari informasi. Selain itu, fitur kamera Instagram saat ini memungkinkan pengguna untuk menambahkan filter digital sebelum mengunggah gambar ke berbagai situs jejaring sosial (Rosyidah & Nurwati, 2019: 11). Cara utama untuk berinteraksi di Instagram adalah dengan mengikuti profil pengguna lain. Instagram juga memungkinkan untuk berinteraksi dengan akun publik tanpa menjadi pengikut (Aristantya & Helmi, 2019: 115). Selain itu, individu memberi tanda *like* serta komentar pada foto maupun video yang diunggah oleh pengguna lain berfungsi sebagai bentuk komunikasi di Instagram (Ridgway & Clayton, 2016: 2). Foto Instagram sering diedit untuk meningkatkan jumlah suka yang individu terima dari pengguna lain. Jumlah suka adalah tanda bahwa gambar,

video, atau pesan yang dikirimkan sebagai postingan telah menarik perhatian orang lain (Tyer, 2016: 30). Selain mengirimkan foto milik diri sendiri, foto orang lain yang telah dikirim sebagai postingan di Instagram juga dapat dibagikan kembali oleh pengguna Instagram yang lain.

Aktivitas membagikan foto dan melihat postingan orang lain di Instagram dapat menjadi kesempatan bagi individu untuk menampilkan dirinya dan melihat tampilan orang lain (Hasanati & Aviani, 2020: 2392). Dalam kondisi tersebut, dapat membuat individu memiliki permasalahan dalam menilai penampilan fisiknya yang mengarah pada hal-hal seperti ketidakpuasan terhadap tubuh (Aristantya & Helmi, 2019: 115). Menurut Cash (2004: 2), penilaian individu terhadap penampilan fisiknya, dan seberapa tinggi tingkat kepuasan individu pada kondisi tubuhnya disebut juga *body image*.

Menurut Hogan dan Strasburger (2008: 521), *body image* yaitu penilaian oleh individu pada kondisi tubuh individu atau pemikiran pada penampilan fisiknya sendiri. Terdapat kaitan pada *body image* terhadap cara individu memikirkan serta memberi penilaian pada penampilannya sendiri. Menurut Griffiths, dkk. (2018: 189) media sosial yang berpusat pada gambar seperti Instagram, memberi lebih banyak perhatian pada *body image* dibandingkan sosial media yang tidak berpusat pada gambar. Menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 94), *body image* merupakan sikap yang ada pada individu terkait penampilan fisiknya yaitu dalam penilaian negatif atau positif.

National Eating Disorders Association (2005: 2), menyatakan bahwa *body image* positif yaitu ketika seseorang menganggap bentuk tubuhnya positif. Menurut Rombe (2013: 232) remaja putri yang memiliki *body image* positif memiliki kecenderungan untuk menerima diri, merasa puas terhadap citra diri ataupun bentuk tubuhnya, serta memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Sedangkan menurut Azzahra dan Shanti (2021: 9) *body image* positif merupakan sikap menghargai tubuh diri sendiri, merasa bangga dan percaya diri dengan kondisi tubuhnya saat ini.

Body image negatif dapat diakibatkan penggunaan Instagram yang berlebihan dengan sering menonton konten yang bertentangan terkait kondisi tubuhnya, jika teman sebaya setuju terhadap ketidakpuasan individu pada suatu bentuk maupun ukuran tubuh individu dapat muncul perasaan gelisah (Hasanah & Hidayati, 2021: 125). Jika terdapat besarnya perselisihan terkait penampilan fisik diri dan persepsi tubuh dengan bagaimana bayangan individu maka dapat mengakibatkan individu merasa sedih, frustrasi, kecewa, serta merasa kebutuhannya tidak bisa terpenuhi (Denich & Ifdil, 2015: 58). Perasaan-perasaan ini yang menyebabkan individu memiliki kecenderungan membandingkan persepsi pada penampilan fisik dengan persepsi kondisi tubuh dengan bagaimana bentuk fisik yang diinginkan. Hal tersebut berdampak pada gangguan mental seperti mengalami kecanduan, gangguan kepercayaan diri, gangguan pola makan, gangguan kecemasan, hingga gangguan pada *body image* (Martanatasha & Primadini, 2019: 160). Tanda dari ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh yaitu sering memeriksa diri sendiri di depan cermin, sering membandingkan penampilan atau bentuk tubuh dengan orang lain, dan memikirkan komentar yang meremehkan tubuh sendiri (Ulfa, 2021: 12).

American Psychiatric Association menjelaskan bahwa *body image* negatif yang berlebihan atau kondisi dimana sangat tidak puas pada tubuh dapat mengakibatkan suatu gangguan mental yang disebut *Body Dysmorphic Disorder* (BDD), yaitu penyakit mental yang membuat individu terus menerus memikirkan penampilannya dan menyebabkan distress serta penurunan fungsi sosial. Penyakit mental ini mungkin tidak terlihat jika hanya disebabkan oleh faktor lingkungan (Sulistyo, dkk., 2022: 147). *American Association of University Women* (dalam Sukamto, 2006: 304) ketidakpuasan terhadap *body image* juga berhubungan dengan risiko bunuh diri pada wanita muda. Begitu pula dalam penelitian Buhlmann, dkk. (2010: 173) di Jerman diperoleh hasil yaitu 27% pria dan 41% wanita memedulikan penampilan fisiknya. Maka terdapat kesimpulan wanita lebih mengutamakan penampilan fisiknya dari pada pria. Sumanty, dkk. (2018: 16) memperoleh data Mahasiswa

UIN Sunan Gunung Djati Bandung sebanyak 175 orang (52.7 %) tidak puas pada bentuk tubuhnya.

Peneliti melakukan wawancara kepada tujuh pengguna Instagram melalui wawancara sebagai pendukung fakta pada permasalahan yang akan diteliti. Berikut hasil wawancara yang dicantumkan di dalam tabel:

Tabel 1. 1 Hasil Wawancara

No.	Subjek	Aspek-aspek <i>body image</i>				
		Evaluasi penampilan	Orientasi penampilan	Kepuasan terhadap bagian tubuh	Kecemasan menjadi gemuk	Pengkategorian ukuran tubuh
1.	I.S	<i>“Puas”</i>	<i>“Rajin mencuci muka dengan sabun cuci muka, memakai pelembab dan body lotion, serta memakai payung ketika terik matahari”</i>	<i>“Puas dengan muka saya yang eksotis”</i>	<i>“Waspada, menghindari timbangan, keinginan untuk diet”</i>	<i>“Gemuk”</i>
2.	C.L	<i>“Cukup puas”</i>	<i>“Selalu cuci muka dan memakai lipstick”</i>	<i>“Puas dengan mata karena coklat-coklat imut”</i>	<i>“Mengurangi makan malam”</i>	<i>“Gemuk”</i>
3.	C.C	<i>“Puas”</i>	<i>“Beli skincare untuk merawat wajah saya. Saya beli lulur untuk membersihkan tubuh saya”</i>	<i>“Puas dengan wajah, karena yang terlihat”</i>	<i>“Waspada, menghindari timbangan”</i>	<i>“Agak gemuk”</i>
4.	S.S	<i>“Tidak puas”</i>	<i>“Jadi memakai make up untuk menutupi warna kulit”</i>	<i>“Tidak percaya diri dengan warna kulit”</i>	<i>“Sudah cukup”</i>	<i>“Sedang”</i>
5.	R. W	<i>“Kurang puas”</i>	<i>“Olahraga, rajin memakai skincare, serta banyak makan</i>	<i>“Kurang puas dengan tinggi badan”</i>	<i>“Sangat waspada”</i>	<i>“Kurus”</i>

			<i>buah dan sayur</i>			
6.	N. N	“Kurang puas”	<i>“Rajin memakai skincare, bodycare, olahraga, dan makan sayur”</i>	“Kurang puas dengan bibir, perut, paha”	“Panik melihat angka di timbangan walaupun naik 500 gram”	<i>“Ideal”</i>
7.	I.A	“Tidak puas”	<i>“Rajin mencuci muka dan pelembab”</i>	“Tinggi badan merasa kurang”	“Ada, kalau merasa agak gemuk mengurangi jajan atau makan”	“Kurus”

Berdasarkan wawancara dapat diketahui bahwa ditemukan ketidakpuasan tubuh pada beberapa subjek berdasarkan aspek-aspek *body image*. Aspek-aspek *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 83) yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh. Pada aspek evaluasi penampilan, beberapa subjek merasa kurang puas maupun tidak puas terhadap tubuhnya. Pada aspek orientasi penampilan terdapat subjek yang memakai *make up* untuk menutupi kulit wajahnya. Pada aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, terdapat beberapa subjek yang tidak percaya diri dengan warna kulit, kurang puas dengan tinggi badan, serta kurang puas dengan bibir, perut, dan paha. Pada aspek kecemasan menjadi gemuk, sebagian besar subjek merasa waspada dengan kenaikan berat badan dan kegemukan, ada keinginan untuk diet, mengurangi makan malam, menghindari timbangan, hingga panik jika melihat angka di timbangan meskipun naik 500 gram. Pada aspek pengkategorian ukuran tubuh, beberapa subjek merasa gemuk dan kurus. Hasil wawancara dari tujuh narasumber tersebut menyatakan terdapat masalah *body image* yang dimiliki pengguna Instagram.

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 76), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan *body image* individu yaitu sosialisasi kebudayaan, pengalaman interpersonal, karakteristik fisik, dan faktor kepribadian. Faktor kepribadian yang paling penting dalam pengembangan *body image* individu adalah harga diri (Fadhillah & Indrijati, 2022: 204). Menurut Lutan (2003: 5) harga diri merupakan pengakuan oleh diri individu sendiri bahwa layak untuk dihargai, kompeten, dan berperan dalam apapun yang telah, sedang maupun yang akan terjadi. Harga diri penting dimiliki individu untuk melihat sejauh mana individu menilai keberhargaan dirinya (Farhan & Rosyidah, 2021: 168).

Harga diri yang tinggi akan menggambarkan sifat positif pada individu, menyukai dirinya sendiri, tidak mudah menyerah, dan mencari solusi ketika mengalami permasalahan. Sebaliknya, apabila individu memiliki harga diri rendah, individu cenderung merasa tidak berguna dan mengalami kekhawatiran (Putra, 2018: 200). Pentingnya memiliki harga diri sebagai kemampuan individu dalam menunjukkan respon secara positif sehingga individu dapat menilai dengan positif terhadap penampilan fisik individu (Utami, 2016: 70). Selain itu, individu yang memiliki harga diri yang tinggi dapat melakukan usaha yang baik untuk meningkatkan penampilan fisiknya (Ramadhani dan Putrianti, 2014: 23).

Maka dari itu, harga diri penting dimiliki individu agar dapat menerima penampilan fisik individu sendiri sehingga individu mampu mengatasi ketidakpuasan pada penampilan fisik individu (Jannah, 2022: 26). Sebagaimana dengan hasil penelitian oleh Fadhillah dan Indrijati (2022: 206), bahwa semakin tinggi tingkat harga diri pengguna Instagram akan semakin tinggi juga *body image* yang dimiliki pengguna. Sehingga memiliki hubungan yang positif antara harga diri dengan *body image* pada remaja perempuan akhir pengguna Instagram.

Selain harga diri, faktor pengalaman interpersonal juga penting dalam pengembangan *body image*, di mana pengalaman interpersonal sangat berhubungan dengan hubungan sosial, terutama dukungan sosial (Indah, 2020:

7). Dukungan sosial adalah cara bagi individu untuk menyadari bahwa dirinya dicintai, dihargai, dan menjadi bagian dari masyarakat. Dukungan sosial tidak hanya merujuk pada tindakan orang lain, namun pemikiran individu tentang kepedulian, kenyamanan, dan bantuan yang tersedia untuk merasakan dukungan (Kinnara, 2019: 64).

Persepsi individu terkait dukungan sosial yang tersedia disebut juga *perceived social support*. *Perceived social support* menurut Lim dan Kartasasmita (2018: 554) adalah komunikasi verbal atau nonverbal yang mampu menambah kecakapan, *belonging*, *coping*, dan harga diri individu. Hal ini memberikan keyakinan bahwa individu dibantu, dipedulikan, dicintai, dihormati, diapresiasi, dan mampu membangun hubungan yang dekat. Menurut Rodriguez dan Cohen (dalam Maryanti & Herani, 2020: 93) *perceived social support* dapat membantu individu terkait kemampuan individu dalam menangani kejadian yang memicu kekhawatiran seperti pada *body image*. Sejalan dengan hasil penelitian oleh Aristantya dan Helmi (2019: 118), terdapat hubungan yang positif dukungan sosial dengan *body image* pada remaja pengguna Instagram yang berarti semakin tinggi tingkat dukungan sosial maka akan semakin tinggi juga *body image* pada remaja pengguna Instagram.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, peneliti merasa terdorong untuk meneliti terkait hubungan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* yang dimiliki pengguna Instagram, dengan judul penelitian “*Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan Body Image pada Pengguna Media Sosial Instagram*”.

B. Rumusan Masalah

Menurut latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti membuat rumusan masalah penelitian berikut ini.

1. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan *body image* pada pengguna Instagram?

2. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram?
3. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris hubungan antara harga diri dengan *body image* pada pengguna Instagram.
2. Untuk menguji secara empiris hubungan antara dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram.
3. Untuk menguji secara empiris hubungan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat secara teoretis

Dalam segi teoretis, penelitian ini dapat menambah keilmuan terutama dalam bidang psikologi serta menambah pengetahuan tentang hubungan harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram. Selain itu penelitian dapat menjadi acuan untuk penelitian di masa depan yang memiliki kemiripan dalam bidang penelitian yang diteliti.

2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi pengguna Instagram, diharapkan dapat membantu mengatasi permasalahan *body image* negatif, karena *body image* negatif dapat merugikan diri sendiri. Pentingnya harga diri dan dukungan sosial sebagai upaya membentuk *body image* yang positif. Penelitian ini juga dibuat agar pengguna Instagram lebih sehat dalam menanggapi postingan pengguna satu sama lain.

- b. Bagi orang tua, diharapkan mampu peka terhadap permasalahan anaknya terutama terkait *body image*, mampu membimbing anak untuk meningkatkan harga diri, serta memberi dukungan positif kepada anak.
- c. Bagi teman sebaya, mampu mengatasi permasalahan terkait *body image* dengan saling memberi dukungan satu sama lain sehingga mampu menerima keadaan tubuh dan penampilan fisik secara keseluruhan.

E. Keaslian Penelitian

Sebelum melakukan penelitian terkait *body image*, peneliti mengkaji penelitian terdahulu yang mirip dengan tema penelitian yang akan dilakukan peneliti. Hal ini perlu dilakukan untuk mencegah terjadinya persamaan dalam melakukan penelitian selanjutnya. Berikut beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini serta perbedaannya.

Penelitian Aristantya dan Helmi (2019) dengan judul hubungan dukungan sosial *online* dengan citra tubuh pada remaja pengguna Instagram ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien $r = 0,261$ dengan nilai signifikansi $0,000$ ($p < 0,01$). Dengan kata lain, adanya hubungan positif yang signifikan antara citra tubuh dengan dukungan sosial *online*. Maka diartikan semakin tinggi dukungan sosial *online*, maka akan semakin tinggi citra tubuh individu, begitupun sebaliknya semakin rendah dukungan sosial *online*, maka semakin rendah citra tubuh individu.

Persamaan pada penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah variabel bebas dukungan sosial dan variabel terikat *body image*. Selain itu, metode penelitian yang digunakan juga menggunakan metode kuantitatif korelasional. Subjek yang diteliti juga pengguna Instagram. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu variabel bebas penelitian tersebut yaitu dukungan sosial *online*, sedangkan variabel bebas pada penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu harga diri dan dukungan sosial. Selain itu, teknik analisis penelitian tersebut

menggunakan teknik korelasi product moment dan analisis varians (ANOVA), sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan teknik korelasi product moment dan korelasi berganda.

Penelitian Rozika dan Ramdhani (2016) dengan judul hubungan antara harga diri dan *body image* dengan *online self-presentation* pada pengguna Instagram ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan nilai $F = 7,480$ dan $p < 0,05$, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,038. Kesimpulan dari penelitian tersebut yaitu adanya hubungan positif antara harga diri dan *body image* dengan *online self-presentation*, serta variabel *online self-presentation* bisa dijelaskan sebesar 3,8% oleh variabel harga diri dan variabel *body image*.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah variabel bebas harga diri. Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan teknik korelasi berganda. Selain itu, subjek yang diteliti juga pengguna Instagram. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian tersebut mengkaji hubungan antara harga diri dan *body image* dengan *online self-presentation* sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu hubungan harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram. Selain itu, teknik sampling pada penelitian ini juga menggunakan incidental sampling, sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan purposive sampling.

Penelitian Irdianty dan Hadi (2012) dengan judul hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dengan citra tubuh (*body image*) siswi usia sekolah dengan *menarche* di Kecamatan Sale ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan rancangan *cross sectional*. Hasil penelitian tersebut yaitu terdapat hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dengan citra tubuh (*body image*) siswi usia sekolah dengan *menarche* di Kecamatan Sale, dengan nilai t hitung (31,284) lebih besar dari t tabel (9,488) atau sig (0,000) lebih kecil dari α (0,005).

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah variabel bebas dukungan sosial dan variabel terikat *body image*. Selain itu, metode yang digunakan juga menggunakan metode kuantitatif korelasional. Selain itu perbedaannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian tersebut menggunakan teknik total sampling, sedangkan peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Kemudian penelitian tersebut menggunakan teknik analisis *Chi Square* sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan teknik korelasi product moment dan teknik analisis korelasi berganda. Selain itu, penelitian tersebut hanya mengkaji hubungan dukungan sosial teman sebaya dengan *body image* pada siswi usia sekolah dengan *menarche* di Kecamatan Sale sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan menambahkan satu variabel bebas yaitu harga diri. Peneliti juga lebih fokus pada pengguna Instagram.

Penelitian Martanatasha dan Primadini (2019) dengan judul relasi *self-esteem* dan *body image* dalam terpaan media sosial Instagram ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung antara ketiga variabel, dengan adanya pengaruh antara terpaan Instagram dengan tingkat persepsi mengenai *body image* sebesar 7,8% serta tingkat persepsi mengenai *body image* terhadap tingkat *self-esteem* sebesar 68,3%. Maka penggunaan Instagram dapat memengaruhi *body image* seseorang yang juga memengaruhi *self-esteem*.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah variabel bebas harga diri dan variabel terikat *body image*. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan juga menggunakan teknik purposive sampling. Selain itu, subjek penelitian juga pengguna Instagram. Kemudian perbedaannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian tersebut hanya mengkaji relasi *self-esteem* dan *body image* dalam terpaan Instagram sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menambahkan satu variabel bebas yaitu dukungan sosial. Rumus sampel yang digunakan pada penelitian tersebut juga

menggunakan rumus Slovin, sedangkan pada penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan rumus Isaac dan Michael.

Penelitian Khairunisa (2015) dengan judul pengaruh *celebrity worship* dan dukungan sosial terhadap *body image* pada mahasiswa UIN Jakarta ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian tersebut adalah terdapat pengaruh yang signifikan dari *celebrity worship*, dukungan sosial, jenis kelamin, dan usia terhadap *body image*. Pada hasil uji hipotesis minor menemukan bahwa hanya tiga variabel yang mempengaruhi *body image* pada mahasiswa, yaitu dukungan instrumental, dukungan informasi, dan jenis kelamin.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah variabel bebas dukungan sosial dan variabel terikat *body image*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Selain itu, teknik analisis juga menggunakan teknik korelasi *product moment* dan teknik analisis korelasi berganda. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian tersebut menggunakan teknik *simple random sampling*, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Selain itu, penelitian tersebut mengkaji pengaruh *celebrity worship* dan dukungan sosial terhadap *body image* mahasiswa, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti mengkaji hubungan harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram.

Penelitian Fatimah, Sumitro, dan Erwin (2020) dengan judul hubungan antara *self-esteem* dengan *body image* pada siswa kelas XI di SMA Negeri 12 Bekasi ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan nilai koefisien korelasi $r = 0,562$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$). Dengan kata lain, terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dengan *body image*, semakin tinggi *self-esteem* individu semakin tinggi juga *body image* individu, begitupun sebaliknya semakin rendah *self-esteem* maka semakin rendah *body image* individu.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah variabel bebas harga diri dan variabel terikat *body image*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif korelasional. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian tersebut hanya mengkaji hubungan *self-esteem* dan *body image* dalam terpaan Instagram, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menambahkan satu variabel bebas yaitu dukungan sosial. Selain itu, teknik sampling pada penelitian tersebut menggunakan teknik random sampling, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan purposive sampling. Kemudian metode analisis pada penelitian tersebut hanya menggunakan uji korelasi product moment, sedangkan peneliti menggunakan teknik korelasi product moment dan korelasi berganda.

Penelitian Fadhillah dan Indrijati (2022) dengan judul hubungan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Hasil dari penelitian tersebut yaitu adanya hubungan positif yang signifikan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram., dengan nilai koefisien korelasi $r = 0,517$ dengan signifikansi $p = 0,000$. Dengan kata lain, semakin tinggi *self-esteem* maka akan semakin tinggi pula *body image*, begitupun sebaliknya semakin rendah *self-esteem* maka semakin rendah pula *body image*.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan diteliti adalah variabel bebas harga diri dan variabel terikat *body image*. Metode penelitian yang digunakan juga metode kuantitatif korelasional. Selain itu, teknik sampling yang digunakan juga teknik purposive sampling. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti yaitu penelitian tersebut hanya mengkaji hubungan *self-esteem* dan *body image*, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menambahkan satu variabel bebas yaitu dukungan sosial. Teknik analisis yang digunakan penelitian tersebut juga menggunakan korelasi *Spearman's rho*, sedangkan

penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan teknik korelasi product moment dan korelasi berganda.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penelitian yang akan diteliti ini berbeda dengan beberapa penelitian yang telah dipaparkan. Penelitian ini fokus pada remaja akhir perempuan berusia 18-22 tahun yang aktif menggunakan Instagram. Sebelumnya sudah ada yang meneliti dengan usia subjek perempuan yang hampir sama, namun hanya meneliti harga diri dan *body image*. Rumus sampelnya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti juga berbeda. Selain itu, perbedaan penelitian yang akan dilakukan peneliti dengan peneliti terdahulu adalah penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu adakah hubungan harga diri, dukungan sosial, dengan *body image* pada pengguna Instagram. Menurut yang diketahui peneliti belum ada penelitian terdahulu dengani judul yang sama dengan judul penelitian yang akan dilakukan peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Body Image*

1. Pengertian *Body Image*

Body image menurut Bahasa Indonesia berarti citra tubuh, terkait bagaimana individu menilai kondisi tubuhnya, kepuasan, dan penerimaan pada penampilan fisiknya. *Body image* merupakan evaluasi oleh individu pada bentuk tubuh individu dalam hubungannya atas penilaian orang lain (Rozika & Ramdhani, 2016: 176). Menurut Syahsaomieta (2020: 21), *body image* yaitu pandangan dari individu tentang bentuk tubuh, berat tubuh, ukuran tubuh, serta penerimaan pada tubuh individu.

Thompson dan Smolak (2001: 2-4) tingkat *body image* dipaparkan dari seberapa jauh kepuasan individu pada penampilan fisiknya atau tubuh individu. Menurut Hoyt dan Kogan (2001: 199-215) menjelaskan bahwa *body image* menyangkut aspek kognitif dan afektif. *Body image* memiliki arti sebagai sikap individu mengenai tubuhnya dalam hal bentuk, ukuran, serta estetika merujuk pada penilaian individual dan pengalaman efektif pada bagian tubuhnya.

Body image termasuk pengetahuan psikologis yang fokus pada sikap dan perasaan individu pada keadaan tubuh individu, namun tidak selalu sesuai terhadap kondisi tubuh yang dimiliki individu. Pemikiran dan perasaan individu terkait tubuhnya belum pasti mencitrakan kondisi tubuhnya yang nyata, tetapi merupakan hasil penilaian sendiri secara subyektif (Melliana, 2006: 86). Sedangkan menurut Amalia (2007: 443) setiap individu memiliki gambaran bentuk tubuh yang ideal sendiri yang diinginkannya dan ketidakselarasan antara bentuk tubuh yang dibayangkan individu dengan bentuk tubuh yang menurut individu ideal akan menyebabkan ketidakpuasan pada tubuhnya.

Individu yang memiliki ketidakpuasan terhadap kondisi tubuhnya biasanya akan merasa malu, tidak senang, khawatir, gelisah, kurang percaya diri, dan akan berfikir bahwa orang lain menganggap dirinya kurang menarik. Akibatnya ketika seseorang khawatir akan penampilan tubuhnya, pola makan menjadi tidak sehat, sering bercermin, dan menghindari timbangan.

Menurut Maulani (2019: 371) *body image* disebabkan ketika individu tidak puas terhadap penampilan fisiknya dan berpacu dengan standar yang terdapat pada lingkungan sosial. Kemudian menurut Lumele, dkk. (2021: 79-81) *body image* muncul dikarenakan efek samping dari pengobatan seperti radiasi, kemoterapi, maupun status gizi seperti terlalu gemuk atau obesitas, terlalu kurus, dan perubahan hormonal reproduksi seperti terjadinya perubahan bentuk tubuh ketika masa pubertas. *Body image* dapat terjadi pada siapapun, namun jika yang muncul *body image* negatif dan terjadi secara terus menerus akan menyebabkan tidak percaya diri, depresi yang memicu bulimia nervosa, bahkan melakukan bedah plastik.

Berdasarkan pemaparan dari pengertian *body image* di atas, ditarik kesimpulan bahwa *body image* merupakan penilaian individu terhadap penampilan fisik atau tubuh individu, serta seberapa jauh kepuasan individu terhadap tubuhnya sendiri.

2. Aspek-aspek *Body Image*

Ada lima aspek dalam pengukuran *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 83), yaitu:

a. *Appearance evaluation* (evaluasi penampilan)

Evaluasi penampilan yaitu menilai penampilan fisiknya, apakah memuaskan atau kurang memuaskan, menarik atau tidak menarik.

- b. *Appearance evaluation* (orientasi penampilan)
Orientasi penampilan yaitu kepedulian individu pada tubuhnya dan usahanya untuk mempertahankan, memperbaiki, maupun meningkatkan penampilan fisik.
- c. *Body area satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh)
Kepuasan terhadap bagian tubuh yaitu seberapa besar kepuasan individu pada keseluruhan tubuh maupun bagian tubuh secara spesifik, seperti tubuh bagian atas, tubuh bagian tengah, serta tubuh bagian bawah.
- d. *Overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk)
Kecemasan menjadi gemuk yaitu mengukur seberapa besar individu mengkhawatirkan berat badan, cenderung membatasi makanan, serta melakukan diet.
- e. *Self-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh)
Pengkategorian ukuran tubuh merupakan bagaimana individu menilai berat badan atau tinggi badannya, dari sangat kurus hingga gemuk, dari sangat tinggi hingga sangat pendek.

Adapun aspek *body image* yang diutarakan oleh Thompson (2001: 30), menjelaskan aspek *body image* dibagi menjadi beberapa aspek.

- a. Persepsi terhadap bagian tubuh dan penampilan secara keseluruhan.
Bentuk tubuh individu adalah ikon dari individu sendiri karena dinilai baik secara eksternal maupun internal. Selain itu, persepsi individu tentang bentuk tubuhnya sendiri dapat dipengaruhi oleh penampilan, baik dan buruk.
- b. Aspek perbandingan dengan orang lain
Saat membandingkan penampilannya dengan penampilan fisik orang lain, individu membuat perbandingan yang menimbulkan evaluasi tentang apa yang lebih unggul atau lebih rendah dari yang lain, yang menciptakan kekhawatiran bagi diri individu sendiri pada orang lain.

c. Aspek budaya sosial

Apabila ditentukan bahwa individu cantik secara fisik, gambaran individu itu akan pindah ke sesuatu yang positif guna menilai diri sendiri. Individu mungkin menilai reaksi terhadap orang lain.

Merujuk pada pendapat beberapa ahli yang sudah dijelaskan, dapat diambil kesimpulan terkait aspek-aspek *body image* di antaranya yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan dengan bagian tubuh, kekhawatiran akan obesitas, kategorisasi ukuran tubuh, persepsi terhadap bagian tubuh dan penampilan secara keseluruhan, aspek perbandingan dengan orang lain, serta aspek budaya sosial. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan aspek *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 83), karena aspek-aspek Cash dan Pruzinsky (2002: 83) berkorelasi dengan apa yang ditemukan peneliti di lapangan.

3. Faktor-faktor yang Memengaruhi *Body Image*

Body Image dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 76) di antaranya yaitu:

a. Sosialisasi kebudayaan

Individu menyesuaikan diri dengan standar masyarakat di sekitar menggunakan budaya untuk memahami dunia dan sebagai sarana untuk mengubah penampilan fisik individu, termasuk berolahraga, makan dengan benar, dan mengaplikasikan kosmetik.

b. Pengalaman-pengalaman interpersonal

Persepsi individu tentang tubuh individu sendiri merupakan pengaruh dari media sosial dan norma-norma budaya. Metode komunikasi yang digunakan oleh individu ketika berhadapan dengan keluarga, teman, atau orang baru yang individu temui. Pernyataan, kritik orang tua atau orang lain tentang penampilan individu memiliki kekuatan untuk mempengaruhi standar dan menyebabkan individu melakukan perbandingan diri sendiri dengan orang lain. Begitupun, saudara kandung juga bisa dimanfaatkan oleh orang tua sebagai tolak

ukur perbandingan ketika menilai daya tarik individu. Selain itu, pujian dari orang tua atau orang lain juga mempengaruhi individu untuk mempertahankan bentuk tubuh maupun memperbaiki penampilan individu sehingga individu dapat menerima penampilan dirinya sendiri dengan positif.

c. Karakteristik fisik

Penampilan fisik seseorang dapat memengaruhi cara seseorang diperlakukan. "Model kebaikan" yaitu ketika penampilan seseorang secara bertahap sesuai dengan standart sosial yang diterima, pertama kali dijelaskan oleh Lerner dan Jovanovic pada tahun 1990. Kemudian, penampilan fisik seseorang menjadi faktor utama dalam penilaian diri individu. Penguatan sosial yang positif dapat menghentikan proses ini, seperti yang terlihat pada contoh orang gemuk yang dapat mentolerir banyak penolakan dan cobaan dari lingkungan sekitar. Namun, evaluasi citra tubuh seseorang dapat berasal dari penilaian yang dibuat tentang diri sendiri dengan standart sosial yang berlaku.

d. Faktor kepribadian

Kepribadian akan berdampak pada bagaimana individu mengembangkan *body image* individu sendiri. Yang paling penting dari banyak kriteria lain adalah harga diri. Ketika citra tubuh individu terancam, harga diri individu yang tinggi digunakan sebagai semacam penguatan. Ini mempengaruhi seberapa positif individu memandang bentuk tubuhnya.

Kemudian Melliana (2006: 84-88) menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh pada *body image* yaitu.

a. *Self-Esteem*

Body image mengacu pada pemikiran individu terkait tubuhnya yang sebagian besar hasil dari pengaruh harga diri pribadi individu serta oleh keyakinan dan sikapnya mengenai tubuh sebagai gambaran ideal yang diinginkan dalam masyarakat.

b. Perbandingan dengan orang lain

Body image biasanya diakibatkan karena individu membandingkan atribut fisiknya berdasarkan standar ideal yang ditetapkan oleh standar sosial dan budaya masyarakat. Media massa seringkali menjadi salah satu faktor yang berkontribusi pada perbedaan antara persepsi tubuh yang ideal dan keadaan tubuh sebenarnya.

c. Keluarga

Belajar tentang *body image* seseorang seringkali lebih dipengaruhi oleh orang lain daripada oleh orang itu sendiri, terutama keluarga. Keluarga khususnya orang tua memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan *body image* pada anak termasuk pemodelan, bimbingan, dan kritik.

d. Hubungan interpersonal

Individu melakukan perbandingan diri sendiri dengan orang lain karena hubungan interpersonal. Hal ini mungkin memengaruhi perasaan individu terkait diri sendiri, termasuk cara individu melihat dirinya sendiri secara fisik.

Berlandaskan pendapat beberapa ahli yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa faktor yang bisa mempengaruhi *body image* yaitu seperti sosialisasi kebudayaan, pengalaman-pengalaman interpersonal, karakteristik fisik, faktor kepribadian, persepsi, perkembangan, sosiokultural, self-esteem, perbandingan dengan orang lain, keluarga, dan hubungan interpersonal.

4. *Body Image* Menurut Perspektif Islam

Body image merupakan penilaian individu terhadap penampilan fisik individu sendiri. Dalam Islam, manusia diciptakan dengan sebaik-baiknya oleh Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. At-Tin ayat 4.

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

(٤)

“Sungguh, kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.” (QS. At-Tin [95]: 4).

Dalam kitab tafsir Al-Misbah, ayat di atas menerangkan bahwa Allah SWT telah menegaskan bahwa manusia memiliki kondisi fisik dan psikis yang mengandung makna fisik dan psikologis yang perlu dipupuk dan dikembangkan. Apabila manusia menjaga kesehatan dan menyediakan nutrisi yang cukup, manusia dapat mengembangkan dan menjaga penampilan fisiknya. Selain itu, agama dan pendidikan berkualitas perlu diberikan untuk memelihara psikis manusia. Manusia akan dapat sangat bermanfaat bagi alam ini jika kesejahteraan tubuh dan mental manusia sendiri dipertahankan dan dikembangkan. Dengan demikian, manusia akan menjadi makhluk yang paling mulia (Shihab, 2002: 378).

Berdasarkan penjelasan di atas, ayat tersebut menjelaskan bahwa individu yang menjaga kesehatan dan mengonsumsi nutrisi yang cukup dapat menjaga dan mengembangkan penampilan fisiknya. Hal ini sesuai dengan aspek orientasi penampilan pada *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 83) yaitu usaha dalam menjaga dan memperbaiki penampilan fisik. Apabila individu dapat menjaga dan memperbaiki penampilan fisiknya, maka individu dapat mendapatkan kepuasan terhadap *body image* (Zahra & Shanti, 2021: 9).

B. Harga Diri

1. Pengertian Harga Diri

Rosenberg (dalam Fatimah, dkk., 2020: 7) harga diri yaitu sikap individu terkait diri individu yang didasarkan pada pendapat atau penilaiannya tentang apa yang individu hargai dan seberapa teliti individu mengevaluasi dirinya sendiri, apakah evaluasi itu positif atau negatif. Menurut Dariuszky (2004: 6) harga diri merupakan nilai yang individu berikan kepada dirinya sendiri. Ketika individu sangat menghargai dirinya sendiri, individu memiliki harga diri yang tinggi, begitupun sebaliknya ketika individu menghargai dirinya sendiri secara negatif, individu

memiliki harga diri yang rendah. Dayakisni dan Hudaniah (dalam Farhan & Rosyidah, 2021: 168) menyatakan bahwa harga diri merupakan penilaian individu tentang diri sendiri, penilaian positif maupun negatif.

Sementara itu, Maslow (dalam Adiputra, 2015: 154) berpendapat bahwa harga diri adalah perasaan individu terhadap keberhargaan dirinya. Harga diri lebih penting daripada reputasi dan prestise karena mengungkapkan keinginan akan kekuatan, kesuksesan, ketepatan, penguasaan, kompetensi serta kepercayaan diri untuk menghadapi dunia luar dalam kebebasan dan kemandirian. Menurut Coopersmith (1967: 4) harga diri adalah penilaian atau evaluasi yang dibuat oleh individu itu sendiri dan biasanya merupakan evaluasi yang berkaitan dengan rasa hormat terhadap dirinya sendiri. Hal ini akan terkait dengan menyatakan persetujuan atau ketidaksepakatan dan menunjukkan sejauh mana individu percaya bahwa dirinya mampu, berharga, dan berhasil.

Menurut Branden (1995: 4), harga diri adalah keyakinan bahwa seseorang mampu berpikir, mengatasi rintangan dalam hidup, berhasil, puas, merasa berharga, memenuhi keinginan dan aspirasi, mencapai nilai-nilai diri, dan menghargai buah dari kerja kerasnya sendiri. Harga diri mengukur tingkat kepercayaan diri individu, kemampuan untuk berhasil, dan berguna. Hal ini adalah hasil dari evaluasinya terhadap dirinya sendiri dan bagaimana orang lain memperlakukannya (Ghufron & Risnawita, 2016: 40).

Berdasarkan pada paparan di atas, ditarik kesimpulan bahwa harga diri adalah penilaian terhadap diri individu yang mencakup penilaian positif dan penilaian negatif serta dapat mengungkapkan seberapa besar keberhargaan diri serta keahlian yang dimiliki individu.

2. Aspek-aspek Harga Diri

Heatherton dan Polivy (1991: 907) menyatakan ada tiga aspek harga diri antara lain:

a. *Performance self-esteem*

Performance self-esteem merujuk pada kinerja individu secara keseluruhan atau kompetensi dalam menghadapi keberhasilan dan kegagalan dalam hidup. Hal ini untuk menentukan seberapa besar kepercayaan diri individu bahwa kinerjanya layak.

b. *Social self-esteem*

Social self-esteem merupakan bagaimana pandangan individu pada kualitas hubungan antara individu dengan orang lain dan kelayakan untuk berperan dalam interaksi interpersonal. Hal ini untuk mengetahui pandangan orang lain terkait diri individu.

c. *Appearance self esteem*

Appearance self-esteem merupakan cara individu memandang penampilan fisik diri sendiri. Individu dengan harga diri tinggi akan menerima penampilan fisik individu sendiri.

Sementara itu, menurut Tafarodi dan Swann (2001: 654) aspek harga diri ada 2 yaitu sebagai berikut:

a. *Self-competence*

Self-competence adalah evaluasi pengalaman setiap individu yang merupakan hasil dari latihan yang telah dilaksanakan individu. Evaluasi ini merujuk pada sikap umum individu tentang diri sendiri sebagai sumber kekuatan dan efikasi.

Individu dapat mengetahui apa yang diinginkan dengan bertindak sesuai dengan tingkat kompetensi diri melalui penggunaan kompetensi diri. Kompetensi diri akan meningkat jika kemampuan dan tujuan individu realistis dan dapat dicapai. Namun, individu yang memiliki kompetensi diri rendah akan mengalami kurangnya dorongan, kecemasan, dan kesedihan jika sebaliknya terjadi.

b. *Self-liking*

Self-liking adalah komponen harga diri yang jelas terkait secara sosial. Selain itu, *self-liking* diartikan sebagai pendapat individu terkait diri sendiri sebagai individu yang baik maupun buruk. *Self-liking* didefinisikan sebagai persepsi individu tentang nilainya dalam kehidupan sosialnya.

Individu dengan memiliki *self-liking* yang tinggi, individu akan memiliki pandangan hidup yang positif dan merasa nyaman di lingkungan sosialnya. Sebaliknya, individu dengan *self-liking* rendah akan mengalami penolakan dari dirinya sendiri, pengaruh buruk, dan disfungsi sosial.

Menurut pendapat para ahli yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek harga diri di antaranya yaitu keberartian, kekuatan, kompetensi, kebajikan, *performance self-esteem*, *social self-esteem*, *appearance self-esteem*, *self-competence*, dan *self-liking*. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan aspek harga diri teori dari Heatherton dan Polivy (1991: 907).

3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Harga Diri

Menurut Ghufron dan Risnawita (2016: 44), faktor-faktor yang memengaruhi harga diri yaitu:

a. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan aspek yang dapat berpengaruh bagi harga diri dimana wanita selalu merasa kurang berharga daripada pria, karena wanita merasa tidak terlindungi atau kurang mampu.

b. Intelegensi

Prestasi akademik yang lebih tinggi akan dicapai oleh individu dengan harga diri lebih tinggi daripada yang memiliki harga diri lebih rendah. Selain itu, individu dengan tingkat harga diri yang tinggi secara konsisten mengeluarkan upaya terbaik individu, mendapat skor lebih tinggi pada tes integritas, dan memiliki tingkat aspirasi yang lebih tinggi.

c. Kondisi fisik

Individu dengan karakteristik fisik yang lebih menarik biasanya memiliki tingkat harga diri yang lebih tinggi dari pada orang dengan karakteristik yang kurang menarik.

d. Lingkungan keluarga

Keluarga memiliki bagian penting dalam kemampuan individu untuk membangun harga diri. Individu pertama kali mengenal orang tua yang mengajar dan membesarkannya di lingkungan keluarga, yang berfungsi sebagai dasar guna bersosialisasi di lingkungan yang lebih luas cakupannya.

e. Lingkungan sosial

Harga diri terbentuk ketika individu menyadari apakah individu berharga atau tidak. Hal ini berasal dari faktor-faktor eksternal, serta bagaimana orang lain memperlakukannya, menghargainya, dan menerimanya.

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan beberapa faktor-faktor yang dapat memengaruhi harga diri yaitu jenis kelamin, intelegensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga, dan lingkungan sosial.

4. Harga Diri Menurut Perspektif Islam

Harga diri adalah hasil evaluasi terhadap diri sendiri yang mencakup penilaian positif dan penilaian negatif. Dalam islam, harga diri adalah suatu hal yang perlu individu miliki, karena sesungguhnya manusia adalah makhluk ciptaan Allah SWT yang dimuliakan dan diberi kelebihan di antara makhluk ciptaan yang lain. Merujuk pada firman Allah SWT pada QS. Al-Isra' ayat 70.

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا (٧٠)

“Dan sungguh, Kami telah memuliakan anak cucu Adam, dan Kami Angkat mereka di darat dan di laut, dan Kami beri mereka

rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka di atas banyak makhluk yang Kami ciptakan dengan kelebihan yang sempurna.” (QS. Al-Isra’ [17]: 70).

Menurut tafsir al-Misbah, dalam ayat tersebut Allah SWT menegaskan bahwa Allah SWT memberi kemuliaan kepada manusia dengan bentuk tubuh paling baik, kemampuan dalam berbicara, berpikir, berpengetahuan, serta kebebasan dalam membuat keputusan. Selain itu, Allah SWT ciptakan kendaraan untuk manusia dan memberikan pengetahuan atau kemampuan dalam pembuatannya, supaya manusia bisa menjelajahi bumi dan angkasa yang Allah SWT ciptakan semuanya untuk manusia. Selain itu, rezeki yang baik-baik seperti makanan yang lezat dan bermanfaat bagi pertumbuhan dan perkembangan fisik maupun jiwa. Allah SWT memberikan akal dan pengetahuan kepada manusia sehingga manusia menjadi makhluk yang lebih istimewa dari hewan. Allah SWT juga lebihkan bagi manusia yang takwa karena ketakwaan manusia melalui perjuangan dalam melawan setan dan nafsu, sementara itu malaikat tidak melalui tantangan (Shihab, 2005: 513).

Allah SWT memberikan keistimewaan untuk manusia yang tidak diberikan kepada makhluk ciptaan-Nya yang lain. Maka dari itu, manusia menjadi makhluk yang mulia dan dihormati martabatnya sebagai manusia. Kehormatan yang diberikan oleh Allah SWT kepada manusia ada banyak dan tidak khusus untuk satu generasi, keturunan, ras, maupun agama tertentu, tetapi diberikan kepada seluruh manusia (Shihab, 2005: 514).

Berdasarkan pernyataan tersebut, setiap individu senantiasa memiliki harga diri yang tinggi karena telah diciptakan dengan banyak kelebihan yang diberikan oleh Allah SWT tanpa terkecuali. Sehingga tidak ada alasan bagi individu untuk menilai negatif terkait diri sendiri (Feby, 2022: 22). Selain itu harga diri membuat individu tidak ragu dengan sesuatu yang dimiliki serta menjadi manfaat dan kesejahteraan bagi setiap individu, seperti menurut pernyataan Mawardi (dalam Arroisi, 2022: 97).

C. Dukungan Sosial

1. Pengertian Dukungan Sosial

Dukungan sosial yaitu suatu proses ikatan yang dibangun oleh individu dengan persepsi bahwa individu dihargai, disayangi, dan dicintai, untuk membantu individu yang menghadapi tekanan di hidupnya (Cutrona & Russel, 1987: 37). Menurut Solomon (2004) dukungan sosial adalah dukungan emosional, dukungan instrumental, dan rasa solidaritas dalam mengejar perubahan sosial atau menjadi individu yang diinginkan. Kemudian dukungan sosial menurut Dianto (2017: 43), diartikan sebagai bantuan dari seseorang dan mencakup emosional, materi, dan informasi yang dapat diperoleh dari kerabat yang dekat, seperti keluarga, teman, maupun tetangga maka dapat saling memberikan manfaat.

Sementara itu, King (2012: 226) mendefinisikan dukungan sosial sebagai informasi atau timbal balik dari orang lain yang menyatakan bahwa individu dihargai dan dihormati, serta merupakan bagian dari jaringan komunikasi dan komitmen timbal balik. Menurut Bukhori, dkk (2017: 316), dukungan sosial merupakan kondisi individu menerima bantuan dari teman dan keluarga terdekat individu atau yang disebut hubungan interpersonal. Dukungan sosial menurut Sarason, dkk (1983: 127) suatu keadaan di mana individu memperoleh bantuan yang bermanfaat dari orang lain yang dipercaya.

Dukungan sosial online menurut Zhang, dkk. (2013), adalah penyampaian dukungan emosional, informasi, instrumental, dan penilaian yang diperoleh dari interaksi sosial di media sosial. Hal ini memiliki tujuan berkomunikasi dengan pengguna lain dan bagi penerima menjadi merasa disayangi, dihargai, dan diperhatikan. Sedangkan House (1981) menyatakan bahwa dukungan sosial *online* sebagai menerima bantuan nyata dan tidak berwujud dari teman, keluarga, dan orang lain dalam lingkaran sosial individu melalui Internet. Persepsi individu bahwa dukungan sosial telah diberikan disebut *perceived social support* (Lim & Kartasasmita, 2018: 554).

Perceived social support adalah kepercayaan individu bahwa ada beberapa orang yang sungguh menghargai dan peduli dengan individu dan tulus menolong individu apabila membutuhkan bantuan atau dukungan (Sarason, dkk., 1990: 117). Sedangkan menurut Haber, dkk. (2007: 143) *perceived social support* merupakan pemikiran individu bahwa terdapat dukungan apabila dibutuhkan. Kemudian menurut Aliyah dan Kusdiyati (2021: 59) *perceived social support* merupakan bentuk dukungan yang cenderung bersifat subjektif dan tidak harus dukungan secara nyata, tergantung bagaimana persepsi individu terhadap dukungan yang diberikan oleh orang lain.

Berdasarkan pendapat yang telah diuraikan di atas, diambil kesimpulan yang berarti dukungan sosial adalah segala bentuk perhatian, penghargaan, penerimaan, dan pertolongan dalam bentuk lain yang berasal dari orang-orang yang memiliki ikatan sosial yang erat dengan individu. Dukungan sosial bertujuan untuk membantu individu saat mengalami permasalahan.

2. Aspek-Aspek Dukungan Sosial

Ada lima aspek dukungan sosial menurut Cutrona dan Russel (1990) antara lain:

a. Dukungan emosional (*Emotional support*)

Dukungan emosional adalah dukungan dalam bentuk pemberian semangat, kepedulian, dan perhatian. Hal tersebut membuat individu menilai bahwa diri individu diperhatikan orang lain.

b. Dukungan jaringan (*Network support*)

Dukungan jaringan merupakan perasaan individu sebagai bagian dari kelompok yang memungkinkan individu untuk berbagi minat, kepedulian, dan terlibat dalam kegiatan yang saling menghibur.

c. Dukungan penghargaan (*Esteem support*)

Dukungan penghargaan merupakan dukungan dalam bentuk penghargaan atau pegakuan atas kemampuan individu, serta

memberikan penguatan bahwa individu memiliki kemampuan dan keterampilan.

d. Dukungan nyata (*Tangible support*)

Dukungan nyata merupakan dukungan dalam bentuk nyata, dimana individu menerima bantuan materi atau jasa yang diperlukan individu.

e. Dukungan informasi (*Informational support*)

Dukungan informasi memungkinkan individu untuk memperoleh informasi, nasihat, dan saran yang dibutuhkan individu untuk memenuhi kebutuhan.

Menurut Smet (dalam Pradinata & Susilo, 2016: 88-89) aspek dukungan sosial antara lain:

a. Dukungan emosional

Dukungan sosial adalah bentuk umpan balik yang diberikan kepada individu oleh orang lain yang menunjukkan rasa penghargaan, pengertian, dan pemahaman tentang keadaan atau perasaan individu.

b. Dukungan penghargaan

Dukungan penghargaan merupakan kepedulian terhadap orang lain. Manusia tidak ada lagi yang diremehkan dengan adanya dukungan ini. Dukungan dalam bentuk penghargaan ini mengetahui bahwa setiap orang perlu untuk diterima, dihargai, terutama diakui atas keberadaan dirinya dalam masyarakat.

c. Dukungan instrumental

Dukungan instrumental adalah bentuk bantuan yang diberikan langsung oleh orang lain kepada individu. Individu akan merasakan bantuan yang lebih nyata (dalam bentuk komoditas atau kebutuhan sehari-hari) dengan bantuan dukungan instrumental ini.

d. Dukungan informatif

Dukungan informatif adalah bantuan yang berbentuk umpan balik atau nasihat untuk individu, saran tentang apa yang harus dilakukan, serta petunjuk untuk menjalani kehidupan.

Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwa aspek dukungan sosial yaitu dukungan emosional, dukungan jaringan, dukungan penghargaan, dukungan instrumental, dukungan informatif, dukungan penilaian, dukungan kepemilikan, dan manajemen hubungan. Teori aspek dukungan sosial pada penelitian ini yaitu menggunakan teori milik Cutrona dan Russel (1990).

3. Faktor-faktor Dukungan Sosial

Menurut Stanley (dalam Adnan, dkk., 2016: 54), faktor-faktor berikut dapat berdampak pada dukungan sosial di antaranya yaitu:

a. **Kebutuhan fisik**

Kebutuhan fisik terdiri dari pakaian, makanan, dan tempat tinggal. Jika kebutuhan fisik individu tidak terpenuhi, dapat dikatakan bahwa individu tidak memperoleh dukungan sosial.

b. **Kebutuhan sosial**

Aktualisasi diri pada individu yang telah dicapai dengan baik akan lebih akrab dengan masyarakat dibandingkan individu yang tidak pernah berhubungan atau berinteraksi dengan orang lain. Individu dengan aktualisasi diri yang kuat cenderung menginginkan pengakuan masyarakat.

c. **Kebutuhan psikis**

Kebutuhan ini tidak bisa terpuaskan tanpa bantuan orang lain, seperti rasa aman, religiusitas, atau rasa ingin tahu. Individu yang mengalami masalah ringan atau besar biasanya akan mencari dukungan sosial dari orang lain untuk merasa diperhatikan, dihormati, dan dicintai.

Sedangkan faktor-faktor dukungan sosial menurut Cohen dan Syme (dalam Afifah, dkk., 2020: 60) yaitu:

a. **Pemberian dukungan sosial**

Jika dibandingkan dengan dukungan yang diperoleh dari sumber lain, dukungan berkelanjutan dari sumber yang sama akan lebih berarti. Hal ini ada hubungannya dengan tingkat kedekatan dan kepercayaan yang dimiliki penerima dukungan.

b. Jenis dukungan.

Dukungan yang bermanfaat serta selaras dengan keadaan individu sangat bermakna untuk individu sebagai penerima dukungan.

c. Penerima dukungan

Karakteristik pada penerima bisa berdampak pada seberapa efektif dukungan diperoleh. Karakteristik ini terdiri dari kebiasaan, kepribadian, dan peran sosial. Selain itu, dukungan akan berguna jika penerima dukungan dengan pemberi dukungan dapat memperoleh serta mempertahankan dukungan.

d. Lamanya pemberian dukungan

Kapasitas pemberi dukungan dipengaruhi oleh waktu pemberian dukungan untuk memberikan dukungan selama periode waktu tertentu.

Berdasarkan uraian di atas, beberapa faktor yang dapat memengaruhi dukungan sosial adalah kebutuhan fisik, kebutuhan sosial, kebutuhan psikis, pemberian dukungan sosial, jenis dukungan, penerima dukungan, dan waktu pemberian dukungan.

4. Dukungan Sosial Menurut Perspektif Islam

Dukungan sosial yaitu hal yang penting bagi manusia sebagai makhluk sosial. Keberadaan manusia selalu saling membutuhkan satu sama lain, yang kemudian interaksi timbal balik tersebut bisa menimbulkan hubungan saling ketergantungan antar individu (Bukhori, 2012: 11). Dukungan sosial juga merupakan bantuan yang berasal dari teman, tetangga, teman kerja dan orang lain (Dimatteo, 2004: 207). Dukungan sosial sangat diperlukan dalam kehidupan manusia terutama dukungan dalam hal positif. Sebagaimana yang terdapat dalam penggalan surah Al-Maidah ayat 2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ
الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam perbuatan dosa dan

permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya.” (Q.S Al-Maidah [5]: 2).

Menurut tafsir al-Misbah tentang ayat tersebut, Allah SAW memerintahkan para hamba-Nya yang taat untuk selalu berpartisipasi dalam kebajikan yaitu tolong menolong dalam perbuatan baik dan Allah SAW melarang para hamba-Nya untuk tolong menolong dalam perbuatan buruk. Sangat jelas dari ayat Al-Qur'an di atas bahwa Allah SAW memerintahkan para hamba-Nya untuk saling membantu terutama memberi bantuan dalam hal kebaikan. Kemudian Allah SAW melarang hamba-Nya untuk saling membantu dalam perbuatan dosa. Ayat tersebut menjadi prinsip dasar untuk membangun kerjasama antar manusia dengan tujuan kebaikan dan ketaatan (Shihab, 2005: 10).

Berdasarkan penjelasan di atas, sesuai dengan definisi dukungan sosial menurut King (2012: 226) yaitu dukungan sosial sebagai komitmen timbal balik yang menunjukkan bahwa individu dibantu, dihargai, dan dianggap sebagai bagian suatu kelompok. Selain itu juga berkaitan dengan aspek dukungan jaringan di mana individu dapat berbagi minat dan melakukan kegiatan bersama orang lain. Hal itu bermanfaat karena menjadi kesempatan untuk saling membantu satu sama lain (Kartono, 2013 :95).

D. Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan *Body Image*

Body image merupakan evaluasi individu terhadap penampilan fisik individu sendiri dan tingkat kepuasan individu terhadap tubuh individu. Variabel *body image* memiliki lima aspek dari Cash dan Pruzinsky (2002: 83) yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, pengkategorian ukuran tubuh.

Harga diri adalah penerimaan diri yang mengacu pada keyakinan bahwa diri sendiri layak, berharga, mampu, dan berguna terlepas dari apa yang terjadi. Variabel harga diri memiliki tiga aspek dari Heatherton dan Polivy

(1991: 907) yaitu *performance self-esteem*, *social self-esteem*, *appearance self-esteem*.

Aspek *performance self-esteem* dari harga diri berkaitan dengan aspek orientasi penampilan *body image*. Individu dengan *performance self-esteem* yang tinggi percaya bahwa dirinya cerdas dan memiliki kemampuan untuk membentuk tubuh yang ideal (Heatherton & Polivy, 1991: 907). Orientasi penampilan seperti melakukan perawatan tubuh, memakai make up, menjaga pola makan, olah raga, atau bahkan operasi plastik untuk meningkatkan penampilan diri. Usaha tersebut akan lebih mudah dilakukan apabila memiliki *performance self-esteem* yang tinggi, karena performa yang baik dapat memberi dampak yang baik (Jannah, 2022: 25). Sebagaimana menurut Ramadhani dan Putrianti (2014: 23) individu yang memiliki performa yang baik akan maju dalam pemikirannya, yaitu dengan melakukan penilaian dan meningkatkan kondisi penampilan fisiknya. Sejalan dengan pendapat Utami (2016: 70) bahwa pentingnya memiliki harga diri sebagai pondasi kemampuan individu dalam memberikan respon secara aktif dan positif terhadap kesempatan dalam kehidupan individu. Maka dari itu, individu dengan performa yang baik akan lebih mudah meningkatkan usahanya untuk memperoleh tubuh yang ideal karena individu percaya bahwa dirinya memiliki kemampuan yang baik.

Begitupun dengan aspek *social self-esteem* berkaitan dengan aspek evaluasi penampilan dan aspek kepuasan terhadap bagian tubuh pada variabel *body image*. Individu yang mempercayai bahwa orang lain menghargai dan menghormati individu, dianggap memiliki nilai sosial yang tinggi. Hal ini membuat individu dapat tampil di depan publik dengan harga diri yang tinggi, sehingga individu merasa puas dengan penampilannya (Shawli, 2019: 47). Sebagaimana menurut Heatherton dan Polivy (1991: 899) individu yang memiliki *social self-esteem* tinggi lebih peduli dengan pandangan orang lain terhadap bentuk tubuhnya dan dapat mengatasi ketidakpuasan tubuh. Sejalan dengan pendapat Jannah (2022: 26) bahwa individu dengan *social self esteem* tinggi akan menganggap pandangan orang lain merupakan penghargaan guna

menjadi lebih baik yang diberikan kepada individu. Individu ketika berpikir positif pada pendapat orang lain terhadap penampilannya, maka individu akan merasa puas dengan bagian-bagian tubuh individu maupun seluruh tubuhnya.

Kemudian aspek *appearance self-esteem* pada variabel harga diri berkaitan dengan aspek evaluasi penampilan, aspek orientasi penampilan, aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, aspek kecemasan menjadi gemuk, dan aspek pengkategorian ukuran tubuh pada *body image*, karena *appearance self-esteem* merupakan penilaian fisik individu oleh individu sendiri. Individu dengan *appearance self-esteem* tinggi akan menerima dan menyayangi dirinya dengan baik terlepas dari pandangan orang lain berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Sebagaimana menurut Heatherton dan Polivy (1991: 906-907) *appearance self-esteem* mempengaruhi individu dalam memandang kondisi fisik tubuhnya, bagaimana individu terlihat menarik dan membentuk persepsi positif untuk dirinya. Sejalan dengan pendapat Jannah (2022: 71) peningkatan harga diri penting dilakukan agar individu dapat menerima dirinya sendiri sehingga ketidakpuasan pada *body image* dapat diatasi.

Dukungan sosial adalah bantuan dalam bentuk perhatian, penghargaan, penerimaan, dan pertolongan yang diberikan oleh orang lain kepada individu yang berada di bawah tekanan, untuk membuat individu merasa diperhatikan, dihormati, dicintai, dan dihargai. Variabel dukungan sosial memiliki lima aspek dari Cutrona & Russell (1990) yaitu dukungan emosional, dukungan jaringan, dukungan penghargaan, dukungan nyata, dan dukungan informasi.

Aspek dukungan emosional dari dukungan sosial dapat mengatasi ketidakpuasan pada aspek evaluasi penampilan, aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, dan kecemasan menjadi gemuk dari aspek *body image*. Individu yang mendapatkan perhatian dan pujian dari orang lain akan merasa terhibur dan senang, sehingga individu dapat mengatasi kecemasan serta dapat menerima dirinya sendiri. Sebagaimana menurut pendapat Zuvita (2022: 181) individu yang merasakan perhatian dan kelekatan dapat mengembangkan sikap positif dan meningkatkan *body image* pada individu. Begitupun dengan

pendapat Elfeto, dkk. (2022: 32) individu yang mendapatkan kasih sayang dari orang lain akan merasa senang dengan anggota tubuhnya.

Aspek dukungan jaringan dapat mengatasi permasalahan dari aspek evaluasi penampilan, aspek orientasi penampilan, aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, aspek kecemasan menjadi gemuk, dan aspek pengkategorian ukuran tubuh dari *body image*. Ketika individu merasa dirinya diterima dalam sebuah kelompok dan kegiatan sosial, maka individu dapat membangun pertukaran dukungan sosial sehingga saling menguatkan satu sama lain. Hubungan dengan orang lain dalam bentuk kelompok dapat menjadi tempat untuk berbagi cerita dan memperoleh dukungan bagi individu (Nuriyyatiningrum, dkk., 2020: 91). Sejalan dengan pendapat Irdianty dan Hadi (2012: 123) individu yang mengakrabkan diri dalam hubungan sosial dan saling berbagi informasi dapat menerima dukungan sosial sehingga *body image* individu dapat optimal. Perasaan individu akan diterimanya diri oleh orang lain cenderung berhubungan dengan *body image* yang positif (Gerner & Wilson, 2005: 313).

Aspek penghargaan atau pengakuan berkaitan dengan aspek evaluasi penampilan dan aspek pengkategorian ukuran tubuh. Individu yang mendapat penghargaan atau pengakuan dari orang lain akan merasa puas dengan penampilannya. Sebagaimana menurut Ammar dan Nurmala (2020: 29) pengakuan dari orang lain dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap tubuhnya yang mengarah pada evaluasi penampilan. Pengakuan dari orang lain menimbulkan penilaian yang baik terhadap diri individu sehingga individu merasa puas dengan penampilannya (Wirmadani & Putra, 2019: 91).

Aspek dukungan nyata berkaitan dengan aspek orientasi penampilan. Individu yang mendapatkan bantuan nyata seperti menerima barang maupun jasa terkait *body image positif* dapat mengatasi masalah terkait ketidakpuasan pada tubuh individu. Sebagaimana menurut penelitian Khairunisa (2015: 67) semakin tinggi tingkat dukungan instrumental yang individu terima maka semakin tinggi *body image* individu. Kemudian menurut Fitriani (2018: 52)

individu yang menerima dukungan instrumental dari orang lain dapat meningkatkan *body image* yang positif.

Begitupun aspek dukungan informasi berkaitan dengan aspek orientasi penampilan. Individu yang memperoleh informasi untuk mengatasi masalah *body image* dapat meningkatkan kepuasan terhadap tubuh individu. Sejalan dengan pendapat Zuvita, dkk. (2022: 178) bahwa individu dengan dukungan informasi seperti memberi saran maupun informasi tentang *body image* positif dapat mengatasi *body image* negatif individu. Selain itu, menurut Yunalia, dkk. (2017: 27) dukungan informasi dalam bentuk memberi nasihat maupun motivasi kepada individu yang mengalami *body image* negatif dapat membuat individu menerima keadaan tubuhnya.

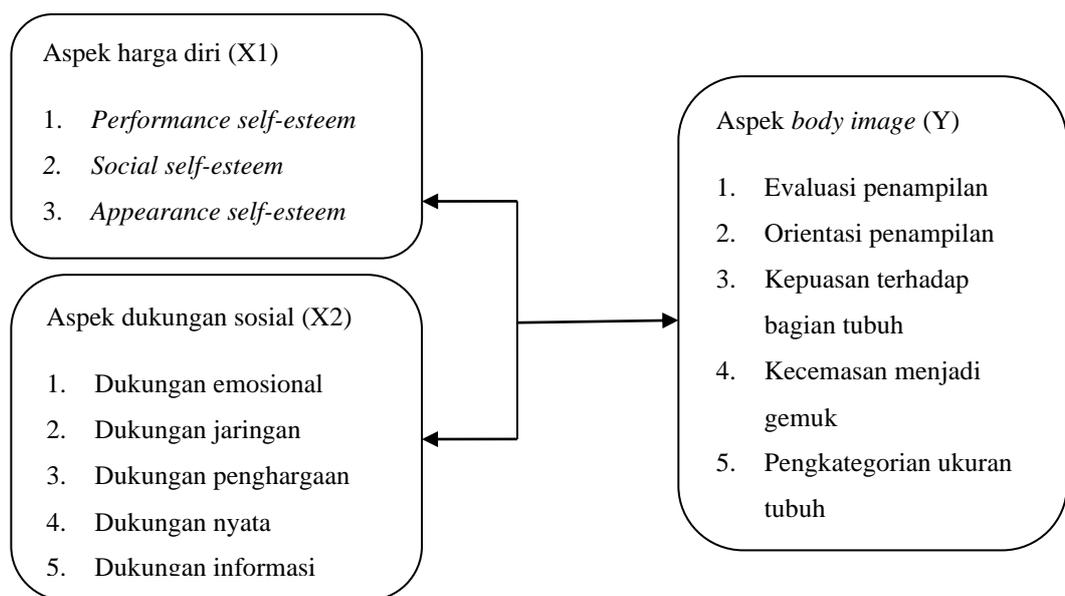
Aspek harga diri dan dukungan sosial saling berkaitan satu sama lain dengan aspek *body image* dari setiap variabel. Aspek harga diri dan dukungan sosial dapat mengatasi *body image* negatif. *Social self-esteem* dan *appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan emosional, dukungan jaringan, dan dukungan penghargaan dari aspek dukungan sosial dapat meningkatkan kepuasan pada evaluasi penampilan dari aspek *body image*, untuk senantiasa berpikir positif terhadap tubuh individu. *Performance self-esteem* dan *appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan jaringan, dukungan nyata, dan dukungan informasi dari aspek dukungan sosial dapat meningkatkan orientasi penampilan dari aspek *body image*, untuk terus berusaha dalam merawat dan memperbaiki penampilan fisik individu. *Social self-esteem* dan *appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan emosional dan dukungan jaringan dari aspek dukungan sosial dapat meningkatkan kepuasan terhadap bagian tubuh dari aspek *body image*. *Appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan emosional dan dukungan jaringan dari aspek dukungan sosial dapat mengatasi kecemasan menjadi gemuk dari aspek *body image*, untuk senantiasa menerima berat badan individu. *Appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan jaringan dan dukungan penghargaan dari aspek dukungan sosial dapat mengatasi permasalahan terhadap pengkategorian ukuran tubuh dari

aspek *body image*, untuk senantiasa menerima ukuran tubuh serta berpikir positif terhadap tubuh individu sehingga individu percaya bahwa penampilan tubuhnya menarik.

Aspek *body image* yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh dapat diatasi dengan aspek dari harga diri dan dukungan sosial. Sehingga setiap variabel memiliki hubungan satu sama lain. Ketika harga diri dan dukungan sosial tinggi maka individu akan memiliki *body image* yang positif, sebaliknya apabila harga diri dan dukungan sosial rendah maka *body image* individu akan semakin negatif.

Merujuk pada hubungan antara variabel yang sudah dijelaskan di atas, maka untuk merumuskan hipotesis, di bawah ini terdapat gambaran model rangka pemikiran. Pada penelitian ini akan menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hal ini yang menjadi variabel independen yaitu harga diri (X1), dan dukungan sosial (X2) serta variabel dependen adalah *body image* (Y). Berikut bagan yang menampilkan kerangka pemikiran yaitu:

Bagan 2. 1 Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan *Body Image*



E. Hipotesis

Hipotesis atau asumsi dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah tetapi masih spekulatif karena perlu didukung oleh bukti. Jawaban yang dituduhkan adalah kebenaran sementara yang akan diuji kebenarannya menggunakan data berbasis penelitian. Merujuk pada paparan teori yang sudah dibahas, hipotesis yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Adanya hubungan positif antara harga diri dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram.

H2 : Adanya hubungan positif antara dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram.

H3 : Adanya hubungan positif antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian jenis kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Penelitian kuantitatif berfokus pada data numerik yang telah dikumpulkan melalui pengukuran dan dianalisis menggunakan metode statistik. Bukti pentingnya perbedaan kelompok atau pentingnya korelasi antara variabel akan dipastikan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif (Azwar, 2022: 5). Sedangkan tujuan penelitian korelasional yaitu untuk melihat kekuatan dan hubungan antar variabel dengan mempelajari sejauh mana perubahan pada satu variabel dengan perubahan pada satu atau lebih variabel lainnya (Azwar, 2022: 7).

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah karakteristik yang mengalami perubahan tertentu yang diputuskan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2019: 68). Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu *body image*, harga diri, dan dukungan sosial.

a. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang disebabkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2019: 69). Variabel terikat pada penelitian ini adalah *body image* (Y).

b. Variabel bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi perubahan atau menimbulkan variabel terikat (Sugiyono, 2019: 69). Variabel bebas pada penelitian ini adalah harga diri (X1) dan dukungan sosial (X2).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional yaitu pengertian untuk mengetahui variabel yang dirumuskan sesuai pada karakteristik variabel yang bisa diamati tersebut (Azwar, 2022: 105).

a. *Body Image*

Body image adalah penilaian individu terhadap penampilan fisik atau tubuh individu, serta seberapa jauh kepuasan individu terhadap tubuhnya sendiri. Skala yang dibuat berdasarkan aspek *body image* yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh. Semakin tinggi skor skala *body image* maka semakin tinggi *body image* individu, semakin rendah skor skala *body image* maka semakin rendah pula *body image* pada individu.

b. Harga Diri

Harga diri adalah penilaian terhadap diri individu yang mencakup penilaian positif dan penilaian negatif serta dapat mengungkapkan seberapa besar keberhargaan diri serta keahlian yang dimiliki individu. Skala yang dibuat berdasarkan aspek harga diri yaitu *performance self-esteem*, *social self-esteem*, dan *appearance self-esteem*. Semakin tinggi skor skala harga diri maka semakin tinggi harga diri pada individu, semakin rendah skor skala harga diri maka semakin rendah tingkat harga diri pada individu.

c. Dukungan Sosial

Dukungan sosial adalah segala bentuk perhatian, penghargaan, penerimaan, dan pertolongan dalam bentuk lain yang berasal dari orang-orang yang memiliki ikatan sosial yang erat dengan individu. Skala yang dibuat berdasarkan aspek dukungan sosial yaitu aspek dukungan emosional, aspek dukungan jaringan, aspek dukungan penghargaan, aspek dukungan nyata, dan aspek dukungan informasi. Semakin tinggi skor skala dukungan sosial maka semakin tinggi

tingkat dukungan sosial, semakin rendah skor skala dukungan sosial maka semakin rendah tingkat dukungan sosial yang diperoleh individu.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini yaitu menggunakan skala berbentuk *google form* yang disebar di media sosial Instagram.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 4 – 11 Desember 2023.

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan kategori luas yang terdiri dari subjek atau objek dengan karakteristik tertentu, sehingga dijadikan peneliti untuk diteliti dan diambil kesimpulan (Sugiyono, 2019: 126). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja akhir wanita yang aktif menggunakan Instagram. Menurut Santrock (2005: 26) remaja akhir yaitu usia 18-22 tahun. Populasi tersebut merupakan populasi *infinite* karena jumlahnya tidak pasti atau tidak terhingga.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang mewakili populasi (Sugiyono, 2019: 127). Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan perhitungan sampel dari suatu populasi berlandaskan tabel penentuan jumlah sampel Isaac dan Michael dari populasi *infinite* dengan taraf kesalahan 10%. Maka sampel yang diambil berjumlah 272 remaja akhir wanita yang aktif menggunakan Instagram.

3. Teknik Sampling

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel ditentukan melalui teknik *nonprobability sampling* yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *nonprobability sampling* merupakan teknik pengampilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap

anggota populasi yang dipilih untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2019: 131). Sedangkan teknik *purposive sampling* merupakan teknik dalam pemilihan sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2019: 131). Pada pengampilan sampel pada penelitian ini, peneliti mencari sampel dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Pengguna Instagram aktif.
- b. Wanita.
- c. Berusia 18-22 tahun.
- d. Telah menggunakan Instagram minimal selama dua tahun.
- e. Penduduk Jawa Tengah.
- f. Bersedia mengisi skala yang diberikan peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan skala yang disebar dalam bentuk *google form*. Teknik pengumpulan data dengan skala merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada subjek untuk dijawab (Sugiyono, 2017: 142). Skala sikap digunakan dalam penelitian untuk mengungkap sikap pro dan kontra, positif maupun negatif, atau sesuai dan tidak sesuai terhadap suatu objek sosial (Azwar, 2022: 137). Subjek akan diminta untuk memberi jawaban pada beberapa pernyataan oleh peneliti dalam bentuk skala dengan metode empat pilihan jawaban, karena menurut Sarjono (2011) skala dengan empat pilihan jawaban merupakan yang paling tepat. Dalam skala ini terdapat dua pernyataan yaitu *favorable* dan *unfavorable* yang ditentukan berdasarkan tabel di bawah ini.

Tabel 3. 2 Skoring Skala

Respon	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

Penelitian ini menggunakan tiga skala yaitu skala *body image*, harga diri, dan dukungan sosial. Setiap skala pada penelitian ini memiliki indikator untuk diukur, berikut skala yang akan digunakan dalam penelitian ini.

1. Skala *Body Image* (Y)

Skala *body image* digunakan guna mengukur seberapa tinggi tingkat *body image* remaja akhir wanita pengguna Instagram. Skala *body image* ini dibuat berdasarkan aspek dari Cash dan Pruzinsky (2002: 83), yaitu aspek evaluasi penampilan, aspek orientasi penampilan, aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, aspek kecemasan menjadi gemuk, dan aspek pengkategorian ukuran tubuh.

Tabel 3. 3 Blueprint *Body Image*

No.	Aspek	Butir Aitem		Jumlah
		F (+)	UF(-)	
1.	Evaluasi penampilan	1, 21	11, 31	8
		2, 22	12, 32	
2.	Orientasi penampilan	3, 23	13, 33	8
		4, 24	14, 34	
3.	Kepuasan terhadap bagian tubuh	5, 25	15, 35	8
		6, 26	16, 36	
4.	Kecemasan menjadi gemuk	7, 27	17, 37	8
		8, 28	18, 38	

5.	Pengkategorian ukuran tubuh	9, 29	19, 39	8
		10, 30	20, 40	
Total		20	20	40

2. Skala Harga Diri (X1)

Skala harga diri digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat harga diri remaja akhir wanita pengguna Instagram. Skala ini dibuat berdasarkan aspek dari Heatherton dan Polivy (1991: 907) yaitu aspek *performance self-esteem*, aspek *social self-esteem*, dan aspek *appearance self-esteem*.

Tabel 3. 4 Blueprint Harga Diri

No.	Aspek	Butir Aitem		Jumlah
		F (+)	UF (-)	
1.	<i>Performance self-esteem</i>	1, 13	7, 19	8
		2, 14	8, 20	
2.	<i>Social self-esteem</i>	3, 15	9, 21	8
		4, 16	10, 22	
3.	<i>Appearance self-esteem</i>	5, 17	11, 23	8
		6, 18	12, 24	
Total		12	12	24

3. Skala Dukungan Sosial (X2)

Skala dukungan sosial digunakan untuk mengukur seberapa besar tingkat dukungan sosial remaja akhir wanita pengguna Instagram. Skala ini dibuat berdasarkan aspek dari Cutrona dan Russel (1990) yaitu aspek dukungan emosional, aspek dukungan jaringan, aspek dukungan penghargaan, aspek dukungan nyata, dan aspek dukungan informasi.

Tabel 3. 5 Blueprint Dukungan Sosial

No.	Aspek	Butir Aitem		Jumlah
		F (+)	UF (-)	
1.	Dukungan emosional	1, 21	11, 31	8
		2, 22	12, 32	
2.	Dukungan jaringan	3, 23	13, 33	8
		4, 24	14, 34	
3.	Dukungan penghargaan	5, 25	15, 35	8
		6, 26	16, 36	
4.	Dukungan nyata	7, 27	17, 37	8
		8, 28	18, 38	
5.	Dukungan informasi	9, 29	19, 39	8
		10, 30	20, 40	
Total		20	20	40

F. Validitas dan Reabilitas Alat Ukur

1. Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan pada alat ukur yang digunakan saat mengukur variabel yang diinginkan (Azwar, 2022: 148). Hasil ukur yang valid adalah data kuantitatif yang searah dengan variabel yang diukur (Azwar, 2022: 149). Uji validitas yang akan digunakan yaitu validitas isi. Validitas isi akan menguji relevansi pada setiap pernyataan yaitu bertujuan untuk mempelajari apakah seluruh isi telah komprehensif sesuai dengan ranah informasi yang hendak diteliti (Azwar, 2022: 149). Pada penilaian terhadap kelayakan variabel dalam penelitian ini yaitu para ahli diminta untuk menilai instrumen yang telah dibuat atau disebut dengan *expert judgment* (Sugiyono, 2019: 180).

Kemudian skala akan diuji daya beda item menggunakan korelasi item total (*corrected-total item correlation*). Uji melalui aplikasi SPSS for Windows, perhitungan dilakukan dengan mengkorelasikan skor item

dengan skor item agar dapat menghasilkan koefisien korelasi total item (rix) atau indeks daya beda item (Azwar, 2022: 51). Indeks daya beda item adalah koefisien yang menunjukkan bahwa fungsi item dan fungsi alat ukur sejalan. Item dengan koefisien korelasi item total 0,3 atau lebih, memiliki daya pembeda yang layak (Idrus, 2009: 124). Pengambilan data akan menggunakan item yang memiliki nilai $rix \geq 0,3$.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah konsistensi alat ukur, yaitu ketika digunakan oleh orang yang berbeda dan di waktu yang berbeda akan menghasilkan data yang cenderung sama. Instrumen dapat dianggap reliabel jika menghasilkan data yang sama ketika diukur dengan objek yang sama (Sugiyono, 2017: 130). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik reabilitas *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS *for windows*. Dengan rentang angka reabilitas 0,00 hingga 1,00 atau variabel yang melaporkan nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,60. Ketika nilai reabilitas mendekati angka 1,00, skala reabilitas koefisien dianggap tinggi. Namun jika nilainya mendekati angka 0, skala reabilitas koefisien dianggap rendah (Ghozali, 2011: 48). Selain itu, variabel harus memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,60 agar dianggap reliabel. Semakin tinggi koefisien reliabilitas ukur maka eror yang terjadi pada pengukuran juga cenderung kecil (Azwar, 2022: 150).

Berikut ukuran kepastian *Alpha Cronbach* dikelompokkan dalam lima kelas:

- a. Nilai *alpha cronbach* 0,00 – 0,20 = Kurang reliabel
- b. Nilai *alpha cronbach* 0,21 – 0,40 = Agak reliabel
- c. Nilai *alpha cronbach* 0,41 – 0,60 = Cukup reliabel
- d. Nilai *alpha cronbach* 0,61 – 0,80 = Reliabel
- e. Nilai *alpha cronbach* 0,81 – 1,00 = Sangat reliabel

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

1) *Body Image*

Skala *body image* yang digunakan dalam penelitian ini dan diuji coba alat ukur berjumlah 40 aitem. Skala tersebut diuji cobakan kepada 30 remaja akhir wanita yang aktif menggunakan Instagram. Hasil *corrected item-total correlation* menunjukkan terdapat 31 aitem dinyatakan valid dan 9 aitem dinyatakan gugur karena nilai $r_{ix} \leq 0,3$. Aitem yang gugur yaitu aitem nomor 13, 18, 19, 21, 23, 26, 30, 35, dan 37. Berikut merupakan hasil uji validitas korelasi item total dalam penelitian ini.

Tabel 3. 6 *Blueprint* Skala *Body Image* Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Butir Aitem		Jumlah
		F (+)	UF(-)	
1.	Evaluasi penampilan	1, 21*	11, 31	8
		2, 22	12, 32	
2.	Orientasi penampilan	3, 23*	13*, 33	8
		4, 24	14, 34	
3.	Kepuasan terhadap bagian tubuh	5, 25	15, 35*	8
		6, 26*	16, 36	
4.	Kecemasan menjadi gemuk	7, 27	17, 37*	8
		8, 28	18*, 38	
5.	Pengkategorian ukuran tubuh	9, 29	19*, 39	8
		10, 30*	20, 40	
Total		20	20	40

2) Harga Diri

Skala harga diri yang digunakan dalam penelitian ini dan diuji coba alat ukur berjumlah 24 aitem. Skala tersebut diuji cobakan kepada 30 remaja akhir wanita yang aktif menggunakan

Instagram. Hasil *corrected item-total correlation* menunjukkan terdapat 20 aitem dinyatakan valid dan 4 aitem dinyatakan gugur karena nilai $r_{ix} \leq 0,3$. Aitem yang gugur yaitu aitem nomor 7, 8, 10, dan 22. Berikut merupakan hasil uji validitas korelasi item total dalam penelitian ini.

Tabel 3. 7 Blueprint Skala Harga Diri Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Butir Aitem		Jumlah
		F (+)	UF (-)	
1.	<i>Performance self-esteem</i>	1, 13	7*, 19	8
		2, 14	8*, 20	
2.	<i>Social self-esteem</i>	3, 15	9, 21	8
		4, 16	10*, 22*	
3.	<i>Appearance self-esteem</i>	5, 17	11, 23	8
		6, 18	12, 24	
Total		12	12	24

3) Dukungan Sosial

Skala dukungan sosial yang digunakan dalam penelitian ini dan diuji coba alat ukur berjumlah 40 aitem. Skala tersebut diuji cobakan kepada 30 remaja akhir wanita yang aktif menggunakan Instagram. Hasil *corrected item-total correlation* menunjukkan terdapat 36 aitem dinyatakan valid dan 4 aitem dinyatakan gugur karena nilai $r_{ix} \leq 0,3$. Aitem yang gugur yaitu aitem nomor 3, 7, 27, dan 36. Berikut merupakan hasil uji validitas korelasi item total dalam penelitian ini.

Tabel 3. 8 *Blueprint* Skala Dukungan Sosial Setelah Uji Coba

No.	Aspek	Butir Aitem		Jumlah
		F (+)	UF (-)	
1.	Dukungan emosional	1, 21	11, 31	8
		2, 22	12, 32	
2.	Dukungan jaringan	3*, 23	13, 33	8
		4, 24	14, 34	
3.	Dukungan penghargaan	5, 25	15, 35	8
		6, 26	16, 36*	
4.	Dukungan nyata	7*, 27*	17, 37	8
		8, 28	18, 38	
5.	Dukungan informasi	9, 29	19, 39	8
		10, 30	20, 40	
Total		20	20	40

b. Uji Reliabilitas

1) Tabel hasil uji reliabilitas *body image*

Tabel 3. 9 Reliabilitas Skala *Body Image* Sebelum Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	40

Tabel 3. 10 Reliabilitas Skala *Body Image* Sesudah Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	31

2) Tabel hasil uji reliabilitas harga diri

Tabel 3. 11 Reliabilitas Skala Harga Diri Sebelum Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	24

Tabel 3. 12 Reliabilitas Skala Harga Diri Sesudah Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	20

3) Tabel hasil uji reliabilitas dukungan sosial

Tabel 3. 13 Reliabilitas Skala Dukungan Sosial Sebelum Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	40

Tabel 3. 14 Reliabilitas Skala Dukungan Sosial Sesudah Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.956	36

Berdasarkan hasil uji reliabilitas sebelum gugur yang telah dilakukan peneliti, diperoleh *Cronbach's Alpha* sebesar 0,871 untuk skala *body image*, 0,879 untuk skala harga diri, dan 0,974 untuk skala dukungan sosial. Sedangkan hasil uji reliabilitas sesudah gugur yang telah dilakukan peneliti, diperoleh *Cronbach's Alpha* sebesar 0,883

untuk skala *body image*, 0,896 untuk skala harga diri, dan 0,956 untuk skala dukungan sosial. Berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*, variabel pada penelitian ini reliabel karena skor koefisien *Cronbach's Alpha* \geq 0,60.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini bersifat kuantitatif dan dianalisis melalui statistik. Berikut teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

1. Uji Normalitas

Menurut Khairinal (2016: 350), uji normalitas adalah suatu uji data apakah data yang tersedia mendekati nilai rata-rata yang normal. Uji tersebut dilakukan untuk melihat apakah distribusi data penelitian terdistribusi secara normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov* di mana jika data yang ada terdapat signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut dianggap tidak terdistribusi secara normal. Sedangkan apabila signifikansi lebih dari 0,05 maka data tersebut dapat dianggap terdistribusi secara normal (Widhiarso, 2012: 3).

2. Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel bersifat linier dan menyangkut variabel bebas dan terikat (Abdullah & Sutanto, 2015: 323). Uji linieritas dilakukan menggunakan SPSS *for Windows* melalui *test of linearity* dan *deviation from linierity*. Apabila nilai signifikansi pada *linierity* kurang dari 0,05 atau nilai signifikansi pada *deviation from linierity* lebih dari 0,05 maka terdapat hubungan linier antar variabel (Widhiarso, 2010: 5).

3. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah berdasarkan teori terkait (Azwar, 2022: 61). Uji hipotesis adalah

bagian dari statistik yang bertujuan untuk mengambil kesimpulan berdasarkan analisis data. Peneliti menguji hipotesis pertama (H1) dan hipotesis kedua (H2) menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*. Teknik analisis korelasi *product moment* adalah teknik yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis antara dua variabel (Sugiyono, 2018: 231). Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima, namun apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H0 diterima sedangkan H1 ditolak.

Uji hipotesis pada hipotesis ketiga (H3) menggunakan teknik analisis korelasi berganda (*multiple correlation*) untuk melihat arah hubungan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat, serta terdapat dasar penilaian yang sama dengan koefisien korelasi. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis dinyatakan dapat diterima (Arsyam, dkk., 2020: 235).

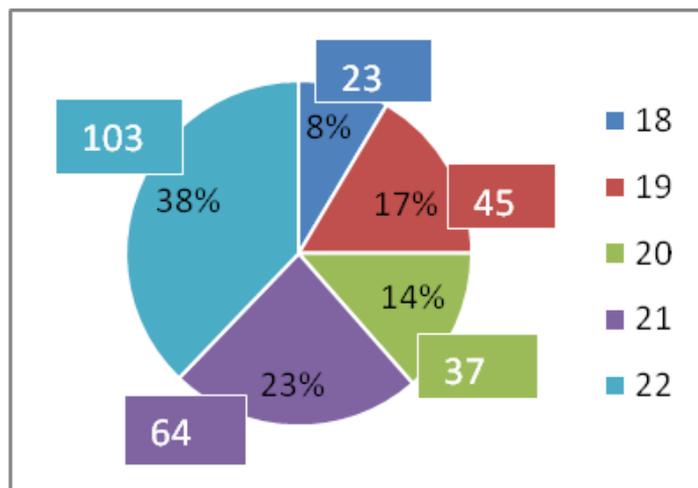
BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek

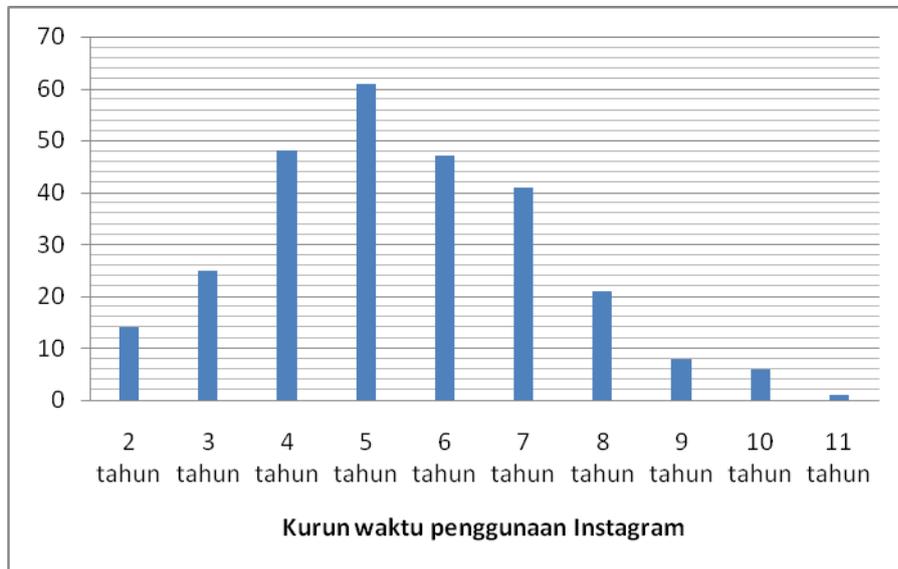
Subjek dalam penelitian ini yaitu remaja akhir wanita pengguna Instagram. Terdapat sampel sebanyak 272 remaja akhir wanita pengguna Instagram. Berikut data subjek penelitian berdasarkan usia dan waktu penggunaan Instagram sejak pertama kali.

Bagan 4. 1 Data Subjek Penelitian Berdasarkan Usia



Berdasarkan bagan 4.1 diketahui bahwa presentase dari 272 subjek terdapat 8% (23 subjek) berusia 18 tahun, 17% (45 subjek) berusia 19 tahun, 14% (37 subjek) berusia 20 tahun, 23% (64 subjek) berusia 21 tahun, dan 38% (103 subjek) berusia 22 tahun.

Bagan 4. 2 Data Subjek Penelitian Berdasarkan Kurun Waktu Penggunaan Instagram



Berdasarkan bagan 4.2 diketahui bahwa sebanyak 14 subjek yang telah menggunakan Instagram selama 2 tahun, 25 subjek selama 3 tahun, 48 subjek selama 4 tahun, 61 subjek selama 5 tahun, 47 subjek selama 6 tahun, 41 selama 7 tahun, 21 subjek selama 8 tahun, 8 subjek selama 9 tahun, 6 subjek selama 10 tahun, serta 1 subjek selama 11 tahun.

2. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian ini menunjukkan data dari variabel harga diri, dukungan sosial, dan *body image*. Tujuan dari deskripsi data ini yaitu untuk mengetahui gambaran terkait variabel harga diri, dukungan sosial, dan *body image* pada pengguna Instagram. Pada tabel hasil olah data dengan bantuan program SPSS 26 *for windows* menunjukkan nilai *minimum*, *maximum*, *mean*, dan *standar deviasi* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Body Image	272	65.00	120.00	85.9485	8.29290
Harga Diri	272	43.00	76.00	59.8529	6.12542
Dukungan Sosial	272	65.00	144.00	106.7243	11.85371
Valid N (listwise)	272				

Pada tabel 4. 1 diketahui bahwa hasil data variabel *body image* memiliki nilai *minimum* 65, nilai *maximum* 120, nilai *mean* 85,94, dan *std. deviation* 8,29. Kemudian variabel harga diri memperoleh nilai *minimum* 43, nilai *maximum* 76, nilai *mean* 59,85, dan nilai *std. deviation* sebesar 6,12. Sedangkan variabel dukungan sosial memperoleh nilai *minimum* 65, nilai *maximum* 144, nilai *mean* 106,72, dan nilai *std. deviation* 11,85. Berdasarkan hasil data tersebut, dapat dilihat kategori skor variabel pada tabel berikut:

Tabel 4. 2 Kategori Skor Variabel *Body Image*

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (Mean - 1SD)$	$< 77,66$	Rendah
$(Mean - 1SD) \leq X < (Mean + 1SD)$	$77,66 \leq X < 94,24$	Sedang
$X \geq (Mean) + 1SD$	$\geq 94,24$	Tinggi

Berdasarkan tabel 4. 2 dapat dilihat bahwa *body image* pada pengguna Instagram dapat dikategorikan tinggi jika skor yang diperoleh lebih besar atau sama dengan 94,24, dikategorikan sedang jika skor di antara 77,66 hingga 94,24, serta dikategorikan rendah jika skor yang diperoleh kurang dari 77,66. Merujuk pada tabel tersebut, maka tingkat

body image pada remaja akhir wanita pengguna Instagram yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Distribusi Variabel *Body Image*

		Body Image			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Rendah	37	13.6	13.6	13.6
	Sedang	198	72.8	72.8	86.4
	Tinggi	37	13.6	13.6	100.0
	Total	272	100.0	100.0	

Pada tabel 4. 3 dapat dilihat bahwa ada tiga kategori skor dalam skala *body image* pada pengguna Instagram dalam kategori tinggi sebanyak 37 pengguna Instagram terdapat presentase sebesar 13,6% dinyatakan memiliki *body image* yang tinggi, sedangkan pada kategori sedang sebanyak 198 pengguna dengan presentase sebesar 72,8% dinyatakan memiliki *body image* sedang, serta pada kategori rendah terdapat 37 pengguna dengan presentase 13,6% dinyatakan memiliki *body image* rendah.

Tabel 4. 4 Kategori Skor Variabel Harga Diri

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (Mean - 1SD)$	$< 53,72$	Rendah
$(Mean - 1SD) \leq X < (Mean + 1SD)$	$53,72 \leq X < 65,97$	Sedang
$X \geq (Mean) + 1SD)$	$\geq 65,97$	Tinggi

Tabel 4. 4 menunjukkan bahwa hasil kategori skor untuk variabel harga diri pada subjek dinyatakan tinggi jika skor lebih dari atau sama dengan 65,97, dinyatakan sedang jika memiliki skor di antara 53,72 hingga 65,97, dan dinyatakan memiliki harga diri tinggi rendah jika skor

kurang dari 53,72. Merujuk pada tabel tersebut, maka hasil dari harga diri pada remaja akhir wanita pengguna Instagram yaitu sebagai berikut.

Tabel 4. 5 Distribusi Variabel Harga Diri

		Harga Diri			
		Frequency	Percent	Valid Percent	umulative Percent
d	ndah	34	12.5	12.5	12.5
	lang	193	71.0	71.0	83.5
	ggi	45	16.5	16.5	100.0
	al	272	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4. 5 dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga skor dalam skala harga diri. Sebesar 16,5% termasuk kategori tinggi atau sebanyak 45 pengguna Instagram dinyatakan memiliki harga diri tinggi, kemudian kategori sedang sebesar 71% atau sebanyak 193 pengguna dinyatakan memiliki harga diri sedang, serta 12,5% termasuk kategori rendah yaitu sebanyak 34 pengguna dinyatakan memiliki harga diri rendah.

Tabel 4. 6 Kategori Skor Variabel Dukungan Sosial

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (Mean - 1SD)$	$< 94,87$	Rendah
$(Mean - 1SD) \leq X < (Mean + 1SD)$	$94,87 \leq X < 118,57$	Sedang
$X \geq (Mean) + 1SD)$	$\geq 118,57$	Tinggi

Berdasarkan tabel 4. 6 diketahui bahwa dukungan sosial pada pengguna Instagram dikategorikan tinggi jika skor lebih dari atau sama dengan 118,57, sedang jika skor di antara 94,87 hingga 118,57, dan rendah jika skor kurang dari 94,87. Berdasarkan pada tabel tersebut, tingkat dukungan sosial pada pengguna Instagram dikelompokkan sebagai berikut.

Tabel 4. 7 Distribusi Variabel Dukungan Sosial

		Dukungan Sosial			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Rendah	39	14.3	14.3	14.3
	Sedang	195	71.7	71.7	86.0
	Tinggi	38	14.0	14.0	100.0
	Total	272	100.0	100.0	

Pada tabel 4. 7 dapat diketahui bahwa terdapat tiga kategori pada skala dukungan sosial. Kategori tinggi sebesar 14% atau sebanyak 38 pengguna Instagram dinyatakan memiliki dukungan sosial tinggi. Kemudian sebesar 71,7% termasuk kategori sedang atau sebanyak 195 pengguna dinyatakan memiliki dukungan sosial sedang. Sedangkan 14,3% termasuk kategori rendah atau sebanyak 39 pengguna memiliki dukungan sosial yang rendah.

B. Hasil Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* dengan bantuan SPSS 26 *for windows*. Uji ini bertujuan untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak. Apabila data penelitian menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05 maka data dapat dikatakan terdistribusi normal. Begitu pula sebaliknya, apabila data penelitian menunjukkan signifikansi kurang dari 0,05 maka data dianggap tidak terdistribusi normal. Berikut tabel hasil uji normalitas:

Tabel 4. 8 Hasil Normalitas Harga Diri, Dukungan Sosial, dan *Body Image*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		272
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.13919037
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.042
	Negative	-.041
Test Statistic		.042
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4. 8 hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka data penelitian ini dapat dinyatakan terdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Pada uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah hubungan antar variabel bersifat linier dan menyangkut variabel bebas dan terikat. Data dianggap linier apabila nilai signifikansi pada *linierity* kurang dari 0,05 atau nilai *deviation from linierity* lebih dari 0,05. Berikut tabel hasil uji linieritas.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga Diri dan *Body Image*

ANOVA Table

				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Body Image * Harga Diri	Between Groups	Combined)		9879.631	31	318.698	8.782	.000
		Linearity		8365.090	1	8365.090	30.511	.000
		Deviation from Linearity		1514.541	30	50.485	1.391	.093

Within Groups	8709.428	240	36.289		
Total	18589.059	271			

B

erdasarkan tabel 4. 9 dapat diketahui di bagian kolom *linearity*, variabel harga diri dan *body image* memiliki nilai signifikansi 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, serta nilai signifikansi pada kolom *deviation from linearity* sebesar 0,093 yang berarti lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel harga diri dan *body image*.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Linieritas Variabel Dukungan Sosial dan *Body Image*

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Body Image * Dukungan Sosial	Between Groups (Combined)	8066.255	56	144.040	2.943	.000
	Linearity	4393.670	1	4393.670	89.771	.000
	Deviation from Linearity	3672.585	55	66.774	1.364	.062
	Within Groups	10522.804	215	48.943		
	Total	18589.059	271			

Tabel 4. 10 dapat dilihat di bagian kolom *linearity*, variabel dukungan sosial dan *body image* menunjukkan nilai signifikansi 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 dan nilai signifikansi pada *deviation from linearity* sebesar 0,062 yang berarti lebih dari 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan terdapat hubungan yang linier antara variabel dukungan sosial dan *body image*.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* dan korelasi berganda dengan bantuan SPSS 26 *for windows* yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pengujian ini dilakukan secara tiga tahap karena terdapat tiga variabel pada penelitian ini yaitu harga diri, dukungan sosial, dan *body image*.

a. Uji hipotesis pertama

Uji hipotesis pertama yaitu menguji apakah terdapat hubungan positif antara harga diri dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Pada uji ini peneliti menggunakan teknik korelasi *product moment*. Berikut tabel dari uji korelasi antara harga diri dan *body image*:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis Harga Diri dengan *Body Image*

		Harga Diri	Body Image
Harga Diri	Pearson Correlation	1	.671**
	Sig. (2-tailed)		.000
		272	272
Body Image	Pearson Correlation	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
		272	272

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4. 11 menunjukkan nilai koefisien korelasi yang diperoleh yaitu 0,671 yang berarti termasuk kategori kuat dan nilai signifikansi antara harga diri dan *body image* yaitu 0,000. Maka korelasi antara kedua variabel dinyatakan sangat signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima, yang artinya terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Semakin tinggi harga diri pengguna

Instagram, maka semakin tinggi pula *body image* pada pengguna Instagram. Sebaliknya semakin rendah harga diri yang dimiliki pengguna Instagram, maka akan semakin rendah juga *body image* pengguna Instagram.

b. Uji hipotesis kedua

Uji hipotesis kedua dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan positif antara dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Uji ini menggunakan teknik korelasi *product moment*. Tabel dari uji korelasi antara dukungan sosial dengan *body image* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis Dukungan Sosial dengan *Body Image*

		Dukungan Sosial	Body Image
Dukungan Sosial	Pearson Correlation	1	.486**
	Sig. (2-tailed)		.000
		272	272
Body Image	Pearson Correlation	.486**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
		272	272

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel 4. 12 dapat dilihat bahwa nilai koefisien yang didapat yaitu 0,486 yang berarti termasuk kategori sedang, seta nilai signifikansi antara dukungan sosial dan *body image* yaitu 0,000. Hal ini kedua variabel dinyatakan memiliki korelasi sangat signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka hipotesis pertama dapat diterima, yang artinya hubungan antara harga diri dan *body image* pada pengguna media sosial Instagram dinyatakan memiliki

hubungan positif yang sangat signifikan. Semakin tinggi dukungan sosial yang diperoleh pengguna Instagram, maka semakin tinggi juga *body image* pada pengguna Instagram. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah dukungan sosial yang diperoleh pengguna Instagram, maka semakin rendah pula *body image* pada pengguna Instagram.

c. Uji hipotesis ketiga

Uji hipotesis ketiga yaitu untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Uji ini menggunakan teknik korelasi berganda. Hasil uji korelasi antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 13 Model Summary Hasil Uji Hipotesis Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan *Body Image*

Model R	Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
					Change	df1	df2	
.672 ^a	.452	.448	6.16078	.452	111.017	2	269	.000

a. Predictors: (Constant), Dukungan Sosial, Harga Diri

Berdasarkan tabel 4. 13 dapat diketahui terdapat nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0,672, yaitu memiliki hubungan yang kuat. Kemudian untuk mengetahui nilai signifikansi dari koefisien korelasi berganda dilihat pada bagian *Sig. F Change* yaitu 0,000. Hal ini korelasi antara variabel dapat dinyatakan sangat signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Hal ini ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ketiga dapat diterima, yaitu terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Semakin tinggi harga diri dan dukungan sosial pada pengguna Instagram, maka semakin

tinggi pula *body image* pada pengguna Instagram. Sebaliknya, apabila semakin rendah harga diri dan dukungan sosial pada pengguna Instagram, maka semakin rendah juga *body image* pada pengguna Instagram.

Berdasarkan analisis data yang telah dijelaskan di atas, merujuk pada nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ketiga hipotesis yang diajukan peneliti dapat diterima, artinya pada hipotesis pertama terdapat hubungan positif yang kuat dan sangat signifikan antara harga diri dengan *body image* pada pengguna Instagram. Maka semakin tinggi harga diri pengguna Instagram, semakin tinggi pula *body image* pada pengguna. Sebaliknya semakin rendah harga diri yang dimiliki pengguna Instagram, maka akan semakin rendah juga *body image* pengguna Instagram. Kedua, terdapat hubungan positif yang sedang dan sangat signifikan antara dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram. Semakin tinggi dukungan sosial yang diperoleh pengguna Instagram, semakin tinggi pula *body image* pada pengguna Instagram. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah dukungan sosial yang diperoleh pengguna Instagram, maka semakin rendah pula *body image* pada pengguna Instagram. Ketiga, terdapat hubungan positif yang kuat serta sangat signifikan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna Instagram. Semakin tinggi harga diri dan dukungan sosial pada pengguna Instagram, maka semakin tinggi juga *body image* pada pengguna Instagram. Sebaliknya, apabila semakin rendah harga diri dan dukungan sosial pada pengguna Instagram, maka semakin rendah juga *body image* pada pengguna Instagram.

C. Pembahasan

1. Hubungan antara Harga Diri dengan *Body Image* pada Pengguna Media Sosial Instagram

Uji hipotesis pertama diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,671 dalam kategori kuat. Sedangkan kedua variabel yaitu antara harga diri dengan *body image* memiliki nilai sig. 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, yang berarti kedua variabel dinyatakan signifikan. Maka ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dan *body image* pada pengguna media sosial Instagram, yaitu semakin tinggi harga diri yang diperoleh maka semakin tinggi pula *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah harga diri yang dimiliki pengguna Instagram, maka semakin rendah pula *body image* pada pengguna Instagram. Ketika individu memiliki penilaian yang positif terhadap dirinya sendiri secara keseluruhan, maka individu juga menilai positif terhadap tubuhnya. Hal ini sejalan dengan penelitian Islami (2020: 11) yang menyatakan bahwa harga diri yang tinggi pada individu memiliki pengaruh dalam meningkatkan *body image*.

Menurut Novita dan Handayani (2015: 43) salah satu faktor yang dapat memengaruhi perkembangan *body image* adalah harga diri karena Individu dengan harga diri yang tinggi mampu mengembangkan penilaian positif pada tubuhnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Rosenberg (dalam Qatrunnada & Kusuma, 2023: 65) bahwa harga diri merupakan gambaran atau penilaian individu terhadap diri individu sendiri secara positif maupun negatif. Individu dengan harga diri yang tinggi akan menjalani hidup dengan produktif dan bahagia sehingga individu juga memiliki penilaian positif terhadap penampilan fisik individu sendiri.

Penilaian ini juga diperkuat oleh penelitian milik Pangestika dan Lestari (2021: 9) terkait hubungan antara harga diri dengan *body image* pada remaja akhir yang menyatakan bahwa *body image* terbentuk karena faktor keberhargaan diri di mana individu dengan harga diri yang tinggi

akan menilai diri sendiri positif begitu pula dengan penampilan fisiknya. Kemudian penelitian Kumalasari dan Rahayu (2022: 655) yang menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara harga diri dengan *body image*, yang berarti semakin tinggi harga diri maka semakin positif *body image* pada individu. Sebaliknya semakin rendah harga diri maka semakin rendah pula *body image*.

Aspek dari variabel harga diri menurut Heatherton dan Polivy (1991: 907) yaitu *performance self-esteem*, *social self-esteem*, dan *appearance self-esteem*. Sedangkan menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 83) aspek-aspek *body image* yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh. Aspek *performance self-esteem* dari harga diri berkaitan dengan aspek orientasi penampilan *body image*. Individu dengan *performance self-esteem* yang tinggi percaya bahwa dirinya cerdas dan memiliki kemampuan untuk membentuk tubuh yang ideal (Heatherton & Polivy, 1991: 907). Orientasi penampilan seperti melakukan perawatan tubuh, memakai make up, menjaga pola makan, olah raga, atau bahkan operasi plastik untuk meningkatkan penampilan diri. Usaha tersebut akan lebih mudah dilakukan apabila memiliki *performance self-esteem* yang tinggi, karena performa yang baik dapat memberi dampak yang baik (Jannah, 2022: 25). Seperti pada penelitian Kaloeti dan Ardhiani (2020: 66) bahwa harga diri memengaruhi kondisi berat badan individu. Individu dengan harga diri yang tinggi besar kemungkinan memiliki kondisi berat badan yang sehat. Sejalan dengan pendapat Utami (2016: 70) bahwa pentingnya memiliki harga diri sebagai pondasi kemampuan individu dalam memberikan respon secara aktif dan positif terhadap kesempatan dalam kehidupan individu. Maka dari itu, individu dengan performa yang baik akan lebih mudah meningkatkan usahanya untuk memperoleh tubuh yang ideal karena individu percaya bahwa dirinya memiliki kemampuan yang baik.

Begitupun dengan aspek *social self-esteem* berkaitan dengan aspek evaluasi penampilan dan aspek kepuasan terhadap bagian tubuh pada variabel *body image*. Individu yang mempercayai bahwa orang lain menghargai dan menghormati individu, dianggap memiliki nilai sosial yang tinggi. Hal ini membuat individu dapat tampil di depan publik dengan harga diri yang tinggi, sehingga individu merasa puas dengan penampilannya (Shawli, 2019: 47). Sebagaimana menurut Heatherton dan Polivy (1991: 899) individu yang memiliki *social self-esteem* tinggi lebih peduli dengan pandangan orang lain terhadap bentuk tubuhnya dan dapat mengatasi ketidakpuasan tubuh. Sejalan dengan pendapat Jannah (2022: 26) bahwa individu dengan *social self esteem* tinggi akan menganggap pandangan orang lain merupakan penghargaan guna menjadi lebih baik yang diberikan kepada individu. Individu ketika berpikir positif pada pendapat orang lain terhadap penampilannya, maka individu akan merasa puas dengan bagian-bagian tubuh individu maupun seluruh tubuhnya.

Selanjutnya aspek *appearance self-esteem* pada variabel harga diri berkaitan dengan aspek evaluasi penampilan, aspek orientasi penampilan, aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, aspek kecemasan menjadi gemuk, dan aspek pengkategorian ukuran tubuh pada *body image*, karena *appearance self-esteem* merupakan penilaian fisik individu oleh individu sendiri. Individu dengan *appearance self-esteem* tinggi akan menerima dan menyayangi dirinya dengan baik terlepas dari pandangan orang lain berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Sebagaimana menurut Heatherton dan Polivy (1991: 906-907) *appearance self-esteem* mempengaruhi individu dalam memandang kondisi fisik tubuhnya, bagaimana individu terlihat menarik dan membentuk persepsi positif untuk dirinya. Sejalan dengan pendapat Jannah (2022: 71) peningkatan harga diri penting dilakukan agar individu dapat menerima dirinya sendiri sehingga ketidakpuasan pada *body image* dapat diatasi. Hal ini

menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dengan *body image*.

2. Hubungan antara Dukungan Sosial dengan *Body Image* pada Pengguna Media Sosial Instagram

Uji hipotesis kedua diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,486 dalam kategori sedang. Sedangkan kedua variabel yaitu antara dukungan sosial dengan *body image* memiliki nilai sig. 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara dukungan sosial dan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Dukungan sosial akan memengaruhi bagaimana remaja menilai tubuhnya, semakin tinggi dukungan sosial yang diperoleh maka semakin positif *body image* pada remaja akhir pengguna media sosial Instagram. Sebaliknya, semakin rendah dukungan sosial yang diperoleh pengguna Instagram, maka semakin rendah juga *body image* pengguna Instagram. Hal ini sejalan dengan penelitian Ismanto (2017: 25) yang menyatakan bahwa semakin tinggi dukungan sosial yang diperoleh remaja maka semakin tinggi kepuasan remaja terhadap penampilan fisiknya. Sebaliknya, semakin rendah dukungan sosial yang diperoleh remaja maka semakin rendah pula kepuasan remaja terhadap penampilan fisiknya.

Menurut Nurfitri (2018: 50) mengenai penelitiannya pada remaja akhir putri mengenai hubungan dukungan sosial dengan *body image* diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara dukungan sosial dengan *body image* pada remaja akhir. Hal ini diartikan semakin tinggi dukungan sosial yang diterima maka akan semakin positif *body image* pada remaja akhir. Sejalan dengan penelitian Tobing (2021: 55) yaitu terdapat hubungan positif antara dukungan sosial dengan *body image*, semakin tinggi dukungan sosial yang diperoleh maka semakin tinggi pula *body image*. Sebaliknya jika semakin rendah dukungan sosial akan semakin rendah juga *body image*.

Penelitian di atas didukung oleh penelitian Roeza (2021: 55) yaitu dukungan sosial memberi pengaruh positif terhadap *body image* pada remaja pengguna Instagram. Remaja membangun hubungan dan melakukan kegiatan yang positif dengan lingkungan sosialnya. Hal ini remaja dapat membangun penilaian positif terhadap penampilan fisiknya. Sebagaimana penelitian oleh Yansyah (2021: 54) bahwa terdapat hubungan yang positif antara dukungan sosial dan *body image* pada remaja akhir. Dukungan sosial memiliki peran dalam menentukan penilaian individu terhadap penampilan fisiknya. Apabila remaja akhir memperoleh dukungan sosial yang tinggi, maka akan membentuk *body image* yang positif. Sebaliknya, apabila remaja akhir memperoleh dukungan sosial yang rendah, maka akan mengakibatkan *body image* yang negatif.

Aspek dari variabel dukungan sosial menurut Cutrona dan Russell (1990) yaitu dukungan emosional, dukungan jaringan, dukungan penghargaan, dukungan nyata, dan dukungan informasi. Sedangkan aspek variabel *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 83) yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh. Aspek dukungan emosional dari dukungan sosial dapat mengatasi ketidakpuasan pada aspek evaluasi penampilan, aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, dan kecemasan menjadi gemuk dari aspek *body image*. Individu yang mendapatkan perhatian dan pujian dari orang lain akan merasa terhibur dan senang, sehingga individu dapat mengatasi kecemasan serta dapat menerima dirinya sendiri. Sebagaimana menurut pendapat Zuvita (2022: 181) individu yang merasakan perhatian dan kelekatan dapat mengembangkan sikap positif dan meningkatkan *body image* pada individu. Pada penelitian Komarudin, dkk (2022: 271) bahwa individu dengan dukungan sosial yang kuat cenderung lebih senang dibandingkan yang memiliki dukungan sosial yang rendah, yang berarti individu akan senang dengan kondisi tubuhnya jika memperoleh

dukungan sosial. Begitupun dengan pendapat Elfeto, dkk. (2022: 32) individu yang mendapatkan kasih sayang dari orang lain akan merasa senang dengan anggota tubuhnya.

Aspek dukungan jaringan dapat mengatasi permasalahan dari aspek evaluasi penampilan, aspek orientasi penampilan, aspek kepuasan terhadap bagian tubuh, aspek kecemasan menjadi gemuk, dan aspek pengkategorian ukuran tubuh dari *body image*. Ketika individu merasa dirinya diterima dalam sebuah kelompok dan kegiatan sosial, maka individu dapat membangun pertukaran dukungan sosial sehingga saling menguatkan satu sama lain. Hubungan dengan orang lain dalam bentuk kelompok dapat menjadi tempat untuk berbagi cerita dan memperoleh dukungan bagi individu (Nuriyyatiningrum, dkk., 2020: 91). Sejalan dengan pendapat Irdianty dan Hadi (2012: 123) individu yang mengakrabkan diri dalam hubungan sosial dan saling berbagi informasi dapat menerima dukungan sosial sehingga *body image* individu dapat optimal. Perasaan individu akan diterimanya diri oleh orang lain cenderung berhubungan dengan *body image* yang positif (Gerner & Wilson, 2005: 313).

Aspek penghargaan atau pengakuan berkaitan dengan aspek evaluasi penampilan dan aspek pengkategorian ukuran tubuh. Individu yang mendapat penghargaan atau pengakuan dari orang lain akan merasa puas dengan penampilannya. Sebagaimana menurut Ammar dan Nurmala (2020: 29) pengakuan dari orang lain dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap tubuhnya yang mengarah pada evaluasi penampilan. Pengakuan dari orang lain menimbulkan penilaian yang baik terhadap diri individu sehingga individu merasa puas dengan penampilannya (Wirmadani & Putra, 2019: 91).

Aspek dukungan nyata berkaitan dengan aspek orientasi penampilan. Individu yang mendapatkan bantuan nyata seperti menerima barang maupun jasa terkait *body image positif* dapat mengatasi masalah terkait ketidakpuasan pada tubuh individu. Sebagaimana menurut

penelitian Khairunisa (2015: 67) semakin tinggi tingkat dukungan instrumental yang individu terima maka semakin tinggi *body image* individu. Kemudian menurut Fitriani (2018: 52) individu yang menerima dukungan instrumental dari orang lain dapat meningkatkan *body image* yang positif.

Begitupun aspek dukungan informasi berkaitan dengan aspek orientasi penampilan. Individu yang memperoleh informasi untuk mengatasi masalah *body image* dapat meningkatkan kepuasan terhadap tubuh individu. Sejalan dengan pendapat Zuvita, dkk. (2022: 178) bahwa individu dengan dukungan informasi seperti memberi saran maupun informasi tentang *body image* positif dapat mengatasi *body image* negatif individu. Selain itu, menurut Yunalia, dkk. (2017: 27) dukungan informasi dalam bentuk memberi nasihat maupun motivasi kepada individu yang mengalami *body image* negatif dapat membuat individu menerima keadaan tubuhnya. Hal ini menunjukkan bahwa ada kaitan antara dukungan sosial dengan *body image*.

3. Hubungan antara Harga Diri dan Dukungan Sosial dengan *Body Image* pada Pengguna Media Sosial Instagram

Pada uji hipotesis ketiga diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image*, yang artinya hipotesis ketiga diterima. Hal ini berdasarkan hasil koefisien korelasi sebesar 0,672 yang artinya terdapat hubungan positif. Nilai koefisien korelasi dapat diketahui dari nilai *Sig. F Change* yaitu 0,000. Korelasi antar variabel dapat dinyatakan signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dari itu, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram, yaitu semakin tinggi harga diri dan dukungan sosial remaja akhir wanita pengguna Instagram, maka akan semakin tinggi pula tingkat *body image* yang dimiliki remaja akhir wanita pengguna Instagram. Sebaliknya, apabila harga diri dan

dukungan sosial rendah, maka *body image* pada pengguna Instagram juga rendah. Hal ini diartikan bahwa harga diri dan dukungan sosial sama-sama berperan dalam membentuk *body image* pada remaja akhir wanita pengguna Instagram, dimana *body image* yang terbentuk yaitu kepuasan terhadap penampilan fisik.

Berdasarkan hasil penelitian mayoritas subjek memiliki *body image* yang sedang. Sesuai dengan penelitian Astuti, dkk (2021: 259) yang menyatakan bahwa wanita lebih banyak memiliki tingkat *body image* sedang. Hal ini bukan berarti wanita tidak memiliki ketidakpuasan pada tubuhnya. Wanita pengguna Instagram tetap memiliki ketidakpuasan pada tubuh namun dalam kondisi tersebut masih dalam batas wajar, tidak sampai merasa cemas maupun sampai melakukan diet (Setawati, 2020: 97).

Menurut penelitian Fatimah, dkk (2020: 6) harga diri berpengaruh positif pada *body image*. Sebagaimana pendapat Jannah (2022: 71) individu perlu meningkatkan harga diri supaya individu dapat menerima dirinya sendiri dan mengatasi ketidakpuasan pada penampilan fisiknya. Hal ini sejalan dengan penelitian utami (2016: 70) yaitu harga diri dapat menjadi pondasi individu dalam memberikan respon yang positif terhadap kehidupan individu. Maka dari itu individu dengan harga diri yang baik dapat memberikan respon yang positif pada penampilan fisiknya. Selain itu, penelitian oleh Nurfitri (2018: 45) menyatakan dukungan sosial juga berpengaruh positif pada *body image*. Sebagaimana menurut Zuvita (2022: 181) individu yang merasakan perhatian dan kedekatan dengan orang lain dapat meningkatkan *body image*. Hal ini sejalan dengan pendapat Wirmadani dan Putra (2019: 91) pengakuan dari orang lain membangun penilaian positif pada diri individu sehingga individu dapat merasa puas dengan penampilan fisiknya.

Aspek dari variabel harga diri menurut Heatherton dan Polivy (1991: 907) yaitu *performance self-esteem*, *social self-esteem*, dan *appearance self-esteem*. Kemudian aspek dari variabel dukungan sosial

menurut Cutrona dan Russell (1990) yaitu dukungan emosional, dukungan jaringan, dukungan penghargaan, dukungan nyata, dan dukungan informasi. Sedangkan aspek dari variabel *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002: 83) yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh.

Aspek harga diri dan dukungan sosial saling berkaitan satu sama lain dengan aspek *body image* dari setiap variabel. Aspek harga diri dan dukungan sosial dapat mengatasi *body image* negatif. *Social self-esteem* dan *appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan emosional, dukungan jaringan, dan dukungan penghargaan dari aspek dukungan sosial dapat meningkatkan kepuasan pada evaluasi penampilan dari aspek *body image*, untuk senantiasa berpikir positif terhadap tubuh individu. *Performance self-esteem* dan *appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan jaringan, dukungan nyata, dan dukungan informasi dari aspek dukungan sosial dapat meningkatkan orientasi penampilan dari aspek *body image*, untuk terus berusaha dalam merawat dan memperbaiki penampilan fisik individu. *Social self-esteem* dan *appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan emosional dan dukungan jaringan dari aspek dukungan sosial dapat meningkatkan kepuasan terhadap bagian tubuh dari aspek *body image*. *Appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan emosional dan dukungan jaringan dari aspek dukungan sosial dapat mengatasi kecemasan menjadi gemuk dari aspek *body image*, untuk senantiasa menerima berat badan individu. *Appearance self-esteem* dari aspek harga diri dengan dukungan jaringan dan dukungan penghargaan dari aspek dukungan sosial dapat mengatasi permasalahan terhadap pengkategorian ukuran tubuh dari aspek *body image*, untuk senantiasa menerima ukuran tubuh serta berpikir positif terhadap tubuh individu sehingga individu percaya bahwa penampilan tubuhnya menarik. Hal ini

dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image*.

Penelitian ini telah mencapai tujuannya yaitu membuktikan bahwa harga diri pada pengguna Instagram dan dukungan sosial yang diperoleh pengguna dapat berpengaruh positif pada *body image* pengguna. Dengan ini membuktikan *body image* tidak hanya negatif tetapi juga positif. Pengguna Instagram dapat meningkatkan harga diri dengan menonjolkan kemampuan dan keahlian yang dimiliki dan berinteraksi dengan orang lain untuk saling memberi dukungan satu sama lain sehingga *body image* pada pengguna Instagram semakin positif.

Penelitian ini memiliki beberapa kekurangan yaitu pada pelaksanaan penelitian yang dilaksanakan dengan menyebarkan skala dalam bentuk *google form* secara *online* di media sosial. Oleh karena itu kurangnya komunikasi dengan subjek serta membutuhkan waktu yang lama untuk mendapatkan jumlah sampel yang diinginkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas tentang hubungan harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif yang kuat dan sangat signifikan antara harga diri dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Semakin tinggi harga diri pengguna Instagram, semakin tinggi pula *body image* pada pengguna. Begitupun sebaliknya, semakin rendah harga diri pengguna Instagram, maka semakin rendah pula *body image* pada pengguna Instagram.
2. Terdapat hubungan positif yang sedang dan sangat signifikan antara dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Maka dari itu semakin tinggi dukungan sosial yang diterima pengguna Instagram, semakin tinggi pula *body image* pada pengguna. Sebaliknya apabila dukungan sosial yang diperoleh pengguna Instagram rendah, maka semakin rendah pula *body image* pada pengguna Instagram.
3. Terdapat hubungan positif yang kuat dan sangat signifikan antara harga diri dan dukungan sosial dengan *body image* pada pengguna media sosial Instagram. Semakin tinggi harga diri dan dukungan sosial pada pengguna Instagram, semakin tinggi pula *body image* pada pengguna. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah harga diri dan dukungan sosial pada pengguna Instagram, maka semakin rendah juga *body image* pada pengguna Instagram.

B. Saran

Berikut beberapa saran dari peneliti yang berkaitan dengan penelitian ini:

1. Bagi pengguna Instagram

Pengguna Instagram diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan harga diri serta saling memberikan dukungan sosial terutama dengan orang-orang terdekat supaya dapat membangun *body image* yang positif.

2. Bagi remaja akhir

Remaja akhir diharapkan mampu peka terhadap permasalahan *body image* dengan meningkatkan harga diri serta saling memberikan dukungan sosial satu sama lain.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya yang memilih penelitian dengan topik yang mirip dengan penelitian ini, fokus yang lebih luas dengan melihat variabel lain seperti kepercayaan diri, gaya hidup hedonisme, perilaku diet, dukungan teman sebaya, dan kecemasan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., & Sutanto, T. E. (2015). *Statistika tanpa stres*. TransMedia Pustaka.
- Adiputra, S. (2015). Keterkaitan self efficacy dan self esteem terhadap prestasi belajar mahasiswa. *Jurnal Fokus Konseling*, 1(2), 151-161. <https://doi.org/10.52657/jfk.v1i2.101>.
- Adnan, A. Z., Fatimah, M., Zulfia, M., & Hidayati, F. (2016). Pengaruh dukungan sosial terhadap harga diri remaja Desa Wonoayu Kecamatan Wajak. *Psikoislamika: Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam*, 13(2), 53-58. <https://doi.org/10.18860/psi.v13i2.6442>.
- Aliyah, P. N., & Kusdiyati, S. (2021). Pengaruh perceived social support terhadap psychological distress pada remaja SMA di masa pandemi covid-19. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(1), 59-68. <https://doi.org/10.29313/jrp.v1i1.226>.
- Amalia, L. (2007). Citra tubuh (body Image) remaja perempuan. *Jurnal Musawa*, 5(4), 441-461. <https://doi.org/10.14421/musawa.2007.54.441-464>.
- Ammar, E. N. U., & Nurmala, I. (2020). Analisis faktor sosio-kultural terhadap dimensi body image pada remaja. *Journal of Health Science and Prevention*, 4(1), 23-31. <http://jurnalfpk.uinsby.ac.id/index.php/jhsp/index>.
- Aristantya, E. K., & Helmi, A. F. (2019). Citra tubuh pada remaja pengguna instagram. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 5(2), 114-128. <https://doi.org/10.22146/gamajop.50624>.
- Arsyam, M., Muhammad, A., & Alwi, S. (2020). Strategi komunikasi pembelajaran dari rumah dalam lingkungan keluarga di masa pandemi. *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(3), 231-241. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>.
- Astuti, S. T. & Ningsih, Y. T. (2021). Hubungan social comparison dan body image pada wanita dewasa awal pengguna Instagram. *Socio Humanus*, 3(3), 254-264.
- Azwar, S. (2022). *Metode penelitian psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Baqi, M. F. A. (1945). *Al-Mu'jam al-Mufaras li alfazh al-Qur'an al-Karim*. Dar Al-Kutub Al-Mishriyah.
- Bart, S. (1994). *Psikologi kesehatan*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Branden, N. (1995). *The six pillars of self-esteem*. Bantam Books.
- Buhlmann, U., Glaesmer, H., Mewes, R., Fama, J. M., Wilhelm, S., Brähler, E., & Rief, W. (2010). Updates on the prevalence of body dysmorphic disorder: A population-based survey. *Psychiatry Research*, 178(1), 171-175. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2009.05.002>.

- Bukhori, B. (2012). Hubungan kebermaknaan hidup dan dukungan sosial keluarga dengan kesehatan mental narapidana. *Jurnal ad-din*, 4(1), 1-19.
- Bukhori, B., Hassan, Z., Hadjar, I., & Hidayah, R. (2017). The effect of spirituality and social support from the family toward final semester university students' resilience. *Man in India*, 97(19), 313-321.
- Cash, T. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image*, 1(1), 1-5. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00011-1).
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. The Guilford Press.
- Cohen, S., & Syme, S. L. (1985). *Issue in study and application of social support: Social support and health*. Academy Press Inc.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedent of self esteem*. W.H Freeman and Company.
- Cutrona, C. E., & Russell, D. W. (1987). The provisions of social relationships and adaptation to stress. *Advances in Personal Relationship*, 1, 37-67.
- Cutrona, C. E., & Russell, D. W. (1990). *Type of social support and specific stress: Toward a theory of optimal matching*. Wiley.
- Dariuszky, G. (2004). *Pengembangan harga diri*. Pionir Jaya.
- Denich, A. U., & Ifdil, I. (2015). Konsep body image remaja putri. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 3(2), 55-61. <https://doi.org/10.29210/116500>.
- Dianto, M. (2017). Profil dukungan sosial orangtua siswa di SMP Negeri Kecamatan Batang Kapas Pesisir Selatan. *Jurnal Counseling Care*, 1(1), 42-51. <http://dx.doi.org/10.22202/jcc.2017.v1i1.1994>.
- Dimatteo, M. R. (2004). Social support and patient adherence to medical treatment : A meta analysis. *Health Psychology Journal*, 23(2), 207-218. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0278-6133.23.2.207>.
- Elfeto, M. R., Tahu, S. K., & Muskananfolo, I. L. (2022). Hubungan dukungan keluarga dengan body image pada pasien kanker payudara yang menjalani kemoterapi di Ruang Poliklinik Onkologi RSUD Prof. Dr. WZ Johannes Kupang. *CHMK Applied Scientific Journal*, 5(1), 26-35.
- Fadhillah, A. S. A., & Indrijati, H. (2022). Hubungan antara self-esteem dan body image pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 2(1), 201-211.
- Farhan, Y. T., & Rosyidah, R. (2021). Hubungan antara self esteem dengan kecenderungan nomophobia pada mahasiswa perempuan di Surabaya. *Personifikasi: Jurnal Ilmu Psikologi*, 12(2), 162-179. <https://doi.org/10.21107/personifikasi.v12i2.11921>.
- Fatimah, S., Sumitro, A., & Erwin, A. (2020). Hubungan antara self-esteem dengan body image pada siswa kelas XI di SMA Negeri 12 Bekasi. *Guidance: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 17(2), 1-8.

- Fitriani, H. N. (2018). *Hubungan antara dukungan teman sebaya dan citra tubuh pada remaja yang mengalami pubertas dini*. (Bachelor's thesis). Universitas Islam Indonesia.
- Gerner, B., & Wilson, P. H. (2005). The relationship between friendship factors and adolescent girls' body image concern, body dissatisfaction, and restrained eating. *International Journal of eating disorders*, 37(4), 313-320.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariat dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghufron, N. & Risnawita. (2016). *Teori-teori psikologi*. Ar-Ruzz Media.
- Griffiths, C., Williamson, H., Zucchelli, F., Paraskeva, N., & Moss, T. (2018). A systematic review of the effectiveness of acceptance and commitment therapy (ACT) for body image dissatisfaction and weight self-stigma in adults. *Journal of Contemporary Psychotherapy*, 48(4), 189–204. <http://dx.doi.org/10.1007/s10879-018-9384-0>.
- Haber, M. G., Cohen, J. L., Lucas, T., & Baltes, B. B. (2007). The relationship between self-reported received and perceived social support: A meta-analytic review. *American journal of community psychology*, 39, 133-144. <https://doi.org/10.1007/s10464-007-9100-9>.
- Hasanah, U., & Hidayati, B. M. R. (2021). Intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap body image. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 5(2), 117-132. <https://doi.org/10.32492/idea.v5i2.5205>.
- Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan social comparison dengan self-esteem pada pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2391-2399. <https://doi.org/10.31004/jptam.v4i3.721>.
- Heatherton, T. F., & Polivy, J. (1991). Development and validation of a scale for measuring state self-esteem. *Journal of Personality and Social psychology*, 60(6), 895-910. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.60.6.895>.
- Hidayat, N., Jannah., R. R., Ningsih., W. K., Adewata, N., Nisak, M., & Setyowati, E. (2023). Hubungan body image dengan kepercayaan diri pada remaja. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 4(1), 1-8.
- Hogan, J., & Strasburger, V. (2008). Body image, eating disorders, and the media marjorie. *Adolesc Med*, 19, 521–546.
- House, J. S. (1983). *Work stress and social support*. Addison-Wesley series on occupational stress.
- Hoyt, W. D., & Kogan, L. R. (2001). Satisfaction with body image and peer relationships for males and females in a college environment. *Sex roles*, 45, 199-215.

- Idrus, M. (2009). *Metode penelitian ilmu sosial: pendekatan kualitatif dan kuantitatif (ed.2)*. Erlangga
- Indah, M. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi body image pada pengguna aktif Instagram di SMA Negeri 1 Kutacane*. (Doctoral dissertation). Universitas Medan Area.
- Irdianty, M. S. & Hadi, R. (2012). *Hubungan antara dukungan sosial teman sebaya dengan citra tubuh (body image) siswi usia sekolah dengan menarche di kecamatan sale*. In Prosiding Seminar Nasional & Internasional.
- Islami, F. S. M. (2020). *Harga diri dan hubungan interpersonal dengan body image pada sales promotion girl*. (Bachelor's thesis). Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Ismanto, T. (2017) *Dukungan sosial terhadap peningkatan citra tubuh pada remaja yang bermasalah dengan jerawat*. (Bachelor's thesis). Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Jannah, M. (2022). *Hubungan self-esteem dengan body image pada remaja wanita yang menggunakan filter Instagram*. (Doctoral dissertation). Universitas Bosowa.
- Kaloeti, D. V. S., & Ardhiani, L. N. (2020). The effect of self-esteem, attitude towards the body, and eating habit on cognitive reactivity. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(1), 57-74. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v5i1.4561>
- Khairinal. (2016). *Menyusun proposal, skripsi, tesis & disertasi*. Salim Media Indonesia Jambi.
- Khairunisa, F. (2015). *Pengaruh celebrity worship dan dukungan sosial terhadap body image pada mahasiswa UIN Jakarta*. (Bachelor's thesis). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- King, L. A. (2012). *Psikologi umum: Sebuah pandangan apresiatif buku 2*. Salemba Humanika.
- Kinnara, R. A. 2019. Dukungan sosial dalam Qs. Ad-dhuha dan Qs. Al-insyirah. *Jurnal Psikologi Jambi*. 4(2). 61-69. <https://doi.org/10.22437/jpj.v5i02.10337>.
- Komarudin, K., Bukhori, B., Karim, A., Haqqi, M. F. H., & Yulikhah, S. (2022). Examining social support, spirituality, gratitude, and their associations with happiness through self-acceptance. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(2), 263-278. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v7i2.13371>
- Kumalasari, A. Y., & Rahayu, M. N. M. (2022). Self esteem dan citra tubuh Pada wanita dewasa pasca melahirkan. *Jurnal Imiah Psikologi*, 10(4), 653-661.

- Lim, M. T. A. F., & Kartasasmita, S. (2018). Dukungan internal atau eksternal; self-compassion dan perceived social support sebagai prediktor stres. *Jurnal muara ilmu sosial, humaniora, dan seni*, 2(2), 551-562. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v2i2.1587>.
- Lin, X., Zhang, D., & Li, Y. (2016). Delineating the dimensions of social support on social networking sites and their effects: A comparative model. *Computers in human behavior*, 58, 421-430. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.01.017>.
- Lumele, F. Y., Anone, M. N., Bee, E. I., Paula, V., & Barus, N. S. (2021). Gambaran body image mahasiswa di Satu Universitas Swasta Indonesia Bagian Barat [Body image of the student at One Private University in West Indonesia]. *Nursing Current: Jurnal Keperawatan*, 9(1), 79-88.
- Lutan, R. (2003). *Self esteem: Landasan kepribadian*. Bagian proyek peningkatan mutu organisasi dan tenaga keolahragaan dirjen olahraga Depdiknas.
- Martanatasha, M., & Primadini, I. (2019). Relasi self-esteem dan body image dalam terpaan media sosial Instagram. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 158-172. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v11i2.1278>.
- Maryanti, W., & Herani, I. (2020). Perceived social support dan psychological distress pada penderita penyakit kanker. *Jurnal psikologi*, 16(1), 91-100.
- Maulani, F. A. (2019). Body image dan tingkat kebahagiaan pada wanita dewasa awal. *Cognicia*, 7(3), 369-377. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v7i3.9229>.
- Melliana, A. (2006). *Menjelajah tubuh perempuan dan mitos kecantikan*. LKiS.
- Muhsin, A. (2015). Studi kasus ketidakpuasan remaja putri terhadap keadaan tubuhnya (body image negative pada remaja putri). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(1), 1-8.
- Nurfitri, Wening (2018) *Hubungan antara dukungan teman sebaya dengan body image pada remaja akhir putri*. Skripsi thesis, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- Nuriyyatiningrum, N. A. H., Siswadi, A. G. P., Djunaidi, A., & Akorede, Q. M. (2020). Psychoeducational support group to the resilience of caregivers of chronic kidney disease patients undergoing hemodialysis. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(1), 89-106. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v5i1.3572>
- NapoleonCat. (2022). Social media users in Indonesia. *Artikel*. <https://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/2022/>, diakses pada 24 April 2023.

- Pangestika, A., & Lestari, R. (2021). *Hubungan self-esteem dan komparasi sosial dengan citra tubuh pada mahasiswa pengguna media sosial*. (Doctoral dissertation). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial Instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Putra, J. S. (2018). Peran syukur sebagai moderator pengaruh perbandingan sosial terhadap self-esteem pada remaja pengguna media sosial. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2), 197-210. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v3i2.2650>.
- Qatrunnada, N.W. & Kusuma, P. (2023). The relationship between self-esteem and social comparison with body image of young people in Makassar City. *Journal of Correctional Issues*, 6(1), 59-68. <https://doi.org/10.52472/jci.v6i1.217>
- Ramadhani, T. N., & Putrianti, F. G. (2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir. *Jurnal Spirits*, 4(2), 22-32.
- Ridgway, J. L., & Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: Exploring associations of body image satisfaction, Instagram #selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(1), 2-7. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0433>.
- Rosyidah, F. N., & Nurwati, N. (2019). Gender dan stereotipe: Konstruksi realitas dalam media sosial Instagram. *Share: Social Work Journal*, 9(1), 10-19. <https://doi.org/10.24198/share.v9i1.19691>.
- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara harga diri dan body image dengan online self-presentation pada pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi UGM*, 2(3), 172-183.
- Santrock, J. W. (2005). *Perkembangan remaja*. Erlangga.
- Sarason, I.G., Levine, H.M., Basham, R.B., & Sarason, B.R. (1983). Assessing social support: The social support questionnaire. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 127-139. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.44.1.127>.
- Sarason, I. G., Sarason, B. R., & Pierce, G. R. (1990). Social support, personality, and performance. *Journal of Applied Sport Psychology*, 2(2), 117-127. <https://doi.org/10.1080/10413209008406425>.
- Setiawati, N. A. (2020). *Hubungan antara perbandingan sosial dan citra tubuh pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram*. (Undergraduate Thesis). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Shawli, I. F. (2019). *Pengaruh self-esteem, social comparison, thin ideal internalization, dan rasa syukur terhadap body dissatisfaction ibu pasca melahirkan*. (Bachelor's thesis). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

- Shihab, Q. M. (2002). *Tafsir al-Misbah*. Lentera Hati.
- Solomon, P. (2004). Peer support/peer provided services underlying processes, benefits, and critical ingredients. *Psychiatric rehabilitation journal*, 27(4), 392-401. <https://doi.org/10.2975/27.2004.392.401>.
- Stanley, E. (1992). *Psikologi sosial untuk perawat*. EGC.
- Sukamto, M. (2006). Citra tubuh perempuan di media massa. *Anima, Indonesian Psychological Journal*, 21(3), 299-305.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistyo, P. T. S., Sukamto, M. E., & Ibrahim, N. (2022). Social media pressure and the body dysmorphic disorder tendency in women: The mediating role of perfectionism. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(2), 137-152. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v7i2.10637>
- Sumanty, D., Sudirman, D., & Puspasari, D. (2018). Hubungan religiusitas dengan citra tubuh pada wanita dewasa awal. *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 1(1), 9-28. <https://doi.org/10.15575/jpib.v1i1.2076>.
- Syahsaomieta, F. (2020). *Pengaruh body image terhadap self esteem pada remaja putri di SMA Katholik Rajawali Kota Makassar*. (Doctoral dissertation), Universitas Bosowa.
- Tafarodi, R. W., & Swann Jr, W. B. (2001). Two-dimensional self-esteem: Theory and measurement. *Personality and individual Differences*, 31(5), 653-673. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(00\)00169-0](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00169-0).
- Thompson, J. K., & Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them?. *Journal of social issues*, 55(2), 339-353. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00119>.
- Thompson, J. K., & Smolak, L. (2001). *Body image, eating disorders, and obesity in youth: Assessment, prevention, and treatment*. American Psychological Association.
- Thompson, J. K. (2001). *Body image, eating disorders, and obesity: An integrative guide for assessment and treatment*. American Psychological Association.
- Tobing, L. (2022). Hubungan dukungan sosial teman sebaya dengan body image pada remaja putri. Skripsi. Universitas HKBP Nommensen.
- Tyer, S. (2016). Instagram: What makes you post?. *Pepperdine Journal of Communication Research*, 4(1), 29-39.
- Ulfa, M. (2021). *Perbedaan ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh (body dissatisfaction) pada siswa-siswi berdasarkan dari jenis kelamin di SMK Kartini Jember*. (Bachelor's thesis). Universitas Muhammadiyah Jember.

- Utami, M. B. (2016). Hubungan antara harga diri dan penyesuaian diri siswi kelas X SMA Tarakanita 1. *Psiko Edukasi*, 14(1), 68-77.
- Widhiarso, W. (2010). *Catatan pada uji linieritas hubungan*. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Widhiarso, W. (2012). *Tanya jawab tentang uji normalitas*. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Winarso, B. (2015). Apa itu Instagram, fitur dan cara menggunakannya?. *dailysocial.id*. <https://dailysocial.id/tag/apa-itu-instagram>, diakses pada 27 Desember 2022.
- Wirmadani, M., & Putra, E. V. (2019). Persepsi sosial mahasiswi berhijab terhadap body image dalam perspektif tindakan sosial. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 1(1), 90-95. <https://doi.org/10.24036/culture/vol1-iss1/13>
- Yunalia, E. M. (2017). Hubungan antara dukungan keluarga dengan gangguan citra tubuh pada penderita kusta. *Jurnal Ilmu Kesehatan*, 5(2), 22-28. <https://doi.org/10.32831/jik.v5i2.131>.
- Zhang, Y., He, D., & Sang, Y. (2013). Facebook as a platform for health information and communication: a case study of a diabetes group. *Journal of medical systems*, 37, 1-12. <https://doi.org/10.1007/s10916-013-9942-7>.
- Zuvita, F., Arneliwati, A., & Nauli, F. A. (2022). Hubungan dukungan sosial teman sebaya dengan body image pada remaja. *Jurnal Ners Indonesia*, 12(2), 177-185.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Penentuan Jumlah Sampel Issac dan Michael dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Lampiran 2 Aitem Penelitian Sebelum Uji Alat Ukur

1. Blue Print Skala *Body Image*

	Aspek	Indikator	Butir Aitem		Jumlah
			F (+)	UF (-)	
1.	Evaluasi	Menilai bahwa	1. Saya menyukai	11. Saya kurang	4

	penampilan	penampilannya baik	penampilan saya 21. Menurut saya penampilan saya menarik	menyukai penampilan saya 31. Saya menilai penampilan saya kurang menarik	
		Menganggap orang lain menilai bahwa penampilan dirinya baik	2. Orang lain menilai penampilan saya baik 22. Saya percaya ketika orang lain memuji penampilan saya	12. Saya menganggap orang lain kurang menyukai penampilan saya 32. Saya kurang diperhatikan orang lain karena penampilan fisik saya kurang menarik	4
2.	Orientasi penampilan	Usaha dalam menjaga penampilan	3. Saya memakai <i>make up</i> yang cocok dengan tipe wajah saya 23. Saya menggunakan pakaian dengan warna senada	13. Saya tidak terlalu memperhatikan penampilan saya 33. Penampilan saya ketinggalan jaman	4
		Usaha dalam memperbaiki penampilan	4. Saya memakai <i>skincare</i> setiap hari 24. Saya memakai perawatan tubuh secara teratur	14. Saya melewatkan <i>skincare</i> di malam hari 34. Saya membiarkan jerawat yang ada pada wajah saya	4
3.	Kepuasan terhadap bagian tubuh	Kepuasan terhadap bagian wajah	5. Saya menerima wajah saya apa adanya 25. Saya menilai wajah saya cantik	15. Saya kecewa dengan kondisi wajah saya 35. Saya kecewa dengan warna kulit wajah saya	4
		Kepuasan terhadap bagian tubuh tertentu (selain wajah)	6. Saya puas terhadap warna kulit tubuh saya 26. Saya puas dengan kondisi perut saya	16. Saya memiliki warna kulit tubuh yang mengganggu penampilan saya 36. Saya menilai perut saya tidak sesuai dengan keinginan saya	4

4.	Kecemasan menjadi gemuk	Kewaspadaan terhadap berat badannya	7. Saya tidak mengkhawatirkan berat badan saya 27. Saya menilai pakaian saya sesuai ukuran badan saya ketika dipakai	17. Saya mengecek berat badan saya dengan timbangan beberapa hari sekali dalam seminggu 37. Saya mengecek ukuran lingkar perut saya beberapa hari sekali dalam seminggu	4
		Melakukan usaha agar tidak terjadi kegemukan	8. Saya menjaga pola makan saya untuk menjaga berat badan 28. Saya pergi berolahraga untuk menjaga berat badan	18. Saya mengonsumsi makanan berlemak 38. Menurut saya berolahraga hanya membuang waktu	4
5.	Pengkategorian ukuran tubuh	Penilaian terhadap berat badan	9. Saya menilai berat badan saya ideal 29. Saya menilai berat badan saya sudah sesuai keinginan saya	19. Saya menilai badan saya tidak ideal (terlalu gemuk/ terlalu kurus) 39. Saya menilai berat badan saya belum sesuai keinginan saya	4
		Penilaian terhadap tinggi badan	10. Saya menilai tinggi badan saya ideal 30. Saya menilai tinggi badan saya sudah sesuai standar orang lain	20. Menurut saya badan saya terlalu tinggi/ terlalu pendek dari orang lain 40. Menurut saya tinggi badan saya belum sesuai standar kecantikan secara umum	4

2. Blue Print Skala Harga Diri

No.	Aspek	Indikator	Butir Aitem		Jumlah
			F (+)	UF (-)	
1.	<i>Performanc e self-esteem</i>	Yakin akan kemampuan diri sendiri	1. Saya yakin bahwa saya mampu merespon situasi dengan baik 13. Saya yakin bahwa	7. Saya takut melakukan kesalahan ketika merespon situasi 19. Saya ragu dapat	4

			saya mampu bertanggung jawab atas tindakan saya	bertanggung jawab atas tindakan saya	
		Yakin bahwa diri mampu meraih keberhasilan	2. Saya yakin bahwa saya mampu mendapatkan apa yang saya inginkan 14. Saya yakin bahwa saya mampu mengatasi permasalahan	8. Saya ragu bisa mendapatkan apa yang saya inginkan 20. Saya ragu mampu mengatasi permasalahan	4
2.	<i>Social self-esteem</i>	Yakin bahwa diri layak bersosialisasi	3. Saya yakin bahwa saya mampu menyesuaikan diri dengan topik pembicaraan di suatu kelompok 15. Saya yakin bahwa saya mampu menjaga ucapan dengan baik ketika bersama orang lain	9. Saya kesulitan menyesuaikan diri dengan topik pembicaraan di suatu kelompok 21. Saya ragu dapat menjaga ucapan saya ketika bersama orang lain	4
		Menilai bahwa diri berharga di lingkungan sosial	4. Saya menilai bahwa saya memiliki hak untuk menyampaikan pendapat saya kepada orang lain 16. Saya menilai bahwa saya memiliki hak untuk didengar ketika saya berbicara	10. Saya kesulitan dalam menyampaikan pendapat saya di suatu kelompok 22. Orang lain menyela saya ketika saya sedang berbicara	4
3.	<i>Appearance self-esteem</i>	Menilai bahwa penampilan fisiknya dalam keadaan baik	5. Menurut saya penampilan fisik saya menarik 17. Saya menilai bahwa penampilan saya rapi	11. Saya menilai penampilan fisik saya tidak menarik 23. Saya tidak terlalu memperhatikan kerapihan dalam berpenampilan	4
		Menerima penampilan fisiknya	6. Saya bahagia dengan kondisi fisik saya 18. Saya nyaman dengan penampilan fisik saya	12. Saya sedih dengan kondisi fisik saya 24. Saya terganggu dengan penampilan fisik saya	4

3. Blue Print Skala Dukungan Sosial

No.	Aspek	Indikator	Butir Aitem		Jumlah
			F (+)	UF (-)	
1.	Dukungan emosional	Merasakan perhatian dari orang lain	1. Saya menganggap bahwa orang lain peduli kepada saya 21. Orang lain menanyakan kabar kepada saya	11. Saya menganggap bahwa saya diabaikan oleh orang lain 31. Orang lain mengalihkan pandangan ketika saya mengajak bicara	4
		Merasa aman dengan orang lain	2. Saya menganggap bahwa kehadiran orang lain membuat saya aman 22. Saya merasa mendapatkan perlindungan ketika bersama orang lain	12. Saya dikucilkan oleh orang lain 32. Saya merasa terancam ketika bersama orang lain	4
2.	Dukungan jaringan	Merasa “dianggap” oleh orang lain	3. Orang lain memasukan saya sebagai anggota <i>grup chat</i> di media sosial 23. Orang lain menanyakan pendapat kepada saya	13. Saya tidak dilibatkan sebagai anggota di suatu kelompok 33. Saya tidak dibutuhkan oleh orang lain	4
		Merasa mendapatkan kesempatan berkegiatan bersama orang lain	4. Orang lain mengajak saya berdiskusi bersama 24. Orang lain tidak keberatan melakukan kegiatan bersama saya	14. Saya sulit memiliki kesempatan untuk berdiskusi bersama orang lain 34. Kelompok pertemanan saya tidak mengajak saya bermain	4
3.	Dukungan penghargaan	Menerima penilaian positif dari orang lain	5. Saya mendapatkan pujian dari orang lain 25. Pencapaian saya disukai oleh orang lain	15. Saya mendapatkan komentar yang kurang enak 35. Orang lain merendahkan pencapaian saya dengan pencapaian	4

				orang lain yang lebih baik	
		Menerima penguatan dari orang lain	6. Orang lain mengatakan kebanggaannya atas usaha saya 26. Saya mendapatkan motivasi dari orang lain	16. Orang lain tidak peduli kepada saya ketika saya gagal mendapatkan sesuatu 36. Orang lain meremehkan kemampuan saya ketika saya berusaha mencapai sesuatu	4
4.	Dukungan nyata	Menerima bantuan materi dari orang lain	7. Saya menerima perhiasan dari orang lain 27. Orang lain memberi saya makanan	17. Tidak ada yang bersedia memberi saya uang 37. Saya belum pernah mendapatkan baju dari orang lain	4
		Menerima bantuan jasa dari orang lain	8. Orang lain membantu saya menemukan barang yang hilang 28. Orang lain bersedia mengantarkan saya ke tempat tujuan	18. Orang lain enggan membantu saya membersihkan rumah 38. Saya kesulitan mencari bantuan untuk membawa barang	4
5.	Dukungan informasi	Menerima informasi dari orang lain	9. Orang lain menerangkan peraturan suatu kelompok kepada saya 29. Orang lain memberi tahu saya ketika ada pengumuman	19. Orang lain enggan membagikan berita tertentu kepada saya 39. Orang lain enggan menjelaskan suatu informasi akademik kepada saya	4

		Menerima nasihat atau saran dari orang lain	10. Orang lain memberi nasihat kepada saya 30. Orang lain memberi pendapat kepada saya untuk menyelesaikan permasalahan	20. Orang lain enggan memberi petunjuk kepada saya 40. Tidak ada yang menegur saya ketika saya melakukan kesalahan	4
--	--	---	--	---	---

Lampiran 3 Aitem Penelitian Setelah Uji Alat Ukur

1. Blue Print Skala *Body Image*

	Aspek	Indikator	Butir Aitem		Jumlah
			F (+)	UF(-)	
1.	Evaluasi penampilan	Menilai bahwa penampilannya baik	1. Saya menyukai penampilan saya	11. Saya kurang menyukai penampilan saya 24. Saya menilai penampilan saya kurang menarik	3
		Menganggap orang lain menilai bahwa penampilan dirinya baik	2. Orang lain menilai penampilan saya baik 18. Saya percaya ketika orang lain memuji penampilan saya	12. Saya menganggap orang lain kurang menyukai penampilan saya 25. Saya kurang diperhatikan orang lain karena penampilan fisik saya kurang menarik	4
2.	Orientasi penampilan	Usaha dalam menjaga penampilan	3. Saya memakai <i>make up</i> yang cocok dengan tipe wajah saya	26. Penampilan saya ketinggalan jaman	2
		Usaha dalam memperbaiki penampilan	4. Saya memakai <i>skincare</i> setiap hari 19. Saya memakai perawatan tubuh secara teratur	13. Saya melewatkan <i>skincare</i> di malam hari 27. Saya membiarkan jerawat yang ada	4

				pada wajah saya	
3.	Kepuasan terhadap bagian tubuh	Kepuasan terhadap bagian wajah	5. Saya menerima wajah saya apa adanya 20. Saya menilai wajah saya cantik	14. Saya kecewa dengan kondisi wajah saya	3
		Kepuasan terhadap bagian tubuh tertentu (selain wajah)	6. Saya puas terhadap warna kulit tubuh saya	15. Saya memiliki warna kulit tubuh yang mengganggu penampilan saya 28. Saya menilai perut saya tidak sesuai dengan keinginan saya	3
4.	Kecemasan menjadi gemuk	Kewaspadaan terhadap berat badannya	7. Saya tidak mengkhawatirkan berat badan saya 21. Saya menilai pakaian saya sesuai ukuran badan saya ketika dipakai	17. Saya mengecek berat badan saya dengan timbangan beberapa hari sekali dalam seminggu	3
		Melakukan usaha agar tidak terjadi kegemukan	8. Saya menjaga pola makan saya untuk menjaga berat badan 22. Saya pergi berolah raga untuk menjaga berat badan	29. Menurut saya berolahraga hanya membuang waktu	3
5.	Pengkategorian ukuran tubuh	Penilaian terhadap berat badan	9. Saya menilai berat badan saya ideal 23. Saya menilai berat badan saya sudah sesuai keinginan saya	30. Saya menilai berat badan saya belum sesuai keinginan saya	3
		Penilaian terhadap tinggi badan	10. Saya menilai tinggi badan saya ideal	20. Menurut saya badan saya terlalu tinggi/ terlalu pendek dari orang lain 31. Menurut saya tinggi badan saya belum sesuai standar kecantikan secara umum	3

2. Blue Print Skala Harga Diri

No.	Aspek	Indikator	Butir Aitem		Jumlah
			F (+)	UF (-)	
1.	<i>Performanc e self-esteem</i>	Yakin akan kemampuan diri sendiri	1. Saya yakin bahwa saya mampu merespon situasi dengan baik 10. Saya yakin bahwa saya mampu bertanggung jawab atas tindakan saya	16. Saya ragu dapat bertanggung jawab atas tindakan saya	3
		Yakin bahwa diri mampu meraih keberhasilan	2. Saya yakin bahwa saya mampu mendapatkan apa yang saya inginkan 11. Saya yakin bahwa saya mampu mengatasi permasalahan	17. Saya ragu mampu mengatasi permasalahan	3
2.	<i>Social self-esteem</i>	Yakin bahwa diri layak bersosialisasi	3. Saya yakin bahwa saya mampu menyesuaikan diri dengan topik pembicaraan di suatu kelompok 12. Saya yakin bahwa saya mampu menjaga ucapan dengan baik ketika bersama orang lain	7. Saya kesulitan menyesuaikan diri dengan topik pembicaraan di suatu kelompok 18. Saya ragu dapat menjaga ucapan saya ketika bersama orang lain	4
		Menilai bahwa diri berharga di lingkungan sosial	4. Saya menilai bahwa saya memiliki hak untuk menyampaikan pendapat saya kepada orang lain 13. Saya menilai bahwa saya memiliki hak	-	2

			untuk didengar ketika saya berbicara		
3.	<i>Appearance self-esteem</i>	Menilai bahwa penampilan fisiknya dalam keadaan baik	5. Menurut saya penampilan fisik saya menarik 14. Saya menilai bahwa penampilan saya rapi	8. Saya menilai penampilan fisik saya tidak menarik 19. Saya tidak terlalu memperhatikan kerapihan dalam berpenampilan	4
		Menerima penampilan fisiknya	6. Saya bahagia dengan kondisi fisik saya 15. Saya nyaman dengan penampilan fisik saya	9. Saya sedih dengan kondisi fisik saya 20. Saya terganggu dengan penampilan fisik saya	4

3. Blue Print Skala Dukungan Sosial

No.	Aspek	Indikator	Butir Aitem		Jumlah
			F (+)	UF (-)	
1.	Dukungan emosional	Merasakan perhatian dari orang lain	1. Saya menganggap bahwa orang lain peduli kepada saya 19. Orang lain menanyakan kabar kepada saya	9. Saya menganggap bahwa saya diabaikan oleh orang lain 28. Orang lain mengalihkan pandangan ketika saya mengajak bicara	4
		Merasa aman dengan orang lain	2. Saya menganggap bahwa kehadiran orang lain membuat saya aman 20. Saya merasa mendapatkan perlindungan ketika bersama orang lain	10. Saya dikucilkan oleh orang lain 29. Saya merasa terancam ketika bersama orang lain	4
2.	Dukungan jaringan	Merasa "dianggap" oleh orang lain	21. Orang lain menanyakan pendapat kepada saya	11. Saya tidak dilibatkan sebagai anggota di suatu kelompok 30. Saya tidak dibutuhkan oleh orang lain	3

		Merasa mendapatkan kesempatan berkegiatan bersama orang lain	3. Orang lain mengajak saya berdiskusi bersama 22. Orang lain tidak keberatan melakukan kegiatan bersama saya	12. Saya sulit memiliki kesempatan untuk berdiskusi bersama orang lain 31. Kelompok pertemanan saya tidak mengajak saya bermain	4
3.	Dukungan penghargaan	Menerima penilaian positif dari orang lain	4. Saya mendapatkan pujian dari orang lain 23. Pencapaian saya disukai oleh orang lain	13. Saya mendapatkan komentar yang kurang enak 32. Orang lain merendahkan pencapaian saya dengan pencapaian orang lain yang lebih baik	4
		Menerima penguatan dari orang lain	5. Orang lain mengatakan kebanggaannya atas usaha saya 24. Saya mendapatkan motivasi dari orang lain	14. Orang lain tidak peduli kepada saya ketika saya gagal mendapatkan sesuatu	3
4.	Dukungan nyata	Menerima bantuan materi dari orang lain	-	15. Tidak ada yang bersedia memberi saya uang 33. Saya belum pernah mendapatkan baju dari orang lain	2
		Menerima bantuan jasa dari orang lain	6. Orang lain membantu saya menemukan barang yang hilang 25. Orang lain bersedia mengantarkan saya ke tempat tujuan	16. Orang lain enggan membantu saya membersihkan rumah 34. Saya kesulitan mencari bantuan untuk membawa barang	4

5.	Dukungan informasi	Menerima informasi dari orang lain	7. Orang lain menerangkan peraturan suatu kelompok kepada saya 26. Orang lain memberi tahu saya ketika ada pengumuman	17. Orang lain enggan membagikan berita tertentu kepada saya 35. Orang lain enggan menjelaskan suatu informasi akademik kepada saya	4
		Menerima nasihat atau saran dari orang lain	8. Orang lain memberi nasihat kepada saya 27. Orang lain memberi pendapat kepada saya untuk menyelesaikan permasalahan	18. Orang lain enggan memberi petunjuk kepada saya 36. Tidak ada yang menegur saya ketika saya melakukan kesalahan	4

Lampiran 4 Uji Coba Skala Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Saya Nurul Izzah mahasiswi Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang yang sedang mengerjakan tugas akhir (skripsi).

Bagi yang berkenan menjadi responden dimohon untuk mengisi *google form* berikut: <https://forms.gle/4T29jZqCQ4C8L9Dj8>

Terima kasih atas partisipasinya, semoga selalu diberi kesehatan dan keselamatan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Domisili :

Kurun waktu penggunaan Instagram :

1. *Body image*

No.	Aitem	SS	S	TS	STS
1.	Saya menyukai penampilan saya				
2.	Orang lain menilai penampilan saya baik				
3.	Saya memakai <i>make up</i> yang cocok dengan tipe wajah saya				
4.	Saya memakai <i>skincare</i> setiap hari				
5.	Saya menerima wajah saya apa adanya				
6.	Saya puas terhadap warna kulit tubuh saya				
7.	Saya tidak mengkhawatirkan berat badan saya				
8.	Saya menjaga pola makan saya untuk menjaga berat badan				
9.	Saya menilai berat badan saya ideal				
10.	Saya menilai tinggi badan saya ideal				
11.	Saya kurang menyukai penampilan saya				
12.	Saya menganggap orang lain kurang menyukai penampilan saya				
13.	Saya tidak terlalu memperhatikan penampilan saya				
14.	Saya melewatkan <i>skincare</i> di malam hari				
15.	Saya kecewa dengan kondisi wajah saya				
16.	Saya memiliki warna kulit tubuh yang mengganggu penampilan saya				
17.	Saya mengecek berat badan saya dengan timbangan beberapa hari sekali dalam seminggu				
18.	Saya mangonsumsi makanan berlemak				
19.	Saya menilai badan saya tidak ideal (terlalu gemuk/ terlalu kurus)				
20.	Menurut saya badan saya terlalu tinggi/ terlalu pendek dari orang lain				
21.	Menurut saya penampilan saya menarik				
22.	Saya percaya ketika orang lain memuji penampilan saya				
23.	Saya menggunakan pakaian dengan warna senada				
24.	Saya memakai perawatan tubuh secara teratur				
25.	Saya menilai wajah saya cantik				
26.	Saya puas dengan kondisi perut saya				
27.	Saya menilai pakaian saya sesuai ukuran badan saya ketika dipakai				
28.	Saya pergi berolah raga untuk menjaga berat badan				
29.	Saya menilai berat badan saya sudah sesuai				
30.	Saya menilai tinggi badan saya sudah sesuai standar orang lain				
31.	Saya menilai penampilan saya kurang menarik				
32.	Saya kurang diperhatikan orang lain karena penampilan fisik saya kurang menarik				
33.	Penampilan saya ketinggalan jaman				
34.	Saya membiarkan jerawat yang ada pada wajah saya				
35.	Saya kecewa dengan warna kulit wajah saya				
36.	Saya menilai perut saya tidak sesuai dengan keinginan saya				
37.	Saya mengecek ukuran lingkaran perut saya beberapa hari sekali dalam seminggu				
38.	Menurut saya berolahraga hanya membuang waktu				
39.	Saya menilai berat badan saya belum sesuai keinginan				

	saya				
40.	Menurut saya tinggi badan saya belum sesuai standar kecantikan secara umum				

2. Harga Diri

No.	Aitem	SS	S	TS	STS
1.	Saya yakin bahwa saya mampu merespon situasi dengan baik				
2.	Saya yakin bahwa saya mampu mendapatkan apa yang saya inginkan				
3.	Saya yakin bahwa saya mampu menyesuaikan diri dengan topik pembicaraan di suatu kelompok				
4.	Saya menilai bahwa saya memiliki hak untuk menyampaikan pendapat saya kepada orang lain				
5.	Menurut saya penampilan fisik saya menarik				
6.	Saya bahagia dengan kondisi fisik saya				
7.	Saya takut melakukan kesalahan ketika merespon situasi				
8.	Saya ragu bisa mendapatkan apa yang saya inginkan				
9.	Saya kesulitan menyesuaikan diri dengan topik pembicaraan di suatu kelompok				
10.	Saya kesulitan dalam menyampaikan pendapat saya di suatu kelompok				
11.	Saya menilai penampilan fisik saya tidak menarik				
12.	Saya sedih dengan kondisi fisik saya				
13.	Saya yakin bahwa saya mampu bertanggung jawab atas tindakan saya				
14.	Saya yakin bahwa saya mampu mengatasi permasalahan				
15.	Saya yakin bahwa saya mampu menjaga ucapan dengan baik ketika bersama orang lain				
16.	Saya menilai bahwa saya memiliki hak untuk didengar ketika saya berbicara				
17.	Saya menilai bahwa penampilan saya rapi				
18.	Saya nyaman dengan penampilan fisik saya				
19.	Saya ragu dapat bertanggung jawab atas tindakan saya				
20.	Saya ragu mampu mengatasi permasalahan				
21.	Saya ragu dapat menjaga ucapan saya ketika bersama orang lain				
22.	Orang lain menyela saya ketika saya sedang berbicara				
23.	Saya tidak terlalu memperhatikan kerapihan dalam berpenampilan				
24.	Saya terganggu dengan penampilan fisik saya				

3. Dukungan Sosial

No.	Aitem	SS	S	TS	STS
1.	Saya menganggap bahwa orang lain peduli kepada saya				
2.	Saya menganggap bahwa kehadiran orang lain membuat saya aman				
3.	Orang lain memasukan saya sebagai anggota <i>grup chat</i> di media sosial				
4.	Orang lain mengajak saya berdiskusi bersama				
5.	Saya mendapatkan pujian dari orang lain				
6.	Orang lain mengatakan kebanggaannya atas usaha saya				
7.	Saya menerima perhiasan dari orang lain				
8.	Orang lain membantu saya menemukan barang yang hilang				

9.	Orang lain menerangkan peraturan suatu kelompok kepada saya				
10.	Orang lain memberi nasihat kepada saya				
11.	Saya menganggap bahwa saya diabaikan oleh orang lain				
12.	Saya dikucilkan oleh orang lain				
13.	Saya tidak dilibatkan sebagai anggota di suatu kelompok				
14.	Saya sulit memiliki kesempatan untuk berdiskusi bersama orang lain				
15.	Saya mendapatkan komentar yang kurang enak				
16.	Orang lain tidak peduli kepada saya ketika saya gagal mendapatkan sesuatu				
17.	Tidak ada yang bersedia memberi saya uang				
18.	Orang lain enggan membantu saya membersihkan rumah				
19.	Orang lain enggan membagikan berita tertentu kepada saya				
20.	Orang lain enggan memberi petunjuk kepada saya				
21.	Orang lain menanyakan kabar kepada saya				
22.	Saya merasa mendapatkan perlindungan ketika bersama orang lain				
23.	Orang lain menanyakan pendapat kepada saya				
24.	Orang lain tidak keberatan melakukan kegiatan bersama saya				
25.	Pencapaian saya disukai oleh orang lain				
26.	Saya mendapatkan motivasi dari orang lain				
27.	Orang lain memberi saya makanan				
28.	Orang lain bersedia mengantarkan saya ke tempat tujuan				
29.	Orang lain memberi tahu saya ketika ada pengumuman				
30.	Orang lain memberi pendapat kepada saya untuk menyelesaikan permasalahan				
31.	Orang lain mengalihkan pandangan ketika saya mengajak bicara				
32.	Saya merasa terancam ketika bersama orang lain				
33.	Saya tidak dibutuhkan oleh orang lain				
34.	Kelompok pertemanan saya tidak mengajak saya bermain				
35.	Orang lain merendahkan pencapaian saya dengan pencapaian orang lain yang lebih baik				
36.	Orang lain meremehkan kemampuan saya ketika saya berusaha mencapai sesuatu				
37.	Saya belum pernah mendapatkan baju dari orang lain				
38.	Saya kesulitan mencari bantuan untuk membawa barang				
39.	Orang lain enggan menjelaskan suatu informasi akademik kepada saya				
40.	Tidak ada yang menegur saya ketika saya melakukan kesalahan				

Lampiran 5 Uji Skala Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb. Saya Nurul Izzah mahasiswi Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Walisongo Semarang yang sedang mengerjakan tugas akhir (skripsi).

Saya izin meminta bantuan teman-teman untuk mengisi skala penelitian dengan kriteria sebagai berikut:

1. Pengguna Instagram aktif

2. Wanita
3. Berusia 18-22 tahun
4. Telah menggunakan Instagram minimal selama 2 tahun
5. Penduduk Jawa Tengah

Bagi yang berkenan menjadi responden dimohon untuk mengisi *google form* berikut: <https://forms.gle/RAdvFeMJ3KNETGgQ7>

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Domisili :

Kurun waktu penggunaan Instagram :

Terima kasih atas partisipasinya, semoga selalu diberi kesehatan dan keselamatan.

1. *Body Image*

No.	Aitem	SS	S	TS	STS
1.	Saya menyukai penampilan saya				
2.	Orang lain menilai penampilan saya baik				
3.	Saya memakai <i>make up</i> yang cocok dengan tipe wajah saya				
4.	Saya memakai <i>skincare</i> setiap hari				
5.	Saya menerima wajah saya apa adanya				
6.	Saya puas terhadap warna kulit tubuh saya				
7.	Saya tidak mengkhawatirkan berat badan saya				
8.	Saya menjaga pola makan saya untuk menjaga berat badan				
9.	Saya menilai berat badan saya ideal				
10.	Saya menilai tinggi badan saya ideal				
11.	Saya kurang menyukai penampilan saya				
12.	Saya menganggap orang lain kurang menyukai penampilan saya				
13.	Saya melewatkan <i>skincare</i> di malam hari				
14.	Saya kecewa dengan kondisi wajah saya				
15.	Saya memiliki warna kulit tubuh yang mengganggu penampilan saya				
16.	Saya mengecek berat badan saya dengan timbangan beberapa hari sekali dalam seminggu				
17.	Menurut saya badan saya terlalu tinggi/ terlalu pendek dari orang lain				

18.	Saya percaya ketika orang lain memuji penampilan saya				
19.	Saya memakai perawatan tubuh secara teratur				
20.	Saya menilai wajah saya cantik				
21.	Saya menilai pakaian saya sesuai ukuran badan saya ketika dipakai				
22.	Saya pergi berolah raga untuk menjaga berat badan				
23.	Saya menilai berat badan saya sudah sesuai				
24.	Saya menilai penampilan saya kurang menarik				
25.	Saya kurang diperhatikan orang lain karena penampilan fisik saya kurang menarik				
26.	Penampilan saya ketinggalan jaman				
27.	Saya membiarkan jerawat yang ada pada wajah saya				
28.	Saya menilai perut saya tidak sesuai dengan keinginan saya				
29.	Menurut saya berolahraga hanya membuang waktu				
30.	Saya menilai berat badan saya belum sesuai keinginan saya				
31.	Menurut saya tinggi badan saya belum sesuai standar kecantikan secara umum				

2. Harga Diri

No.	Aitem	SS	S	TS	STS
1.	Saya yakin bahwa saya mampu merespon situasi dengan baik				
2.	Saya yakin bahwa saya mampu mendapatkan apa yang saya inginkan				
3.	Saya yakin bahwa saya mampu menyesuaikan diri dengan topik pembicaraan di suatu kelompok				
4.	Saya menilai bahwa saya memiliki hak untuk menyampaikan pendapat saya kepada orang lain				
5.	Menurut saya penampilan fisik saya menarik				
6.	Saya bahagia dengan kondisi fisik saya				
7.	Saya kesulitan menyesuaikan diri dengan topik pembicaraan di suatu kelompok				
8.	Saya menilai penampilan fisik saya tidak menarik				
9.	Saya sedih dengan kondisi fisik saya				
10.	Saya yakin bahwa saya mampu bertanggung jawab atas tindakan saya				
11.	Saya yakin bahwa saya mampu mengatasi permasalahan				
12.	Saya yakin bahwa saya mampu menjaga ucapan dengan baik ketika bersama orang lain				
13.	Saya menilai bahwa saya memiliki hak untuk didengar ketika saya berbicara				
14.	Saya menilai bahwa penampilan saya rapi				
15.	Saya nyaman dengan penampilan fisik saya				
16.	Saya ragu dapat bertanggung jawab atas tindakan saya				
17.	Saya ragu mampu mengatasi permasalahan				
18.	Saya ragu dapat menjaga ucapan saya ketika bersama orang lain				
19.	Saya tidak terlalu memperhatikan kerapian dalam berpenampilan				
20.	Saya terganggu dengan penampilan fisik saya				

3. Dukungan Sosial

No.	Aitem	SS	S	TS	STS
1.	Saya menganggap bahwa orang lain peduli kepada saya				
2.	Saya menganggap bahwa kehadiran orang lain membuat saya				

	aman				
3.	Orang lain mengajak saya berdiskusi bersama				
4.	Saya mendapatkan pujian dari orang lain				
5.	Orang lain mengatakan kebanggaannya atas usaha saya				
6.	Orang lain membantu saya menemukan barang yang hilang				
7.	Orang lain menerangkan peraturan suatu kelompok kepada saya				
8.	Orang lain memberi nasihat kepada saya				
9.	Saya menganggap bahwa saya diabaikan oleh orang lain				
10.	Saya dikucilkan oleh orang lain				
11.	Saya tidak dilibatkan sebagai anggota di suatu kelompok				
12.	Saya sulit memiliki kesempatan untuk berdiskusi bersama orang lain				
13.	Saya mendapatkan komentar yang kurang enak				
14.	Orang lain tidak peduli kepada saya ketika saya gagal mendapatkan sesuatu				
15.	Tidak ada yang bersedia memberi saya uang				
16.	Orang lain enggan membantu saya membersihkan rumah				
17.	Orang lain enggan membagikan berita tertentu kepada saya				
18.	Orang lain enggan memberi petunjuk kepada saya				
19.	Orang lain menanyakan kabar kepada saya				
20.	Saya merasa mendapatkan perlindungan ketika bersama orang lain				
21.	Orang lain menanyakan pendapat kepada saya				
22.	Orang lain tidak keberatan melakukan kegiatan bersama saya				
23.	Pencapaian saya disukai oleh orang lain				
24.	Saya mendapatkan motivasi dari orang lain				
25.	Orang lain bersedia mengantarkan saya ke tempat tujuan				
26.	Orang lain memberi tahu saya ketika ada pengumuman				
27.	Orang lain memberi pendapat kepada saya untuk menyelesaikan permasalahan				
28.	Orang lain mengalihkan pandangan ketika saya mengajak bicara				
29.	Saya merasa terancam ketika bersama orang lain				
30.	Saya tidak dibutuhkan oleh orang lain				
31.	Kelompok pertemanan saya tidak mengajak saya bermain				
32.	Orang lain merendahkan pencapaian saya dengan pencapaian orang lain yang lebih baik				
33.	Saya belum pernah mendapatkan baju dari orang lain				
34.	Saya kesulitan mencari bantuan untuk membawa barang				
35.	Orang lain enggan menjelaskan suatu informasi akademik kepada saya				
36.	Tidak ada yang menegur saya ketika saya melakukan kesalahan				

Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Skala *Body Image*

Item-Total Statistics			
Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlatio n	Cronbach's Alpha if Item Deleted

Y.1	104.63	109.068	.744	.863
Y.2	104.93	113.375	.373	.868
Y.3	105.00	112.828	.330	.869
Y.4	105.27	108.478	.541	.864
Y.5	104.73	112.823	.330	.869
Y.6	104.93	111.720	.469	.867
Y.7	105.30	109.459	.387	.868
Y.8	105.50	110.466	.380	.868
Y.9	105.47	111.430	.407	.867
Y.10	105.13	109.844	.471	.866
Y.11	105.13	110.947	.477	.866
Y.12	105.13	110.878	.483	.866
Y.13	105.17	116.695	.008	.874
Y.14	105.53	111.085	.446	.867
Y.15	104.93	111.168	.520	.866
Y.16	105.03	109.826	.358	.868
Y.17	105.17	108.420	.347	.870
Y.18	105.70	110.769	.289	.870
Y.19	105.43	113.220	.240	.870
Y.20	105.30	111.666	.350	.868
Y.21	105.20	112.648	.290	.869
Y.22	105.23	112.254	.449	.867
Y.23	104.70	116.976	.004	.873
Y.24	105.53	110.464	.496	.866
Y.25	105.07	109.651	.508	.865
Y.26	105.40	115.214	.072	.875
Y.27	104.83	112.695	.313	.869
Y.28	105.77	111.978	.421	.867
Y.29	105.60	110.662	.452	.866
Y.30	105.30	117.666	-.067	.876
Y.31	105.43	110.185	.635	.864
Y.32	105.17	109.523	.529	.865
Y.33	104.87	112.395	.403	.868
Y.34	105.03	109.620	.392	.868
Y.35	104.87	114.326	.269	.870
Y.36	105.23	110.254	.310	.870
Y.37	104.63	116.654	.034	.873

Y.38	104.60	112.869	.363	.868
Y.39	105.67	110.851	.334	.869
Y.40	105.23	108.461	.477	.865

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	40

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	31

2. Skala Harga Diri

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	67.13	46.533	.389	.876
X1.2	67.03	44.723	.500	.873
X1.3	67.10	43.817	.609	.870
X1.4	66.80	45.545	.449	.875
X1.5	67.40	43.559	.614	.870
X1.6	67.23	46.461	.320	.878
X1.7	68.27	47.375	.160	.884
X1.8	67.57	47.771	.098	.886
X1.9	67.43	44.875	.370	.878
X1.10	67.60	46.800	.259	.880
X1.11	67.37	44.309	.598	.871
X1.12	67.07	45.237	.520	.873
X1.13	66.80	44.786	.645	.870
X1.14	66.97	45.344	.494	.874
X1.15	67.00	44.897	.513	.873

X1.16	66.73	44.616	.644	.870
X1.17	67.13	46.120	.458	.875
X1.18	67.20	42.924	.694	.867
X1.19	67.17	45.178	.491	.874
X1.20	67.17	44.695	.558	.872
X1.21	67.30	44.907	.491	.874
X1.22	67.53	46.878	.254	.880
X1.23	66.93	45.582	.439	.875
X1.24	67.13	46.189	.560	.874

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	24

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	20

3. Skala Dukungan Sosial

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	116.53	174.395	.470	.946
X2.2	116.60	171.214	.641	.945
X2.3	116.47	176.326	.244	.949
X2.4	116.33	171.402	.784	.945
X2.5	116.40	173.145	.550	.946
X2.6	116.50	171.569	.627	.945
X2.7	117.27	180.823	.006	.951
X2.8	116.50	173.638	.553	.946
X2.9	116.60	174.455	.387	.947
X2.10	116.33	175.195	.576	.946

X2.11	116.63	172.999	.565	.946
X2.12	116.23	170.323	.678	.945
X2.13	116.30	170.631	.637	.945
X2.14	116.43	168.944	.726	.945
X2.15	116.57	171.978	.507	.946
X2.16	116.70	166.976	.685	.945
X2.17	116.23	169.909	.705	.945
X2.18	116.53	168.809	.614	.945
X2.19	116.40	171.214	.615	.945
X2.20	116.23	170.461	.746	.945
X2.21	116.43	175.978	.440	.947
X2.22	116.57	170.530	.644	.945
X2.23	116.30	175.872	.600	.946
X2.24	116.30	176.700	.509	.946
X2.25	116.50	175.638	.591	.946
X2.26	116.23	174.806	.504	.946
X2.27	116.53	178.326	.196	.948
X2.28	116.40	170.179	.682	.945
X2.29	116.30	173.045	.723	.945
X2.30	116.40	171.352	.676	.945
X2.31	116.50	174.741	.471	.946
X2.32	116.37	173.689	.549	.946
X2.33	116.40	170.386	.744	.945
X2.34	116.27	168.271	.762	.944
X2.35	116.53	172.947	.429	.947
X2.36	116.57	176.668	.221	.949
X2.37	116.47	172.051	.474	.947
X2.38	116.33	171.471	.678	.945
X2.39	116.33	170.713	.656	.945
X2.40	116.37	172.930	.536	.946

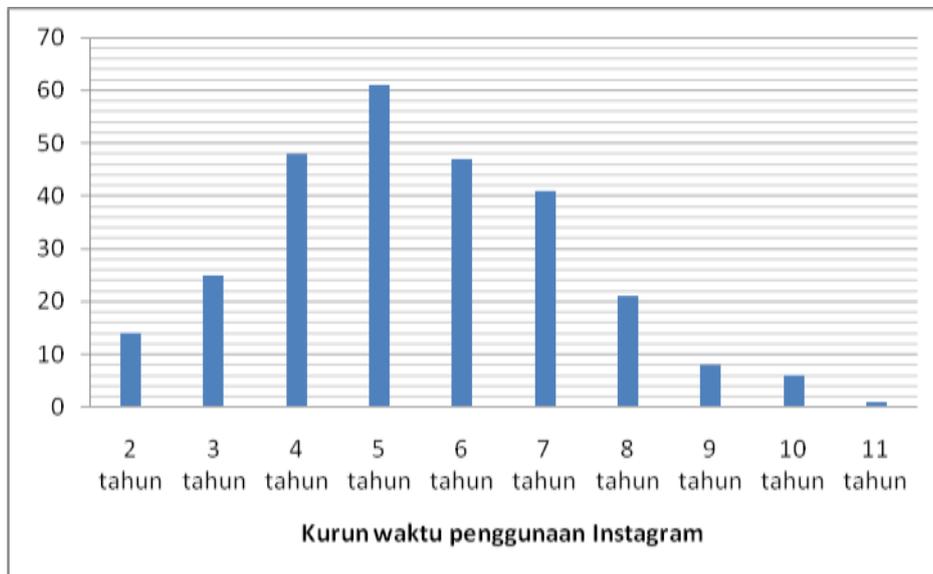
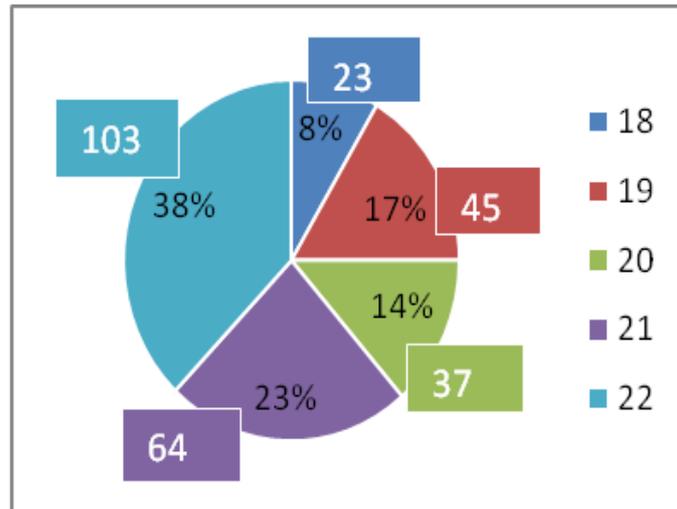
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.947	40

Reliability Statistics

onbach's Alpha	N of Items
.956	36

Lampiran 7 Hasil Uji Deskriptif



Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Body Image	272	65.00	120.00	85.9485	8.29290
Harga Diri	272	43.00	76.00	59.8529	6.12542
Dukungan Sosial	272	65.00	144.00	106.7243	11.85371
Valid N (listwise)	272				

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (Mean - 1SD)$	$< 77,66$	Rendah
$(Mean - 1SD) \leq X < (Mean + 1SD)$	$77,66 \leq X < 94,24$	Sedang
$X \geq (Mean) + 1SD)$	$\geq 94,24$	Tinggi

Body Image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	37	13.6	13.6	13.6
	Sedang	198	72.8	72.8	86.4
	Tinggi	37	13.6	13.6	100.0
Total	272	100.0	100.0		

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (Mean - 1SD)$	$< 53,72$	Rendah
$(Mean - 1SD) \leq X < (Mean + 1SD)$	$53,72 \leq X < 65,97$	Sedang
$X \geq (Mean) + 1SD)$	$\geq 65,97$	Tinggi

		Harga Diri			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Rendah	34	12.5	12.5	12.5
	Sedang	193	71.0	71.0	83.5
	Tinggi	45	16.5	16.5	100.0
	Total	272	100.0	100.0	

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategorisasi Skor
$X < (Mean - 1SD)$	$< 94,87$	Rendah
$(Mean - 1SD) \leq X < (Mean + 1SD)$	$94,87 \leq X < 118,57$	Sedang
$X \geq (Mean) + 1SD)$	$\geq 118,57$	Tinggi

		Dukungan Sosial			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Rendah	39	14.3	14.3	14.3
	Sedang	195	71.7	71.7	86.0
	Tinggi	38	14.0	14.0	100.0
	Total	272	100.0	100.0	

Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
		Residual
N		272
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.13919037
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.042
	Negative	-.041
Test Statistic		.042

Asymp. Sig. (2-tailed) **.200^{c,d}**

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 9 Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Body Image * Harga Diri	Between Groups	(Combined)		9879.631	31	318.698	8.782	.000
		Linearity		8365.090	1	8365.090	230.511	.000
		Deviation from Linearity		1514.541	30	50.485	1.391	.093
		Within Groups		8709.428	240	36.289		
Total				18589.059	271			

ANOVA Table

				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Body Image * Dukungan Sosial	Between Groups	(Combined)		8066.255	56	144.040	2.943	.000
		Linearity		4393.670	1	4393.670	89.771	.000
		Deviation from Linearity		3672.585	55	66.774	1.364	.062
		Within Groups		10522.804	215	48.943		
Total				18589.059	271			

Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis 1 : Pearson Product Moment

Correlations

		Harga Diri	Body Image
Harga Diri	Pearson Correlation	1	.671**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	272	272
Body Image	Pearson Correlation	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	272	272

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis 2 : Pearson Product Moment

Correlations

		Dukungan Sosial	Body Image
Dukungan Sosial	Pearson Correlation	1	.486**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	272	272
Body Image	Pearson Correlation	.486**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	272	272

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis 3 : Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.672^a	.452	.448	6.16078	.452	111.017	2	269	.000

a. Predictors: (Constant), Dukungan Sosial, Harga Diri

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Daftar Riwayat Hidup

- 1. Nama Lengkap : Nurul Izzah
- 2. Tempat, Tanggal Lahir : Kebumen, 28 Oktober 2001
- 3. Alamat Rumah : Rt 1 Rw 1 Kalibangkang, Kec. Ayah, Kab.
Kebumen
- 4. No. Telp : 081326193390
- 5. Email : nurul.izzah281001@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

- 1. Pendidikan Formal
 - a. RA Nurul Awwalin Kalibangkang
 - b. MI Sultan Agung Kalibangkang
 - c. MTS Sultan Agung Kalibangkang
 - d. MAN 2 Kebumen
 - e. UIN Walisongo Semarang
- 2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Mushola Al-Huda
 - b. Asrama MAN 2 Kebumen
 - c. Pondok Pesantren Al-Ma'rufiyyah