

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN *BODY IMAGE* PADA REMAJA WANITA

Natasya Salsabilla Azzahra Putri¹ & Niken Widi Astuti²

¹Program Studi Sarjana Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: natasya.705180061@stu.untar.ac.id

²Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: nikenw@fpsi.untar.ac.id

Masuk : 18-08-2022, revisi: 21-01-2023, diterima untuk diterbitkan : 23-07-2023

ABSTRACT

In addition to the usefulness of Instagram in interaction and communication as well as self-disclosure, there are negative impacts resulting from the use of Instagram. One of the impacts resulting from the use of Instagram is problems with body image in adolescent girls (Raychoudhury, 2021). The purpose of this study was to determine the relationship between the intensity of Instagram usage and body image in adolescent girls. This study was conducted on 300 female adolescent participants aged 12-19 years old who use Instagram at least once in the past week. The method used in this research is non-experimental quantitative with a convenience sampling technique. In this study, Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial (SIPMS) was used to measure the intensity of Instagram usage and the Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scale (MBSRQ-AS) was used to measure body image. The results showed that the research hypothesis was accepted, namely that there was a relationship between the intensity of Instagram usage and body image in adolescent girls. Body image had the highest correlation with the dimension of duration on the intensity of use ($r = .434$). From this data, it can be concluded that there is a positive and significant relationship between the intensity of Instagram use and body image among adolescent girls. It is recommended that samples be taken from a diverse range of ages and body mass indexes to ensure that the results are more representative of adolescent girls as a whole.

Keywords: social media, body image

ABSTRAK

Terlepas dari bermanfaatnya media sosial Instagram dalam mempermudah interaksi dan komunikasi serta mengekspresikan diri, terdapat dampak negatif yang dihasilkan dari penggunaan Instagram. Salah satu dampak yang dihasilkan dari penggunaan Instagram yaitu permasalahan yang berkaitan dengan *body image* pada remaja wanita (Raychoudhury, 2021). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan *body image* pada remaja wanita. Penelitian ini dilakukan pada 300 partisipan remaja wanita dengan lingkup usia 12-19 tahun, memiliki akun Instagram, dan menggunakan Instagram setidaknya dalam seminggu terakhir. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif non-eksperimental dengan teknik *convenience sampling*. Dalam penelitian ini, digunakan alat ukur Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial (SIPMS) untuk mengukur variabel intensitas penggunaan dan *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scale* (MBSRQ-AS) untuk mengukur variabel *body image*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima, yakni bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan *body image* pada remaja wanita. Korelasi tertinggi didapatkan pada *body image* dengan dimensi Durasi pada intensitas penggunaan ($r = .434$). Dari data tersebut, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan *body image* pada remaja wanita. Disarankan mengambil sampel dengan variasi usia dan indeks masa tubuh yang merata agar hasil lebih representatif bagi remaja wanita secara keseluruhan.

Kata Kunci: media sosial, *body image*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Masa remaja merupakan tahap penting di mana seseorang sedang berada pada tahap aktualisasi diri dan juga dimana mereka memiliki keinginan untuk mengekspresikan diri. Dengan semakin berkembang pesatnya teknologi informasi, ditemukanlah berbagai macam media di internet untuk memudahkan interaksi antar sesama manusia, yang dapat dijadikan wadah bagi para

remaja untuk mengekspresikan berbagai hal. Media sosial merupakan tempat dimana manusia dapat berinteraksi satu sama lain, mengekspresikan diri, dan berbagi pengalaman. Salah satu media sosial yang populer di kalangan remaja pada saat ini adalah Instagram (Seetharaman, 2015). Instagram merupakan suatu jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya membagikan berbagai konten yang berjenis foto dan video, dimana penggunanya bisa saling berinteraksi dan terhubung lewat berbagai konten yang dibagikan.

Maraknya penggunaan berbagai media sosial, salah satunya Instagram, memungkinkan penggunanya untuk mengkonstruksi dan menunjukkan identitasnya ketika berinteraksi dengan pengguna lain (Boyd & Ellison, 2007). Hal ini memungkinkan penggunanya untuk mengembangkan suatu gambaran identitas ideal yang dapat mereka tunjukkan pada orang-orang di internet (Gonzales & Hancock, 2011). Terdapat berbagai cara untuk menunjukkan identitas di dunia maya, salah satunya dengan cara mengunggah foto mengenai kegiatan yang menyenangkan yang dilakukan, pencapaian, penampilan fisik yang rupawan, hingga harta benda untuk menunjukkan gambaran diri terbaik mereka di media sosial, yang bisa saja tidak realistis di kehidupan nyata.

Terlepas dari bermanfaatnya media sosial Instagram dalam mempermudah interaksi dan komunikasi serta mengekspresikan diri, terdapat beberapa dampak negatif yang dihasilkan dari penggunaan Instagram. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap 22,410 orang pengguna Instagram di 6 negara dengan pengguna Instagram terbanyak (Amerika Serikat, Jepang, Brazil, Indonesia, & India), kelompok pengguna Instagram yang berusia remaja memiliki masalah yang berkaitan dengan *body image* lebih tinggi dibandingkan kelompok pengguna Instagram yang berusia dewasa (Raychoudhury, 2021). Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 55.59% dari seluruh kelompok pengguna Instagram berusia remaja memiliki masalah yang berkaitan dengan *body image*. Sedangkan pada kelompok pengguna Instagram berusia dewasa, hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 52.52% dari keseluruhan partisipan dewasa memiliki masalah yang berkaitan dengan *body image*. Selain itu, sejumlah 57.58% dari keseluruhan partisipan pengguna Instagram berusia remaja memiliki masalah dengan perilaku *social comparison* atau perbandingan sosial. Hasil tersebut menunjukkan angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok pengguna Instagram berusia dewasa, yang menunjukkan sejumlah 43.01% partisipan yang memiliki masalah dengan perilaku *social comparison*.

Hasil survei yang sama (Raychoudhury, 2021) menunjukkan bahwa sejumlah 32.40% dari keseluruhan partisipan remaja wanita pengguna Instagram beranggapan bahwa pandangan terhadap citra tubuh atau *body image* yang ada pada diri semakin memburuk akibat penggunaan Instagram. Hasil tersebut menunjukkan angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok partisipan remaja pria yang menunjukkan sejumlah 6.70% dari keseluruhan partisipan remaja pria pengguna Instagram yang beranggapan bahwa *body image* yang ada pada diri semakin memburuk akibat penggunaan Instagram. Dari hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa kelompok remaja wanita pengguna Instagram menunjukkan tingkat permasalahan *body image* yang lebih tinggi dari daripada kelompok usia dan kelompok jenis kelamin lainnya.

Tingkat kepuasan dan penilaian subjektif terhadap penampilan fisik yang meliputi ukuran tubuh, bentuk tubuh, berat badan, dan penampilan diri sendiri secara menyeluruh yang dimiliki seseorang disebut *body image* (Cash & Deagle, 1997). *Body image* merupakan salah satu aspek krusial bagi remaja wanita. Pada masa pubertas, terdapat berbagai perubahan fisik yang terjadi pada remaja wanita, salah satunya adalah peningkatan berat badan. Remaja wanita cenderung memiliki ketidakpuasan terhadap perubahan bentuk tubuhnya pada masa pubertas dibandingkan

dengan remaja pria, yang disebabkan oleh meningkatnya berat badan dan massa lemak tubuh pada remaja wanita di masa pubertas (Bearman et al., 2006; Santrock, 2011). Ketidakpuasan terhadap penampilan fisik diri sendiri terjadi ketika seseorang memiliki pandangan subjektif yang negatif terhadap badannya sendiri (Carter et al., 2017) yang dihasilkan dari perbandingan atau perbedaan yang ada di lingkup sosial (Jones, 2001), yang dalam kasus ini artinya para remaja wanita pengguna media sosial memiliki pandangan negatif terhadap penampilan fisik dirinya sendiri karena membandingkan penampilan fisik dirinya sendiri dengan paparan foto-foto tidak realistis dari sosial media, kemudian menginternalisasi media tersebut sebagai gambaran ideal diri.

Terdapat beberapa penelitian yang membuktikan bahwa penggunaan media sosial aktif memiliki pengaruh terhadap tingkat kepuasan citra tubuh pada wanita. Studi yang dilakukan oleh Meier & Gray (2014) terhadap kelompok remaja wanita menunjukkan bahwa partisipan yang aktif terpapar media sosial Facebook memiliki keinginan yang lebih tinggi untuk menjadi kurus dan menginternalisasi bahwa citra tubuh ideal adalah tubuh yang kurus, dibandingkan kelompok remaja wanita yang tidak menggunakan media sosial Facebook. Kelompok remaja wanita pengguna media sosial Facebook tersebut juga menunjukkan perilaku mengobjektifikasi tubuh, membandingkan penampilan diri dengan penampilan orang lain, dan juga secara konstan mengkhawatirkan bentuk tubuh diri sendiri.

Temuan penelitian ini dikuatkan oleh penelitian kuantitatif yang dilakukan oleh Cohen et al. (2017), yang mengukur dimensi-dimensi yang berkaitan dengan *body image* pada partisipan wanita dewasa muda pengguna media sosial Instagram dan Facebook. Dimensi-dimensi yang diukur merupakan *thin-ideal internalization* (anggapan subjektif bahwa tubuh yang ideal adalah tubuh yang kurus), *appearance comparison* (kecenderungan untuk membandingkan penampilan diri sendiri dengan penampilan orang lain), *appearance evaluation* (penilaian subjektif terhadap penampilan diri sendiri), *body surveillance* (mengawasi atau mengkhawatirkan penampilan fisik), dan *drive for thinness* (perilaku yang mengarah kepada gangguan makan). Hasil penelitian kualitatif tersebut menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang diuji menggunakan korelasi Pearson antara tingkat paparan media di Facebook yang berfokus pada penampilan dengan tingkat skor *thin-ideal internalization* dan *body surveillance*.

Kemudian, pada penelitian Cohen et al. (2017) juga dilakukan pengujian Independent Samples T-Test terhadap kelompok wanita dewasa muda pengguna media sosial Instagram dengan kelompok wanita dewasa muda yang tidak menggunakan media sosial Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *body surveillance* yang signifikan antara kelompok wanita dewasa muda yang menggunakan media sosial Instagram dengan kelompok wanita dewasa muda yang tidak menggunakan media sosial Instagram. Temuan penelitian lainnya dalam penelitian Cohen et al. (2017) juga menunjukkan bahwa kelompok wanita dewasa muda yang mengikuti akun Instagram berkategori “Kesehatan dan Fitness” berkorelasi positif dengan variabel *thin-ideal internalization* dan *drive for thinness*, sedangkan kelompok wanita dewasa muda yang mengikuti akun Instagram selebriti berkorelasi positif dengan variabel *thin-ideal internalization* dan *body surveillance*.

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan *body image* pada remaja wanita?

2. METODE PENELITIAN

Karakteristik partisipan

Karakteristik partisipan dalam penelitian ini adalah (1) wanita berusia 12-19, (2) partisipan memiliki akun media sosial Instagram, (3) partisipan menggunakan media sosial Instagram dalam seminggu terakhir, (4) partisipan menggunakan Instagram selama sekurangnya dua puluh (20) menit dalam sehari.

Jenis penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif non-eksperimen, yang artinya dalam penelitian ini tidak ada intervensi atau perlakuan uji coba yang diberikan kepada partisipan penelitian (Heryana, 2020). Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling*, yang artinya tidak semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel dalam penelitian ini (Vehovar et al., 2016), dikarenakan partisipan yang dibutuhkan harus memenuhi kriteria-kriteria yang disebutkan pada karakteristik partisipan.

Penelitian ini juga menggunakan jenis teknik pengambilan data berupa *convenience sampling*, yang artinya peneliti memilih partisipan yang berada di lingkup area yang dekat dengan peneliti dan juga mudah untuk dihubungi (Showkat, 2017). Peneliti mengontak teman-teman kuliah dan sekolah yang memiliki adik atau kenalan berusia remaja untuk mengisi kuesioner penelitian, dan juga kenalan atau saudara-saudara peneliti yang berusia sesuai kriteria. Peneliti juga membagikan *link* kuesioner penelitian di berbagai media sosial milik peneliti, yaitu Instagram dan Line. Jumlah partisipan penelitian yang diambil adalah sebanyak 300 partisipan.

Alat ukur penelitian

Penelitian ini menggunakan alat ukur MBSRQ-AS (*Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scales*) dari alat ukur MBSRQ (*Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire*) yang didapatkan dari Bagian Riset dan Pengukuran Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk mengukur variabel *body image*. Alat ukur MBSRQ-AS ini merupakan adaptasi dari alat ukur MBSRQ yang dibuat oleh Brown, Cash, dan Mikuka pada tahun 1990 (Cash, 2000). Pada awalnya, alat ukur MBSRQ terdiri dari 69 butir yang mencakup 10 dimensi yaitu *Appearance Evaluation*, *Appearance Orientation*, *Fitness Evaluation*, *Fitness Orientation*, *Health Evaluation*, *Health Orientation*, *Illness Orientation*, *Body Areas Satisfaction*, *Overweight Preoccupation*, dan *Self-Classified Weight*.

Alat ukur MBSRQ diadaptasi oleh Cash (2000) menjadi MBSRQ-AS, yaitu versi dari MBSRQ yang hanya memuat butir yang mengukur dimensi yang berhubungan dengan penampilan. Total butir dari MBSRQ-AS adalah 34 butir dengan 5 dimensi. Dimensi-dimensi tersebut diantaranya adalah 8 butir yang mengukur Evaluasi Penampilan (*Appearance Evaluation*), 12 butir yang mengukur dimensi Orientasi Penampilan (*Appearance Orientation*), 3 butir yang mengukur dimensi Kecemasan Menjadi Gemuk (*Overweight Preoccupation*), 9 butir yang mengukur dimensi kepuasan area tubuh (*Body Areas Satisfaction*) dan 2 butir yang mengukur dimensi Pengkategorian Berat Badan (*Self-Classified Weight*). Butir yang mengukur dimensi-dimensi kesehatan dan *fitness* tidak diikutsertakan dalam MBSRQ-AS. Dimensi-dimensi yang tidak diikutsertakan tersebut yaitu dimensi *Fitness Evaluation*, *Fitness Orientation*, *Health Evaluation*, *Health Orientation*, dan *Illness Orientation*.

Skala alat ukur MBSRQ-AS merupakan skala likert yang terdiri dari lima pilihan jawaban, diantaranya adalah (1) 1 = STS (Sangat Tidak Setuju), (2) 2 = TS (Tidak Setuju), (3) 3 = RR (Ragu-ragu), (4) 4 = S (Setuju), dan (5) 5 = SS (Sangat Setuju). Pada butir-butir dari dimensi *Body Areas Satisfaction Scales*, lima pilihan jawaban terdiri dari (1) 1 = STP (Sangat Tidak

Puas), (2) 2 = TP (Tidak Puas), (3) 3 = RR (Ragu-ragu), (4) 4 = P (Puas), dan (5) 5 = SP (Sangat Puas). Pada dimensi *Self Classified Weight*, responden diminta memilih satu dari lima pernyataan yang paling sesuai dengan persepsi diri sendiri dan orang lain mengenai berat badannya. Lima pilihan jawaban terdiri dari (1) 1 = kekurangan berat badan tingkat berat, (2) 3 = kekurangan berat badan tingkat ringan, (3) 5 = berat badan normal, (4) 3 = kelebihan berat badan tingkat ringan, dan (5) 1 = kelebihan berat badan tingkat berat.

Untuk pengukuran intensitas penggunaan media sosial, digunakan alat ukur Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial (SIPMS) yang dibuat oleh penulis berdasarkan teori Ajzen (dalam Ardari, 2016) yang mengemukakan bahwa terdapat empat aspek yang memengaruhi intensitas penggunaan. Aspek yang pertama adalah perhatian, yaitu ketertarikan individu terhadap objek atau kegiatan tertentu yang menjadi target perilaku. Aspek yang kedua adalah penghayatan, yang merupakan proses pemahaman dan penyerapan terhadap suatu informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Aspek yang ketiga adalah durasi, yang artinya adalah lama selang waktu seorang individu untuk melakukan suatu kegiatan atau perilaku yang menjadi target dalam satuan jam. Lalu, aspek yang terakhir adalah frekuensi, yang merupakan jumlah pengulangan suatu kegiatan atau perilaku dalam kurun waktu sehari. Keempat aspek tersebut dijadikan dimensi dari alat ukur ini, yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

Keempat faktor tersebut dijadikan dimensi untuk mengukur intensitas penggunaan di alat ukur SIPMS. Alat ukur SIPMS yang dibuat oleh penulis terdiri dari 8 butir yang mengukur dimensi perhatian, 6 butir yang mengukur dimensi penghayatan, 2 butir yang mengukur dimensi durasi, dan 4 butir yang mengukur dimensi frekuensi. Total butir dari alat ukur SIPMS adalah 20 butir. Skala yang digunakan dalam alat ukur SIPMS merupakan skala likert yang terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu (1) 1 = STS (Sangat Tidak Setuju), (2) 2 = TS (Tidak Setuju), (3) 3 = RR (Ragu-Ragu), (4) 4 = S (Setuju), dan (5) 5 = SS (Sangat Setuju).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji korelasi antara dimensi intensitas penggunaan dengan *body image*

Setelah diketahui bahwa data terdistribusi secara tidak normal, maka peneliti menggunakan tes non-parametrik untuk melakukan uji korelasi data, yaitu menggunakan teknik korelasi *Spearman*. Peneliti melakukan uji korelasi antara dimensi-dimensi intensitas penggunaan dengan variabel *body image*.

Dimensi pertama pada intensitas penggunaan yaitu Perhatian. Pada dimensi ini, didapatkan nilai $r = 0.398$, $p < 0.001$ yang artinya dimensi perhatian memiliki korelasi positif yang signifikan dengan variabel *body image*. Dimensi kedua yaitu Penghayatan. Didapatkan nilai $r = -0.012$, $p = 0.077 > 0.05$, yang artinya dimensi Penghayatan memiliki korelasi negatif yang tidak signifikan dengan *body image*.

Dimensi ketiga yaitu Durasi. Didapati nilai $r = 0.434$, $p < 0.001$ yang artinya dimensi Durasi memiliki korelasi positif dan signifikan dengan *body image*. Selanjutnya, dimensi Frekuensi menunjukkan nilai $r = 0.376$, $p < 0.001$ yang artinya dimensi ini memiliki korelasi yang positif dan signifikan dengan *body image*.

Tabel 1

Uji Korelasi Dimensi Intensitas Penggunaan dengan Body Image

<i>Dimensi</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>Keterangan</i>
Perhatian	0.398	< 0.001	Positif dan signifikan
Penghayatan	-0.012	0.077	Negatif dan tidak signifikan
Durasi	0.434	< 0.001	Positif dan signifikan
Frekuensi	0.376	< 0.001	Positif dan signifikan

Uji korelasi antara kelima dimensi *body image* dengan tiap-tiap dimensi intensitas penggunaan

Peneliti melakukan uji korelasi antara tiap-tiap dimensi intensitas penggunaan dengan dimensi *body image*. Pertama-tama, peneliti melakukan uji korelasi antara dimensi Perhatian dalam variabel intensitas penggunaan dengan dimensi *Appearance Orientation* dalam variabel *body image*. Berdasarkan hasil uji korelasi yang dilakukan, didapatkan nilai $r = 0.247$, $p < 0.001$, yang artinya dimensi Perhatian memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan dimensi *Appearance Orientation*.

Selanjutnya, peneliti melakukan uji korelasi pada dimensi Perhatian dengan dimensi *Appearance Evaluation*. Berdasarkan hasil uji korelasi yang dilakukan, didapatkan nilai $r = 0.285$, $p < 0.001$, yang artinya dimensi Perhatian memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan dimensi *Appearance Evaluation*. Pada hasil uji korelasi dimensi Perhatian dengan *Overweight Preoccupation*, didapatkan nilai $r = 0.186$, $p = 0.001 < 0.05$ yang artinya dimensi Perhatian memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan dimensi *Overweight Preoccupation*.

Hasil uji korelasi pada dimensi Perhatian dengan dimensi *Body Areas Satisfaction* menunjukkan nilai $r = 0.333$, $p < 0.001$ yang artinya dimensi Perhatian memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan dimensi *Body Areas Satisfaction*. Selanjutnya, hasil uji korelasi pada dimensi Perhatian dengan dimensi *Self-Classified Weight* menunjukkan nilai $r = -0.096$ dan $p = 0.098 > 0.05$ yang artinya dimensi Perhatian memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan dengan dimensi *Self-Classified Weight*.

Tabel 2

Uji Korelasi Kelima Dimensi Body Image dengan Dimensi Perhatian

<i>Dimensi</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Appearance Orientation</i>	0.247	< 0.001	Positif dan signifikan
<i>Appearance Evaluation</i>	0.285	< 0.001	Positif dan signifikan
<i>Overweight Preoccupation</i>	0.186	0.001	Positif dan signifikan
<i>Body Areas Satisfaction</i>	0.333	< 0.001	Positif dan signifikan

<i>Self-Classified Weight</i>	-0.096	0.098	Negatif dan tidak signifikan
-------------------------------	--------	-------	------------------------------

Selanjutnya, peneliti melakukan uji korelasi pada dimensi Penghayatan pada variabel intensitas penggunaan dengan dimensi *Appearance Orientation* pada variabel *body image*. Didapatkan nilai $r = -0.160$, $p = 0.005 < 0.05$, yang artinya dimensi Penghayatan memiliki korelasi negatif dan tidak signifikan dengan dimensi *Appearance Orientation*. Pada uji korelasi dimensi Penghayatan dengan dimensi *Appearance Evaluation*, didapatkan nilai $r = 0.017$, $p = 0.763 > 0.05$, yang artinya dimensi Penghayatan memiliki korelasi positif dan tidak signifikan dengan dimensi *Appearance Evaluation*.

Pada dimensi Penghayatan dengan dimensi *Overweight Preoccupation*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = -0.035$, $p = 0.541 > 0.05$, yang artinya dimensi Penghayatan memiliki korelasi negatif dan tidak signifikan dengan dimensi *Overweight Preoccupation*. Pada dimensi Penghayatan dengan dimensi *Body Areas Satisfaction*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = 0.007$, $p = 0.906 > 0.05$, yang artinya dimensi Penghayatan memiliki korelasi positif dan tidak signifikan dengan dimensi *Body Areas Satisfaction*. Pada dimensi Penghayatan dengan dimensi *Self-Classified Weight*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = 0.004$, $p = 0.943 > 0.05$, yang artinya dimensi Penghayatan memiliki korelasi positif dan tidak signifikan dengan dimensi *Self-Classified Weight*.

Tabel 3

Uji Korelasi Kelima Dimensi Body Image dengan Dimensi Penghayatan

Dimensi	r	p	Keterangan
<i>Appearance Orientation</i>	-0.160	0.005	Negatif dan tidak signifikan
<i>Appearance Evaluation</i>	0.017	0.763	Positif dan tidak signifikan
<i>Overweight Preoccupation</i>	-0.035	0.541	Negatif dan tidak signifikan
<i>Body Areas Satisfaction</i>	0.007	0.906	Positif dan tidak signifikan
<i>Self-Classified Weight</i>	0.004	0.943	Positif dan tidak signifikan

Selanjutnya, peneliti melakukan uji korelasi pada dimensi Durasi pada variabel intensitas penggunaan dengan dimensi *Appearance Orientation* pada variabel *body image*. Didapatkan nilai $r = .163$, $p = .005 < .05$, yang artinya dimensi ini memiliki korelasi positif dan signifikan dengan dimensi *Appearance Orientation*. Pada uji korelasi dimensi Durasi dengan dimensi *Appearance Evaluation*, didapatkan nilai $r = .285$, $p < .001$, yang artinya dimensi ini memiliki korelasi positif dan signifikan dengan dimensi *Appearance Evaluation*.

Pada dimensi Durasi dengan dimensi *Overweight Preoccupation*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = .309$, $p < .001$, yang artinya dimensi Durasi memiliki korelasi positif dan signifikan dengan dimensi *Overweight Preoccupation*. Pada dimensi Durasi dengan dimensi *Body Areas Satisfaction*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = .356$, $p < .001$, yang artinya dimensi Durasi memiliki korelasi positif dan signifikan dengan dimensi *Body Areas Satisfaction*. Pada dimensi Dimensi dengan dimensi *Self-Classified Weight*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = .035$, $p = .540 > .05$, yang artinya dimensi Durasi memiliki korelasi positif dan tidak signifikan dengan dimensi *Self-Classified Weight*.

Tabel 4

Uji korelasi kelima dimensi *body image* dengan dimensi Durasi

<i>Dimensi</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Appearance Orientation</i>	.163	.005	Positif dan signifikan
<i>Appearance Evaluation</i>	.285	<.001	Positif dan signifikan
<i>Overweight Preoccupation</i>	.309	<.001	Positif dan signifikan
<i>Body Areas Satisfaction</i>	.356	<.001	Positif dan signifikan
<i>Self-Classified Weight</i>	.035	.540	Positif dan tidak signifikan

Selanjutnya, peneliti melakukan uji korelasi pada dimensi Frekuensi pada variabel intensitas penggunaan dengan dimensi *Appearance Orientation* pada variabel *body image*. Didapatkan nilai $r = .336$, $p < .001$, yang artinya dimensi ini memiliki korelasi positif dan signifikan dengan dimensi *Appearance Orientation*. Pada uji korelasi dimensi Frekuensi dengan dimensi *Appearance Evaluation*, didapatkan nilai $r = .162$, $p = .005 < .05$, yang artinya dimensi ini memiliki korelasi positif dan signifikan dengan dimensi *Appearance Evaluation*.

Pada dimensi Frekuensi dengan dimensi *Overweight Preoccupation*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = .192$, $p = .001 < .05$, yang artinya dimensi Frekuensi memiliki korelasi positif dan signifikan dengan dimensi *Overweight Preoccupation*. Pada dimensi Frekuensi dengan dimensi *Body Areas Satisfaction*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = .223$, $p < .001$, yang artinya dimensi Frekuensi memiliki korelasi positif dan signifikan dengan dimensi *Body Areas Satisfaction*. Pada dimensi Frekuensi dengan dimensi *Self-Classified Weight*, hasil uji korelasi menunjukkan nilai $r = -.138$, $p = .016 < .05$, yang artinya dimensi Frekuensi memiliki korelasi negatif dan signifikan dengan dimensi *Self-Classified Weight*.

Tabel 5

Uji korelasi kelima dimensi *body image* dengan dimensi Frekuensi

<i>Dimensi</i>	<i>r</i>	<i>p</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Appearance Orientation</i>	.336	<.001	Positif dan signifikan
<i>Appearance Evaluation</i>	.162	.005	Positif dan signifikan
<i>Overweight Preoccupation</i>	.192	.001	Positif dan signifikan
<i>Body Areas Satisfaction</i>	.223	<.001	Positif dan signifikan
<i>Self-Classified Weight</i>	-.138	.016	Negatif dan signifikan

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan *body image* pada remaja wanita. Hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis penelitian diterima. Hasil penelitian ini menemukan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, maka semakin tinggi pula persepsi subjektif terhadap citra tubuh atau *body image* yang terbentuk pada remaja wanita pengguna Instagram.

Berdasarkan uji korelasi yang dilakukan, dimensi Perhatian dalam SIPMS menunjukkan korelasi positif dan signifikan dengan *body image*, yang artinya semakin tinggi ketertarikan dan tenaga yang tercurah pada Instagram, maka semakin tinggi pula persepsi subjektif terhadap citra tubuh atau *body image* yang terbentuk pada remaja wanita pengguna Instagram. Selain itu, dimensi Durasi juga menunjukkan korelasi positif dan signifikan dengan *body image*, yang artinya semakin tinggi lama waktu penggunaan Instagram, semakin tinggi pula persepsi subjektif terhadap citra tubuh atau *body image* yang terbentuk pada remaja wanita pengguna Instagram. Dimensi Frekuensi juga menunjukkan korelasi yang positif dan signifikan dengan *body image*, yang artinya semakin sering individu menggunakan Instagram dalam kurun waktu tertentu, maka semakin tinggi persepsi subjektif terhadap citra tubuh atau *body image* yang terbentuk pada remaja wanita pengguna Instagram.

Sedangkan dimensi yang memiliki korelasi negatif dan tidak signifikan yaitu Penghayatan, yang artinya banyak sedikitnya informasi yang didapatkan oleh remaja wanita pengguna Instagram tidak ada hubungannya dengan persepsi subjektif citra tubuh atau *body image*.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan literatur ilmiah untuk ilmu psikologi, khususnya dalam bidang klinis yang berkaitan dengan topik *body image*. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan referensi literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *body image* dan media sosial. Alat ukur SIPMS yang dibuat oleh peneliti diharapkan dapat digunakan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengukur intensitas penggunaan media sosial. Penelitian ini juga diharapkan memberikan pengetahuan bagi para pembaca mengenai *body image* dan kaitannya dengan intensitas penggunaan media sosial, khususnya Instagram.

Bagi peneliti selanjutnya yang hendak meneliti tentang *body image*, disarankan untuk mengambil sampel populasi dengan usia dan Indeks Massa Tubuh (IMT) yang lebih beragam dan tersebar secara merata, agar hasil penelitian dapat lebih mewakili dan representatif terhadap kelompok remaja wanita secara keseluruhan. Selain itu, disarankan juga untuk membuat karakteristik partisipan yang lebih spesifik, misalnya pengguna media sosial yang mengikuti akun-akun kecantikan di media sosial.

Peneliti menyarankan kepada para remaja pengguna media sosial untuk tidak meyakini suatu standar kecantikan yang problematik dan tidak realistis. Contohnya seperti anggapan bahwa kecantikan hanya dapat dilihat dari warna kulit atau bentuk tubuh tertentu, padahal kenyataannya definisi kecantikan itu sangat luas dan tidak harus terpaku pada standar yang sempit, dan tiap wanita memiliki warna kulit dan bentuk tubuh yang berbeda-beda dan keunikan penampilannya masing-masing. Disarankan pula untuk remaja para pengguna media sosial agar tidak terlalu membanding-bandingkan penampilan fisik diri sendiri dengan orang lain, yang dapat memunculkan perasaan tidak puas terhadap penampilan diri sendiri. Mengingat teknologi sudah canggih di zaman sekarang, penampilan fisik bisa dengan mudah diedit hingga terlihat tidak sesuai dengan realita.

Peneliti juga menyarankan kepada remaja pengguna media sosial untuk mengontrol intensitas penggunaan media sosial Instagram. Bermain media sosial merupakan hal yang wajar, namun alangkah lebih baik menjalankan hidup tanpa terlalu memfokuskan diri untuk selalu meng-*update* kegiatan sehari-hari di media sosial, dikarenakan semakin sering kita mengunggah kegiatan kita di media sosial, maka semakin tinggi pula keinginan kita untuk mencari validasi orang lain yang membuat kita semakin kecanduan pada media sosial. Jika tidak mementingkan pandangan atau validasi orang lain terhadap diri kita, maka kita akan lebih bisa menikmati dan menjalankan hidup apa adanya tanpa membanding-bandingkan kehidupan kita dengan kehidupan orang lain.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada Ibu Niken Widi Astuti, S.Psi., M.Si., Psi. selaku pembimbing dalam proses pengerjaan penelitian ini yang senantiasa memberi arahan dan bimbingan dalam proses pengerjaan penelitian ini. Juga kepada Ibu Dr. Riana Sahrani, S.Psi., M.Si., Psi. dengan keramahan dan kemurahan hatinya yang telah membantu proses validasi alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini.

REFERENSI

- Ardari, C. S. S. (2016). Pengaruh kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial pada remaja awal. (*Skripsi tidak diterbitkan*). Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Bearman, S. K., Presnall, K., Martinez, E., & Stice, E. (2006). The skinny on body dissatisfaction: A longitudinal study of adolescent girls and boys. *Journal of Youth and Adolescence*, 35, 217–229.
- Boyd, D. & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Carter, A., Forrest, J. I., & Kaida, A. (2017). Association between internet use and body dissatisfaction among young females: Cross-sectional analysis of the Canadian community health survey. *Journal of Medical Internet Research*, 19, 2-11.
- Cash, T. F. (2000). MBSRQ users' manual (third revision). The Multidimensional Body- Self Relations Questionnaire.
- Cash, T. F. & Deagle E. A. (1997). The nature and extent of body-image disturbances in anorexia nervosa and bulimia nervosa: A meta-analysis. *International Journal of Eating Disorders*, 22(2), 107-126.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183-187.
- Gonzales, A. L. & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 1–2(14), 79–83.
- Heryana, A. (2020). *Desain Penelitian Non Eksperimental*. Prodi Kesmas Universitas Esa Unggul.
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex Roles*, 45, 645-663.
- Meier, E. P. & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology Behavior Social Network*, 17, 199-206.

- Raychoudhurhy, P. (2021, September 26). *What our research really says about teen well-being on Instagram*. Meta. <https://about.fb.com/news/2021/09/research-teen-well-being-and-instagram/>
- Santrock, J. W. (2011). *Life-span development* (13th ed.). McGraw-Hill.
- Seetharaman, D. (2015, Oktober). *Survey finds teens prefer Instagram, Twitter, Snapchat for social networks*. <http://blogs.wsj.com/digits/2015/10/16/survey-finds-teens-prefer-instagram-snapchat-among-social-networks/>
- Showkat, M. (2017). Non-probability and probability sampling. *Communications Research*.