

HUBUNGAN MEDIA SOSIAL DENGAN *BODY DISSATISFACTION* PADA MAHASISWA PEREMPUAN DI KOTA SURABAYA

Salma Maimunah

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA. salma.17010664179@mhs.unesa.ac.id

Yohana Wuri Satwika

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA. yohanasatwika@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara media sosial dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan di Kota Surabaya. *Body dissatisfaction* merupakan perilaku tidak puas atas bentuk tubuh yang dimiliki baik ukuran, berat badan, warna kulit, bentuk satu anggota tubuh, dsb. Media sosial menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi adanya perilaku *body dissatisfaction*. Media sosial ialah suatu tempat untuk membagikan ataupun menyebarkan suatu konten baik foto, video, ataupun pesan untuk dilihat ataupun di diskusikan dengan orang banyak. Media sosial memiliki hubungan positif yang signifikan atas munculnya perilaku ini. Perempuan merupakan salah satu penyumbang terbesar pengguna media sosial. Perempuan usia dewasa awal secara umum berada pada usia 18-25 tahun, mereka rata-rata merupakan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jumlah subjek sebanyak 228 mahasiswi yang tersebar dari seluruh kampus di Kota Surabaya. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala media sosial yang dimodifikasi dari Kus dan Griffiths dan skala *body dissatisfaction* yang dimodifikasi dari Cash yaitu *Multiple Body-self Related Questionnaire Appearance Scales (MBSRQ-AS)*. Penelitian ini menghasilkan adanya hubungan positif antara terjadinya ketidakpuasan bentuk tubuh dengan intensitas penggunaan media sosial.

Kata Kunci: *body dissatisfaction*, media sosial, perempuan dewasa awal, mahasiswi, kecanduan

Abstract

This study aims to determine the relationship between social media and body dissatisfaction among female students in the city of Surabaya. Body dissatisfaction is behavior that is dissatisfied with the shape of one's body, is it size, weight, skin color, shape of one limb, etc. Social media is one of the factors that influence the behavior of body dissatisfaction. Social media is a place to share or share content, whether photos, videos, or messages to be seen or discussed with many people. Social media has a significant positive relationship with the emergence of this behavior. Women are one of the biggest contributors to social media users. Women in early adulthood are generally aged 18-25 years on average, they are students who are currently studying. The method used in this research is quantitative with the number of subjects, as many as 228 female students spread from all campuses in the city of Surabaya. The instrument used in this research is a social media scale modified from Kus and Griffiths and a modified body dissatisfaction scale from Cash, namely Multiple Body-self Related Questionnaire Appearance Scales (MBSRQ-AS). This study resulted in a positive relationship between the occurrence of body shape dissatisfaction with the intensity of social media use.

Keywords: *body dissatisfaction*, social media, female early adulthood, female students, addiction

PENDAHULUAN

Media sosial memungkinkan manusia untuk melakukan berbagai hal yang sulit dilakukan di dunia nyata, misalnya berhubungan dengan orang yang berada di luar jangkauan mata. Pengguna media sosial di seluruh dunia berada pada angka 3,8 miliar pada bulan Januari 2020 dan angka penggunaannya akan terus meningkat seiring waktu berjalan (Home page We Are Social, 2021). Adapun pengguna media sosial, tersebar pada seluruh platform yang ada mulai dari *facebook*, *instagram*, *twitter*, *youtube*, *pinterest*, *tik tok*, *whatsapp*, dan masih banyak

lagi. Di Indonesia sendiri pengguna aktif media sosial mencapai angka 160 juta tersebar diseluruh platform, yaitu: *youtube* berada di posisi pertama disusul oleh *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, *twitter*, *line*, dan lain-lain (Home page We Are Social, 2021). Adapun sebagian besar pemakaian media sosial dilakukan oleh wanita dengan selisih sekitar 25% daripada pria (Home page Wicase, 2021). Pengguna media sosial ini tersebar dari seluruh kalangan baik anak-anak, remaja, dewasa, ataupun lansia. Pengguna media sosial dari 3891 pengguna mayoritas berada pada rentang usia 19 tahun keatas yaitu mereka yang berada pada usia dewasa awal (Home page PT.

Digital Startup Nusantara, 2020). Seperti diungkapkan oleh Santrock (dalam Putri, 2019) usia dewasa awal berada pada rentang usia 18-25 tahun. Pada masa ini merupakan transisi yang dilalui oleh manusia dari masa remaja menuju ke masa dewasa. Masa setelah remaja menuju dewasa disebut dengan masa dewasa awal.

Masa dewasa awal merupakan masa dimana individu mulai mengalami banyak permasalahan baik karena percintaan, keluarga, pertemanan, pekerjaan dan tuntutan penyesuaian diri terhadap lingkungannya dengan cepat. Hal ini, dikarenakan masa dewasa awal merupakan masa bagi individu untuk mulai memikirkan dengan serius mengenai masa depannya dan hal apa yang ia ingin capai dalam hidup. Dariyo (dalam, Putri 2019) menjelaskan usia dewasa awal berada pada usia dimana mereka akan memiliki peran serta tanggungjawab yang lebih besar daripada usia sebelumnya. Dalam hal ini, usia tersebut memiliki tanggungjawab lebih besar kepada dirinya sendiri terutama untuk kehidupan di masa depannya. Hurlock (1980) mengungkapkan masa ini dipenuhi dengan individu yang mengalami ketegangan emosional, penyesuaian diri, komitmen, perubahan nilai yang ada dalam dirinya dan kemantapan dirinya atas nilai-nilai yang ia anut. Masa ini merupakan saat yang tepat untuk individu dalam mencari pasangan hidup untuk melanjutkan garis keturunan yang ia miliki dan membina rumah tangga. Selain itu, individu pada usia dewasa awal memiliki kewajiban untuk memiliki keuangan yang stabil untuk menjamin kehidupan yang ia jalani. Karena hal inilah menurut Suseno dan Dewi (2014) anggapan memiliki tubuh yang menarik merupakan suatu hal yang utama karena daya tarik fisik adalah satu kunci dalam menjalankan suatu hubungan di kehidupan sehari-hari.

Media sosial adalah salah satu faktor yang memiliki hubungan dengan terjadinya hal tersebut. Ketika membuka media sosial, perempuan cenderung membandingkan tubuhnya dengan perempuan lain yang dilihatnya. Jika dirasa menarik, dan berbeda dengan tubuh yang ia miliki maka dia akan memuji orang tersebut dan mengutuk dirinya sendiri. Media sosial merupakan suatu tempat untuk menyebarkan informasi baik dalam bentuk gambar, video, pesan, dan audio kepada orang lain diseluruh penjuru dunia (Kotler & Keller, 2012). Surabaya merupakan salah satu kota dengan jumlah mahasiswa terbesar di Indonesia. Kota ini sering kali menjadi pilihan para mahasiswa untuk menempuh pendidikan, serta banyak fasilitas yang bisa dinikmati ketika berada di Kota Surabaya. Di kota metropolitan kedua setelah Jakarta ini tentu penggunaan *smartphone* adalah suatu hal umum dan bukan suatu hal baru di kota ini. Surabaya memiliki akses prioritas sebagai kota dengan kecepatan internet dan jaringan terbesar di Indonesia. Hal ini berbanding lurus dengan pengguna media sosial di Kota Surabaya,

pengguna media sosial di Surabaya. Media sosial seluruhnya terdapat media gambar dimana semua orang dapat membagikan momen yang dimilikinya untuk dilihat oleh orang lain. Sering dijumpai perempuan yang membagikan potret dirinya di media sosial, baik dengan potret seluruh badan, atau hanya sekedar *selfie* semata. Ketika membagikan hal tersebut tentu mereka memilih potret terbaik yang ia miliki agar dilihat orang lain. Salah satu akibat yang muncul dari fenomena ini adalah rasa iri dari orang lain atas bentuk tubuh, warna kulit, serta penampilan yang orang lain miliki. Perempuan merasa ketika ada yang lebih menarik daripada dirinya sendiri maka ia akan merasa tubuhnya tidak semenarik dengan perempuan lain yang dilihatnya. Sering pula dijumpai pada mahasiswa cenderung berlomba-lomba dalam berpenampilan menarik didasarkan pada referensi yang dilihatnya pada *platform* media sosialnya. Di media sosial mereka akan mendapatkan berbagai gambaran bagaimana berpenampilan menarik baik dengan dandanan di wajah ataupun di tubuh mereka. Coyne (2013) mengatakan secara umum, wanita pada usia dewasa awal, banyak menghabiskan waktu untuk berselancar di media sosial. Mahasiswa pada umumnya berada pada usia dewasa awal berkisar 19-25 tahun dan memiliki akun media sosial. Seringkali mereka memiliki akun dari semua jenis media sosial yang sedang *hype* di kalangan anak muda. Karena hal tersebutlah mahasiswa merupakan salah satu penyumbang pengguna aktif media sosial di Indonesia. Banyaknya jumlah mahasiswa ini berbanding lurus dengan banyaknya penggunaan media sosial karena mereka merupakan pengguna aktif media sosial. Hal ini tentunya tidak menutup kemungkinan muncul adanya perilaku ketidakpuasan bentuk tubuh, terutama pada mahasiswa perempuan.

Memiliki tubuh dan wajah yang menarik seringkali menimbulkan keuntungan bagi individu yang dimilikinya. Individu ini seringkali mendapatkan kemudahan dalam ketertarikan dari orang lain baik dalam percintaan ataupun pekerjaan karena fisik yang ia miliki. Hal ini menyebabkan timbulnya standar tubuh ideal yang diciptakan oleh masyarakat. Hal ini juga menimbulkan masalah pada diri individu yaitu munculnya rasa tidak puas atas bentuk tubuh yang ia miliki. *Body dissatisfaction* atau ketidakpuasan atas bentuk tubuh menurut Ogden (2010) adalah perasaan tidak senang atas bentuk tubuh yang ia miliki karena munculnya persepsi individu mengenai bentuk tubuh ideal yang berbeda dengan bentuk tubuh yang ia miliki. Grogan (2017) mendefinisikan evaluasi negatif yang dimiliki oleh seseorang pada tubuh baik dalam ukuran, berat badan, bentuk yang melibatkan persepsi individu berbeda terhadap bentuk ideal yang ia harapkan termasuk dalam *body dissatisfaction*. Umumnya, perempuan lebih sering

mengalami rasa tidak puas akan bentuk tubuh yang dimiliki. Dihimpun dari kompas.com, sebanyak 89% wanita merasa tidak puas atas bentuk tubuh yang ia miliki. Perempuan lebih mudah mengalami citra diri negatif karena kebiasaan perempuan yang senang membandingkan tubuhnya dengan orang lain. Terdapat beberapa faktor menurut Grogan (2017) yang mempengaruhi terjadinya *body dissatisfaction*, antara lain: (a) Usia, umumnya perempuan pada usia dewasa awal akan lebih memperhatikan bentuk tubuhnya daripada di waktu usia yang lain. Hal ini terjadi karena tubuh mengalami perubahan sempurna dari masa pubertas. Usia dewasa awal cenderung sensitif akan segala macam hal yang terjadi di tubuhnya, sehingga menimbulkan munculnya rasa tidak puas akan bentuk tubuh yang ia miliki; (b) Media sosial, merupakan sarana paling mudah bagi manusia untuk melihat dunia luar. Di dalam media sosial seperti *instagram, facebook, youtube, twitter*, dan lain-lain pasti memiliki media untuk membagikan foto/video. Hal ini menimbulkan penciptaan standar kecantikan yang diapresiasi/diakui oleh masyarakat. Umumnya mereka yang memiliki tubuh ideal dan wajah yang mempesona lebih mudah mendapatkan perhatian masyarakat daripada yang tidak; (c) Budaya, dalam hal ini budaya masyarakat modern pada umumnya memiliki pandangan bahwa tubuh yang kurus dan kulit putih adalah standar ideal kecantikan dalam masyarakat; (d) Lingkungan, individu yang memiliki lingkungan positif dalam memandang bentuk tubuh akan lebih mencintai dirinya lebih banyak daripada mereka yang tinggal di lingkungan negatif. Dimana ia sering dipandang buruk karena bentuk tubuh yang ia miliki; (e) Kelas sosial, semakin tinggi kelas sosial yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi pula tuntutan mengenai bentuk tubuh yang dimiliki seseorang.

Menurut McLean, dkk (dalam Andini, 2020) terdapat faktor model biopsikososial yang berperan dalam munculnya *body dissatisfaction*, yaitu: (a) Karakter psikologis individu, dapat pula disebut dengan kepribadian dimana ia dapat berpengaruh dalam dirinya memandang dirinya secara negatif ataupun positif. Individu yang memiliki kepribadian positif akan lebih dapat menghargai dirinya sendiri daripada individu dengan kepribadian negatif; (b) Pengaruh sosial, salah satu pengaruh sosial yang berpengaruh dalam *body dissatisfaction* adalah adanya media sosial. Media berkontribusi besar dalam menyebarkan bentuk ideal yang diakui masyarakat dalam memandang bentuk tubuh; (c) Interaksi interpersonal, individu yang memiliki ketergantungan tinggi akan interaksi dengan orang lain akan lebih mudah terpengaruh daripada mereka yang tidak. Terlebih jika ia adalah individu yang mudah terpengaruh. Selain itu, terdapat 5 dimensi yang

membentuk *body dissatisfaction* menurut Cash (dalam Marizka dkk, 2019) diantaranya: (a) *Appearance evaluation*, perhatian individu akan penampilan/bentuk tubuh yang ia miliki serta menilainya apakah memuaskan/tidak; (b) *Appearance orientation*, usaha yang dilakukan individu dalam meningkatkan penampilan yang ia miliki; (c) *Overweight preoccupation*, kecemasan jika ia menjadi gemuk dan munculnya kegiatan yang membuatnya mengatur pola makan; (d) *Body area satisfaction*, kepuasan spesifik atas bagian tubuh yang ia miliki misal pada wajah, pinggang, perut, kaki, dsb; (e) *Self-classified weight*, pengklasifikasian diri atas berat badan yang dimiliki dari kurus, ideal, ataupun gemuk.

Perempuan lebih rentan mengalami ketidakpuasan bentuk tubuh karena adanya standar ideal yang diciptakan oleh masyarakat mengenai standar kecantikan pada saat ini. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fardouly, dkk (2015) yang berjudul "*Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood*" mengungkapkan bahwa wanita umumnya merasa suasana hati negatif setelah membuka media sosial dikarenakan melihat perempuan lain yang ia lihat di timeline media sosialnya memiliki bentuk tubuh yang menurutnya ideal, warna kulit berbeda, bentuk wajah, serta tinggi badan yang berbeda dengan dirinya sehingga timbul perasaan tidak puas akan bentuk tubuh yang ia miliki. Adapun fokus dalam penelitian yang dilakukan oleh Fardouly, dkk yaitu melihat kecenderungan ketidakpuasan bentuk tubuh yang dimiliki oleh perempuan di media sosial *facebook* di United Kingdom. Berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan peneliti berada di Kota Surabaya dan menyoroti pada mahasiswa perempuan dengan cakupan media sosial yang lebih luas. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sukanto, dkk (2019) yang berjudul "*Can I Look Like Her?: Body Image of Adolescent Girls who Use Social Media*" mengungkapkan perempuan pada hal ini remaja lebih cenderung melakukan aktivitas membandingkan tubuhnya dengan orang lain, baik secara sadar ataupun tidak. Mereka cenderung membandingkan dirinya dengan sosok yang lebih menarik, lebih cantik, lebih kurus, dan lebih tinggi dari mereka dengan melihat aktivitas perempuan lain yang ada di *timeline* media sosialnya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dilakukan pada usia dewasa awal yaitu pada usia mahasiswa yaitu berada pada usia peralihan dari masa remaja menuju masa dewasa. Selanjutnya, pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Marizka, dkk (2019) yang berjudul "*Bagaimana Self-Compassion Memoderasi Pengaruh Media Sosial Terhadap Ketidakpuasan Tubuh?*" memiliki fokus lebih kepada pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap ketidakpuasan bentuk tubuh. Individu pengguna media sosial cenderung

mengalami *body dissatisfaction*. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial pada seseorang maka akan semakin tinggi pula munculnya perilaku tidak puas akan bentuk tubuh yang dimiliki. Individu dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi cenderung mengalami kecanduan media sosial, hal ini menyebabkan frekuensi penggunaannya dalam membuka media sosial menjadi lebih sering. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih kepada hubungan penggunaan media sosial dengan adanya perilaku ketidakpuasan bentuk tubuh.

Can dan Kaya (2016) menyebutkan frekuensi individu dengan kecanduan media sosial adalah dengan membuka minimal sebanyak 4 kali dan lebih dari 1 jam perhari dan durasinya lebih dari 5 jam sehari. Penggunaan berlebihan media sosial ini menurut Kuss dan Griffiths (2011) dipengaruhi oleh beberapa alasan, diantaranya: (a) *salience*, dimana penggunaannya mendominasi aktivitas yang dilakukan, (b) *mood modification*, adanya kepuasan/kesenangan setelah membuka media sosial, (c) *tolerance*, peningkatan durasi penggunaan melebihi waktu yang direncanakan. (d) *withdrawal*, merasa tidak tenang jika berhenti mengakses media sosial, (e) *conflict*, konflik yang terjadi antara pengguna dan orang lain di media sosial, (f) *relapse*, kecenderungan menggunakan kembali.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah: (a) *body dissatisfaction*; (b) media sosial; (c) kecanduan. Hubungan dari ketiga definisi tersebut menjelaskan bahwa *body dissatisfaction* dapat memiliki hubungan dengan penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan kecanduan penggunaan, salah satu dampak yang akan timbul yaitu munculnya perilaku ketidakpuasan bentuk tubuh (*body dissatisfaction*). Mengakses media sosial yang membagikan foto/video kegiatan orang lain membuat individu cenderung membandingkan dirinya baik secara langsung ataupun tidak langsung. Penelitian yang dilakukan Arshuha dan Amalia (2019) menghasilkan perempuan cenderung membandingkan dirinya dengan perempuan lain yang sebenarnya juga tidak lebih baik daripadanya sangat berpengaruh dalam meningkatkan *body dissatisfaction*. Sunartio, dkk (2010) mengungkapkan semakin tinggi intensitas perempuan dalam membandingkan dirinya (tubuh) dengan orang lain semakin tinggi pula terjadinya ketidakpuasan bentuk tubuh yang dimiliki, selain itu akan muncul persepsi negatif akan dirinya karena melihat objek yang menjadi perbandingannya terlihat lebih baik. Penelitian yang dilakukan oleh O'Brien, dkk (2009) menghasilkan wanita yang mengalami ketidakpuasan bentuk tubuh disebabkan oleh target yang ia lihat sebagai bentuk ideal berbeda dengan dirinya sehingga menyimpulkan persepsi negatif akan bentuk tubuhnya.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti tertarik meneliti hubungan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan di Kota Surabaya.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jannah (2018) menyatakan, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian di mana data-data penelitian yang dikumpulkan dan dianalisis berwujud angka. Penelitian ini merupakan penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif, yang menggunakan analisis korelasi. Penelitian korelasi memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel penelitian (Jannah, 2018).

Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi dari hasil penelitian yang dilakukan. Generalisasi ini diberlakukan pada sekelompok individu yang memiliki karakteristik serupa dengan yang telah ditetapkan oleh peneliti. Peneliti menetapkan karakteristik yang harus dimiliki oleh subjek adalah: (a) perempuan usia 18-25 tahun. (b) menempuh pendidikan di Kota Surabaya (c) pengguna aktif media sosial (*instagram/tik tok/youtube/twitter/line/whatsapp* dan lain-lain). Alasan peneliti menetapkan subjek merupakan mahasiswa yang menempuh pendidikan di Kota Surabaya adalah Surabaya memiliki jumlah terbesar perguruan tinggi di Jawa Timur yaitu sebanyak 72 kampus yang tersebar dalam universitas, institut, politeknik, dan lain sebagainya (Home page Badan Pusat Statistik, 2021). Jumlah mahasiswa di kota Surabaya sebanyak 124.487 mahasiswa (Liputan Enam, 2019). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa banyaknya jumlah perguruan tinggi berbanding lurus dengan jumlah mahasiswa yang ada.

Populasi dalam penelitian ini menggunakan mahasiswa perempuan yang berada pada usia dewasa awal di Kota Surabaya. Sampel menurut Jannah (2018) merupakan bagian dari populasi penelitian yang dijadikan sebagai subyek penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 228 mahasiswi. Karena berperan sebagai "contoh" dari populasi, sampel yang diambil harus merepresentasikan karakteristik dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang akan peneliti gunakan adalah *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sampel data dimana pada awalnya jumlahnya kecil kemudian menjadi besar, pada awalnya dipilih satu atau dua orang lalu dari kedua orang ini akan menyebar ke orang ketiga keempat dan seterusnya (Sugiyono, 2014). Sampel yang digunakan adalah mahasiswa perempuan yang berada di Kota Surabaya seperti dari UNAIR, UNESA, UINSA, PPNS, UBAYA, Perbanas, dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah kuisioner (angket). Sugiyono (2014) berpendapat bahwa kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diisi. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala media sosial yang dimodifikasi dari Kus dan Griffiths (2011) serta skala *body dissatisfaction* yang dimodifikasi dari Cash yaitu *Multiple Body-self Related Questionnaire Appearance Scales (MBSRQ-AS)*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan media sosial dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan di Kota Surabaya, sehingga teknik statistik yang digunakan adalah teknik analisis regresi, karena untuk menguji hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Data akan dianalisis menggunakan uji regresi linear SPSS 25.0 untuk menguji hipotesis agar dapat diambil kesimpulan. Penelitian ini menggunakan uji normalitas yaitu *test of normality Kolmogrov-Smirnov* dengan taraf signifikansi 0,05.

HASIL PENELITIAN

Penulis telah melakukan perhitungan skoring kuisioner terhadap dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel media sosial dan *body dissatisfaction*. Perhitungan data dalam penelitian ini penulis dibantu dengan SPSS 25.0 *for windows*. Adapun perhitungan pertama adalah perhitungan statistik deskriptif (*descriptive statistics*). Adapun hasilnya menunjukkan nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Berikut adalah hasil yang ditunjukkan:

Tabel 1. Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Min	Max	Mean	Std. Dev
<i>Body Dissatisfaction</i>	43	134	88,45	20,219
Media Sosial	45	142	104,96	18,206

Berdasarkan data diatas hasil analisis statistik deskriptif bahwa rata-rata (mean) *body dissatisfaction* subjek diperoleh sebesar 88,45 dengan nilai terendah adalah 43 dan nilai tertinggi berada di angka 134. Variabel *body dissatisfaction* juga memiliki standar deviasi sebesar 20,219. Selain variabel *body dissatisfaction*, pada tabel juga menampilkan hasil mean pada variabel media sosial 104,96 dengan nilai minimum yaitu 45 dan nilai maksimum sebesar 142. Standar deviasi pada variabel media sosial adalah 18,206.

A. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Setelah memperoleh data melalui kuisioner yang disebar langkah selanjutnya adalah melakukan uji asumsi pertama yaitu uji normalitas. Sugiyono (2018) mengungkapkan uji normalitas memiliki tujuan untuk mengetahui data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan SPSS 25.0 *for windows* melalui uji *Kolmogrov Smirnov* dengan mempertimbangkan syarat signifikansi. Jika signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal yang dalam hal ini tidak dapat dilakukan uji hipotesis.

Tabel 2. Syarat Uji Normalitas

Nilai Signifikansi	Karakteristik
Sig. $> 0,05$	Distribusi normal
Sig. $< 0,05$	Tidak terdistribusi normal

Hasil uji normalitas yang telah dilakukan untuk mengukur kedua variabel penelitian ini yaitu *body dissatisfaction* dan media sosial dengan bantuan SPSS 25.0 *for windows* menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data

Variabel	Nilai Sig.	Karakteristik
Media Sosial	0,200	Data berdistribusi normal
<i>Body Dissatisfaction</i>		

Hasil pada tabel di atas menunjukkan data berdistribusi normal karena signifikansi kedua variabel menunjukkan besaran 0,200 dan lebih besar dari 0,05. Hasil distribusi normal yang telah diperoleh menandakan bahwa untuk menguji hipotesis dapat digunakan rumus *product moment*.

2. Uji Linieritas

Tujuan dari uji linieritas adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan kedua variabel dalam penelitian ini (Jannah, 2016). Dalam melakukan uji linieritas menggunakan bantuan SPSS 25.00 *for windows* dengan syarat sebagai berikut:

Tabel 4. Syarat Uji Linieritas

Nilai Signifikansi	Karakteristik
Sig. $> 0,05$	Tidak Linier
Sig. $< 0,05$	Linier

Berikut adalah hasil uji linieritas data pada penelitian ini:

Tabel 5. Hasil Uji Linieritas Data

Variabel	Nilai Sig.	Karakteristik
MediaSosial*BodyDissatisfaction	0,000	Linier

Hasil uji linieritas kedua variabel sesuai tabel di atas menunjukkan signifikansi bernilai 0,000 dan kurang dari 0,05 yang menandakan bahwa variabel media sosial dengan *body dissatisfaction* memiliki hubungan atau linier.

B. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas di atas diketahui bahwa data berdistribusi normal. Maka dari itu uji hipotesis menggunakan korelasi *product moment* dengan menggunakan bantuan dari SPSS 25.0 for windows. Adapun uji hipotesis dengan *product moment* memiliki syarat yang ditetapkan (Sugiyono, 2016), sebagai berikut:

Tabel 6. Syarat Koefisien Korelasi Uji Hipotesis

Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Selain itu, syarat berikutnya adalah variabel dalam penelitian dinyatakan signifikan jika nilai signifikansi yang diperoleh bernilai kurang dari 0,05, dan sebaliknya tidak signifikan jika nilai bernilai lebih dari 0,05.

Tabel 7. Syarat Uji Hipotesis

Nilai Signifikansi	Karakteristik
Sig. > 0,05	Tidak Signifikan
Sig. < 0,05	Signifikan

Hipotesis dalam penelitian ini adalah variabel media sosial dan *body dissatisfaction* memiliki hubungan. Berikut adalah hasil dari uji hipotesis dengan menggunakan korelasi *product moment* dengan SPSS 25.0 for windows:

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Pearson Correlation	Nilai Sig.	Karakteristik
MediaSosial*BodyDissatisfaction	0,168	0,015	Signifikan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa hasil uji korelasi menunjukkan nilai signifikan 0,015 dan kurang dari 0,05 (<0,05). Hal ini menandakan bahwa terdapat hubungan signifikan antara media sosial dengan *body dissatisfaction*. Tabel di atas juga menunjukkan nilai korelasi berada pada angka 0,168 ($r=0,168$) dengan nilai

positif yang mengartikan bahwa bahwa hasil uji korelasi bersifat terikat dan searah. Hal ini bermakna semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswi mengalami *body dissatisfaction*. Begitupun sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan media sosial semakin rendah kecenderungan mahasiswi mengalami *body dissatisfaction*.

Untuk mengetahui persentase korelasi antara kedua variabel penelitian dapat dinilai melalui R Square yang diuji melalui Analisis Regresi Berganda dengan bantuan SPSS 25.0 for windows. Hasil analisis nilai R Square variabel penelitian ini yaitu:

Tabel 9. Hasil Uji R Square

Variabel	R	R Square
MediaSosial*BodyDissatisfaction	0,168	0,028

Hasil pada tabel di atas menunjukkan R Square senilai 0,028. Maka dari itu dapat disebutkan bahwasanya kontribusi media sosial terhadap *body dissatisfaction* adalah sebesar 2,8% sedangkan sisanya yaitu 97,2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kepribadian subjek, pengaruh lingkungan, serta interaksi interpersonal subjek.

PEMBAHASAN

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction* mahasiswi di Surabaya. Uji hipotesis telah dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.0 for windows. Berdasarkan hasil pengujian data dari sebanyak 228 subjek dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction*. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien yang ditunjukkan pada uji korelasi hipotesis yaitu sebesar 0,015 (sig. < 0,05). Hasil uji hipotesis *product moment* menunjukkan nilai koefisien 0,028. Dengan hal ini maka hipotesis yang diajukan peneliti bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction* diterima. Nilai 0,028 atau 2,8% tersebut menunjukkan media sosial memiliki kontribusi sebanyak 2,8% dan sisanyanya sebanyak 97,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang memiliki hubungan dengan timbulnya ketidakpuasan bentuk tubuh seperti kepribadian individu, pengaruh sosial, serta interaksi interpersonal individu. Peneliti juga menduga, hal ini terjadi karena adanya karakteristik dari dewasa awal dimana usia ini adalah waktu mencari pasangan, karir, serta waktu dimana mereka selalu bertemu dengan lingkungan-lingkungan baru disetiap harinya. Hal-hal tersebut membutuhkan sosialisasi dengan lingkungan sekitarnya. Sehingga

lingkungan memiliki pengaruh besar pada hal-hal yang mempengaruhi subjek dalam menilai penampilan fisiknya.

Meskipun memiliki tingkat hubungan yang terbilang lemah namun hal ini tidak dapat diabaikan begitu saja. Ditambah pula dengan adanya pandemi Covid-19 yang mengharuskan kegiatan lebih banyak secara daring yang berdampak kecenderungan penggunaan media sosial akan semakin tinggi. Penelitian ini menunjukkan nilai positif yang memiliki arti bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula kecenderungan terjadinya ketidakpuasan bentuk tubuh. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukanto, dkk (2019) yang menyebutkan bahwa ketika perempuan menjelajah media sosial, mereka akan cenderung membandingkan tubuhnya dengan orang lain baik secara sadar ataupun tidak. Hal inilah yang menimbulkan munculnya *body dissatisfaction* pada perempuan. Usia ini adalah usia rawan dimana individu sedang menstabilkan emosionalnya, dengan kata lain seringkali pada usia ini individu mengalami ketidakstabilan emosi (Elita et al., 2017).

Salah satu dari ketidakstabilan yang dialami individu perempuan dewasa awal adalah persoalan tubuhnya. Berdasarkan pada tahapan perkembangan psikososial Erikson, usia dewasa awal masuk pada tahap *intimacy vs isolation* dimana usia ini manusia akan berusaha membangun hubungan dengan manusia lain menuju ke jenjang lebih serius. Namun, jika ia memiliki ketakutan untuk menjalin hubungan yang serius maka ia akan terisolasi dan menarik diri. Usia ini juga memiliki tugas perkembangan lain diantaranya menjadi harapan dalam masyarakat, mendapatkan pekerjaan, memilih pasangan, serta membentuk suatu keluarga. Mayoritas perempuan memiliki persepsi bahwa memiliki tubuh yang menarik akan menjadi keuntungan bagi dirinya. Individu ini seringkali mendapatkan kemudahan dalam ketertarikan dari orang lain baik dalam percintaan ataupun pekerjaan karena fisik yang ia miliki. Hal ini mengakibatkan terdapat standar tubuh ideal yang diciptakan oleh masyarakat. Standar ini lambat laun mulai menimbulkan hal negatif terutama terhadap penerimaan individu mengenai kondisi tubuhnya. Kondisi ketidakpuasan ini disebut dengan *body dissatisfaction*.

Berdasarkan dengan hasil R square pada penelitian ini media sosial memiliki kontribusi sebesar 0,028 atau 2,8% dalam meningkatkan kecenderungan terjadinya *body dissatisfaction*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Grogan (2017) dan McLean, dkk (dalam Andini, 2020) dimana satu faktor yang mempengaruhi *body dissatisfaction* pada perempuan adalah penggunaan media sosial, media merupakan sarana paling mudah untuk manusia dalam melihat dunia luar. Melalui media sosial terutama yang memiliki akses untuk media

foto/video seperti *instagram, facebook, youtube, twitter*, dan sejenisnya akan lebih mudah jika menunjukkan standar kecantikan yang diapresiasi/diakui oleh masyarakat. Umumnya mereka yang memiliki tubuh ideal dan wajah yang mempesona lebih mudah mendapatkan perhatian netizen daripada yang tidak. Selain media sosial terdapat faktor lain yang mempengaruhi *body dissatisfaction* individu yaitu usia, budaya, lingkungan, kelas sosial (Grogan, 2017), karakter psikologis individu dan interaksi interpersonal (McLean, dkk dalam Andini, 2020).

Dimensi *body dissatisfaction* menurut Cash (dalam Marizka dkk, 2019) yaitu *appearance evaluation* dalam hal ini adalah usaha individu dalam menilai penampilan yang ia miliki memuaskan atau tidak diciptakan dengan melihat penampilan yang dimilikinya dengan orang lain yang dilihatnya baik secara langsung ataupun dengan melalui media daring yang dimilikinya. Penggunaan media sosial ini meningkatkan kecenderungan subjek melihat orang lain muncul di dalam *timeline* di media sosialnya. Selanjutnya yaitu *appearance orientation* dimana individu akan berusaha meningkatkan penampilan yang dimilikinya, dalam hal ini subjek memiliki referensi dalam meningkatkan penampilannya dengan menonton *beauty vlogger* dalam platform media sosialnya seperti di dalam *youtube* ataupun *instagram*. Dimensi *overweight preoccupation* yaitu kecemasan menjadi gemuk serta munculnya kegiatan yang membuat subjek mengatur pola makan, dalam hal ini subjek berusaha menjaga/menurunkan berat badannya mulai dengan melakukan olahraga/menjalani diet demi menghindari berat tubuhnya semakin banyak. Dimensi *body area satisfaction* yaitu kepuasan spesifik atas bagian tubuh yang dimiliki, subjek cenderung memiliki bagian tubuh yang disukainya walaupun hanya satu bagian saja. Terakhir yaitu *self-classified weight* dimana subjek mengklasifikasi dirinya atas berat badan yang ia miliki. Subjek memiliki dua sudut pandang atas hal ini yaitu dari orang lain yang memberikan komentar atas dirinya serta evaluasi dirinya sendiri atas berat badan yang ia miliki.

Hasil penelitian ini menghasilkan nilai positif pada nilai R yaitu 0,168 dimana memiliki arti bahwa terdapat hubungan searah antara media sosial dengan *body dissatisfaction* yaitu semakin tinggi penggunaan media sosial maka akan meningkatkan kecenderungan meningkatnya ketidakpuasan bentuk tubuh. Hal ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu penelitian Fardouly, dkk (2015) dimana intensitas penggunaan media sosial juga memiliki hubungan positif dengan adanya perilaku ini yaitu semakin tingginya tingkat penggunaan maka semakin tinggi pula kecenderungan subjek untuk membandingkan dirinya dengan perempuan lain yang dilihatnya. Perempuan dengan intensitas penggunaan

media sosial yang tinggi akan cenderung merasa suasana hati negatif jika tidak dapat membuka media sosialnya. Lalu saat membuka timeline media sosialnya dan melihat perempuan lain memiliki bentuk tubuh yang menurutnya ideal, warna kulit berbeda, bentuk wajah, serta tinggi badan yang berbeda dengan dirinya sehingga timbul perasaan tidak puas akan bentuk tubuh yang ia miliki. Penelitian ini menghasilkan perempuan dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi cenderung mudah gelisah saat tidak membuka media sosial. Selain itu penggunaan media sosial ini memunculkan perilaku tidak puas dengan tubuhnya setelah ia melihat orang lain yang menurutnya memiliki bentuk tubuh yang ia idamkan.

Hasil penelitian menunjukkan nilai angka signifikansi sebesar 0,015 dimana memiliki arti terdapat hubungan yang signifikan antara media sosial dengan *body dissatisfaction*. Hal ini sejalan dengan penelitian Sukamto, Hamidah, dan Fajrianthi (2019) yang memperoleh hasil bahwa perempuan cenderung melakukan aktivitas membandingkan tubuhnya dengan orang lain baik secara sadar ataupun tidak. Mereka cenderung membandingkan dirinya dengan sosok yang lebih menarik, lebih cantik, lebih kurus, dan lebih tinggi dari mereka. Sifat alami perempuan yang seringkali membandingkan dirinya dengan orang lain untuk mengevaluasi penampilan fisik yang ia miliki dan akan mengutuk dirinya sendiri saat hasil yang ia peroleh menghasilkan evaluasi negatif yang muncul atas bentuk tubuh yang ia miliki.

Selain dua penelitian tersebut, hasil penelitian yang menunjukkan angka 0,015 pada nilai signifikasinya mengartikan ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marizka, dkk (2019) bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial pada seseorang maka akan semakin tinggi pula munculnya perilaku tidak puas akan bentuk tubuh yang dimiliki. Individu dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi cenderung mengalami kecanduan media sosial, hal ini menyebabkan frekuensi penggunaannya dalam membuka media sosial menjadi lebih sering. Pada penelitian ini media sosial memiliki kontribusi dalam meningkatkan perilaku *body dissatisfaction* dan seringkali meningkat dengan intensitas penggunaan yang tinggi. Sehingga memungkinkan kecenderungan perilaku *body dissatisfaction* akan muncul pada subjek, yang mana pada penelitian ini subjeknya ialah mahasiswa di Kota Surabaya memiliki kecenderungan pada perilaku *body dissatisfaction* yang disebabkan oleh intensitas penggunaan media sosial yang tinggi.

Intensitas penggunaan memiliki pengaruh penting dalam meningkatkan terjadinya *body dissatisfaction* pada subjek (Marizka, dkk, 2019), dimana ketika

penggunaannya mendominasi aktivitas yang subjek lakukan. Menurut Kuss dan Griffiths (2011) ketika penggunaan media sosial mendominasi keseharian subjek tentu akan meningkatkan kecanduan subjek dalam membuka media sosial sehingga menjadikan media sosial menjadi salah satu hal penting yang harus ia cek tiap saat. Selanjutnya akan muncul kepuasan setelah membuka media sosial, tentunya hal ini muncul ketika penggunaan media sosial mendominasi aktivitas subjek dikehidupan sehari-harinya. Hal ini menimbulkan durasi penggunaannya akan menjadi lebih banyak dari sebelum-sebelumnya. Selanjutnya subjek menjadi tidak merasa tenang ketika berhenti mengakses media sosial sehingga menimbulkan kecemasan dan kegelisahan yang dirasakan subjek sehingga akan mengganggu aktivitas yang sedang dilakukannya. Selanjutnya akan menimbulkan konflik dari dalam dirinya dan munculnya kecenderungan subjek dalam menggunakan media sosial kembali untuk menghilangkan kecemasan yang ia rasakan. Apalagi di era saat ini media sosial menjadi aspek penting subjek dalam menjalankan kehidupan sosialnya serta menjaci kesenangan saat merasa bosan ataupun jenuh serta melampiaskan emosinya ketika mengalami suatu masalah. Sehingga penggunaan media sosial menjadi suatu hal yang sulit dipisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Subjek dalam penelitian ini sebagian besar berstatus lajang/belum menikah yang menggunakan media sosial membuka media sosial lebih dari 5 kali sehari. Hal ini tentu meningkatkan kecenderungan munculnya ketidakpuasan bentuk tubuh, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Can dan Kaya (2016) dimana frekuensi individu dengan kecanduan media sosial adalah dengan membuka minimal sebanyak 4 kali dan lebih dari 1 jam perhari dan durasinya lebih dari 5 jam sehari. Intensitas penggunaan media sosial ditentukan oleh beberapa aspek yaitu adanya perhatian, kemudian penghayatan terhadap konten, kemudian durasi, serta frekuensi penggunaan media sosial (Marizka dkk., 2019). Perhatian dalam hal ini menitikberatkan pada rasa tertarik dari individu terhadap suatu aktivitas di media sosial. Kemudian penghayatan menekankan pada pemahaman individu terhadap sebuah informasi di media sosial. Durasi menitikberatkan pada rentang waktu penggunaan media sosial. Sedangkan untuk frekuensi menitikberatkan pada pengulangan perilaku yang ditimbulkan sebagai dampak dari penggunaan media sosial. Sehingga, penggunaan media sosial yang tinggi dalam hal ini yang dimaksud ialah durasi dalam mengakses media sosial memiliki pengaruh terhadap munculnya rasa ketidakpuasan atas bentuk tubuh yang telah dimiliki.

Hasil penelitian ini menunjukkan angka 0,168 pada nilai R dan nilai signifikansi sebesar 0,015 dimana memiliki arti bahwa terdapat hubungan positif dan cukup signifikan

antara variabel media sosial yang lebih dititikberatkan pada intensitas penggunaan dengan variabel *body dissatisfaction*. Penulis memiliki dugaan bahwa hasil penelitian ini disebabkan oleh karakteristik subjek dalam penelitian ini yaitu dewasa awal dimana ia sering bertemu dengan lingkungan baru sehingga sosialisasi dengan lingkungan tersebut akan lebih berpengaruh kepada subjek. Hurlock (2014) mengungkapkan bahwasanya dewasa awal memiliki sebuah fase untuk mencari seorang pasangan, mempersiapkan karir, serta masuk dalam ruang lingkup lingkungan sosial yang baru. Penelitian ini membuktikan perempuan dewasa awal cenderung memperhatikan penampilan fisiknya mulai dari wajah, dandanan, tubuh, serta penampilan mereka untuk mempersiapkan dirinya dalam menghadapi dunia barunya mulai untuk mencari pasangan, masuk dunia kerja, serta bertemu dengan orang-orang baru di lingkungan baru yang setiap hari akan ditemuinya. Hal-hal tersebut tidak dipungkiri pentingnya peran dari penampilan fisik menurut para perempuan dewasa awal, terlebih kesan pertama seseorang lebih banyak tercipta dari penampilan fisik mereka. Selain itu terdapat faktor-faktor lain yang berpengaruh pada munculnya *body dissatisfaction*. Seperti yang diungkap oleh McLean, dkk (dalam Andini 2020) terdapat faktor dari karakteristik individu sendiri. Jika individu memiliki pandangan diri positif maka ia akan menghargai dirinya lebih banyak daripada ia yang tidak. Selain itu pengaruh sosial dalam hal ini lingkungan terdekat dengan subjek seperti keluarga, teman, dan lingkungan subjek. Selanjutnya interaksi interpersonal, individu dengan ketergantungan tinggi berinteraksi dengan orang lain akan lebih mudah terpengaruh daripada ia yang tidak. Faktor-faktor diatas memiliki pengaruh terhadap tingginya kemungkinan kecenderungan perilaku *body dissatisfaction*.

Hurlock (2014) mengungkapkan bahwa fisik merupakan suatu problematika berbahaya yang cenderung dialami oleh perempuan dewasa awal dan sering menjadi hambatan untuk penyesuaian dirinya. Hal ini menjadikan perempuan dewasa awal lebih memperhatikan penampilan tubuhnya dan jika individu tersebut merasa bahwa tubuh yang dimilikinya tidak sesuai standar masyarakat maka kondisi ini akan membawanya pada *body dissatisfaction* (Meiliana et al., 2018). Standar ideal yang diciptakan masyarakat cenderung membuat mereka menjadi mengevaluasi tubuhnya menjadi lebih sering untuk membuat mereka mendapat atensi lebih di lingkungan baru yang akan ditemuinya.

Memiliki akses terhadap media sosial khususnya yang dapat menampilkan fitur foto individu dapat berdampak terhadap sikap individu untuk membandingkan dirinya dengan individu yang ditampilkan pada akun media sosialnya. Sikap

membandingkan ini lambat laun akan membawa individu ke pada kondisi merasa tidak puas akan dirinya sendiri. Hal ini dapat memberikan dampak negatif dalam menjalani fase perkembangan individu pada tahapan dewasa awal (Andini, 2020).

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menggunakan sebanyak 228 subjek perempuan dewasa awal yang sedang menjalani pendidikan sebagai mahasiswa di Kota Surabaya dengan uji korelasi *product moment* melalui bantuan SPSS 25.0 for windows diperoleh hasil signifikansi sebesar 0,015 (sig. < 0,05). Hasil uji hipotesis *product moment* menunjukkan nilai koefisien R sebesar 0,028. Hal ini menunjukkan arti bahwa terdapat hubungan positif dan cukup signifikan antara variabel media sosial yang lebih dititikberatkan pada intensitas penggunaan dengan variabel *body dissatisfaction*. Hasil positif yang ditunjukkan menandakan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka kecenderungan mengalami kondisi *body dissatisfaction* akan semakin tinggi pula.

Saran

Melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan saran hendaknya para perempuan meningkatkan kontrol pada diri serta pikirannya sehingga menciptakan pikiran positif pada tubuh yang ia miliki. Selanjutnya tingkatkan *self-love* yaitu dengan lebih mencintai apapun yang ada dalam diri sendiri dan tidak mudah terpengaruh dengan orang lain. Selain itu, mulailah mengontrol penggunaan media sosial agar kecenderungan membandingkan terutama perihal tubuh dengan individu lain dapat berkurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, S. F. (2020). Aktivitas dan pengaruh sosial media terhadap *body dissatisfaction* pada dewasa awal. *Analitika*, 12(1), 34-43. <https://doi.org/10.31289/analitika.v12i1.3762>
- Ammar, E. N., & Nurmala, I. (2020). Analisis faktor *body image* pada remaja. *Journal of Health Science and Prevention*, 4(1), 23-31. <http://doi.org/10.29080/jhsp.v4i1.255>
- Arshuha, F. & Amalia, L. (2019). Pengaruh perbandingan sosial dan perfeksionisme terhadap *body dissatisfaction* mahasiswi pengguna instagram. *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi*, 5(2), 75-92. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52076>

- Badan Pusat Statistik Home Page. (2021). Diunduh dari <https://www.bps.go.id/>
- Can, L., & Kaya, N. (2016). Social networking sites addiction and the effect of attitude towards social network advertising. *Procedia social and behavioral sciences*, 235, 43-492. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.059>
- Coyne, S. M., Padilla-Walker, L. M., & Howard, E. (2013). Emerging in a digital world: a decade review of media use, effects, and gratifications in emerging adulthood. *Emerging Adulthood*, 1(2), 125-137. <https://doi.org/10.1177/2167696813479782>
- Elita, Y., Sholihah, A., & Sahiel, S. (2017). Acceptance and commitment therapy bagi penderita gangguan stress pasca bencana. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 5(2), 97. <https://doi.org/10.29210/117800>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: the impact of facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Grogan, S. (2017). *Body image: understanding body dissatisfaction in men, women and children (3rd ed.)*. New York: Roudledge.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta: Gramedia.
- Hurlock, E. (2014). *Psikologi perkembangan (5th ed.)*. Erlangga.
- Jannah, M. (2016). *Metode penelitian kuantitatif untuk psikologi*. Unesa University Press.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011) Online social networking and addiction: a review of the psychological literature. *International journal of environment research and public health*, 8, 3528-3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Liputan Enam. (16 September 2019). *Liputan6* [online]. Diunduh dari <https://m.liputan6.com/>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran. Jilid I (Edisi ke 13)*. Diterjemahkan oleh: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Marizka, D. S., Maslihah, S., & Wulandari, A. (2019). Bagaimana self-compassion memoderasi pengaruh media sosial terhadap ketidakpuasan tubuh? *Jurnal Psikologi Insight*, 3(2), 56-69. <https://doi.org/10.17509/insight.v3i2.22346>
- Meiliana, M., Valentina, V., & Retnaningsih, C. (2018). Hubungan body dissatisfaction dan perilaku diet pada mahasiswa universitas katolik soegijapranata semarang. *Praxis*, 1(1), 49. <https://doi.org/10.24167/praxis.v1i1.1628>
- Ogden, J. (2010). *The psychology of eating from healthy to disordered behavior (2nd ed.)*. West Sussex: John Wiley & Sons.
- O'Brien, K. S., Caputi, P., Minto, R., Peoples, G., Hooper, C., Kell, S., & Sawley, E. (2009). Upward and downward physical appearance comparisons: development scales and examination of predictive qualities. *Body image*, 6, 201-206. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19447692/>
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35-40. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- PT. Digital Startup Nusantara Home Page. (2020). Diunduh dari <https://dailysocial.id/>
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfa Beta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Alfa Beta.
- Sukamto, M., Hamidah, & Fajrianti. (2019). Can I look like her?: body image of adolescent girls who use social media. *Makara Hubs-Asia*, 23(1), 60-72. <http://hubsasia.ui.ac.id/article/view/3659>
- Sunartio, L., Sukamto, M. E., & Dianovinina, K. (2012). Social comparison dan body dissatisfaction pada wanita dewasa awal. *Humanitas (Jurnal Psikologi Indonesia)*, 9(2), 157-68. <http://dx.doi.org/10.26555/humanitas.v9i2.342>
- Suseno, A.O. & Dewi, K. S. (2014). Hubungan antara ketidakpuasan bentuk tubuh dengan intensi melakukan perawatan tubuh pada wanita dewasa awal. *Jurnal Empati*, 3(3), 20-31. Diunduh dari <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article.view/7535>