

## **HUBUNGAN ANTARA KOMPARASI SOSIAL DAN *BODY DISSATISFACTION* PADA PEREMPUAN PENGGUNA *INSTAGRAM* DI SURABAYA**

**Farisa Nur Amarina**

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA, email: [Farisa.17010664130@mhs.unesa.ac.id](mailto:Farisa.17010664130@mhs.unesa.ac.id)

**Hermien Laksmiwati**

Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA, email: [Hermienlaksmiwati@unesa.ac.id](mailto:Hermienlaksmiwati@unesa.ac.id)

### **Abstrak**

*Body dissatisfaction* merupakan sebuah penilaian negatif individu terhadap bentuk tubuh yang dimilikinya, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi munculnya *body dissatisfaction* adalah media. Instagram merupakan salah satu bentuk dari media massa, media massa sendiri merupakan salah satu faktor pembentuk *body dissatisfaction* dimana mahasiswi sering kali melakukan perbandingan diri dengan orang lain untuk menilai dirinya. Perbandingan ini dikenal sebagai *social comparison*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswi di Surabaya. *Instagram* merupakan salah satu bentuk dari media massa. Media massa sendiri merupakan salah satu faktor pembentuk *body dissatisfaction* dimana mahasiswi sering kali melakukan perbandingan diri dengan orang lain untuk menilai dirinya. Perbandingan ini biasa disebut dengan *komparasi sosial*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif non eksperimen. Metode penelitian kuantitatif non eksperimen merupakan metode penelitian yang digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mengetahui korelasi antar variabel penelitian. Data untuk mengukur *komparasi sosial* yang dibentuk berdasarkan aspek yang telah dipaparkan oleh Gibbons dan Buunk (1999) dan skala *body dissatisfaction* disusun berdasarkan aspek yang telah dipaparkan oleh Cash dan Pruzinsky (2002). Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara komparasi sosial dengan *body dissatisfaction* pada perempuan pengguna *instagram* di Surabaya. Berdasarkan hal tersebut berarti semakin tinggi komparasi sosial yang dilakukan oleh perempuan, maka akan semakin tinggi juga *body dissatisfaction* yang dimilikinya. Begitu pula sebaliknya, jika semakin rendah komparasi sosial yang dilakukan, maka akan semakin rendah juga *body dissatisfaction* yang dimilikinya.

**Kata Kunci:** Perempuan, Mahasiswi, Komparasi sosial, *Body Dissatisfaction*

### **Abstract**

*Body dissatisfaction* is an individual's negative assessment of their body shape, one of the factors that can influence the emergence of *body dissatisfaction* is the media. Instagram is one form of mass media, the mass media itself is one of the factors forming *body dissatisfaction* where female students often compare themselves with others to judge themselves. This comparison is known as *social comparison*. This study aims to determine the relationship between *social comparison* and *body dissatisfaction* among female students in Surabaya. Instagram is a form of mass media. The mass media itself is one of the factors forming *body dissatisfaction* where female students often compare themselves with others to assess themselves. This comparison is known as *social comparison*. The method used in this research is a non-experimental quantitative research method. The non-experimental quantitative research method is a research method used for research that aims to determine the correlation between research variables. The data for measuring *social comparison* is based on the aspects described by Gibbons and Buunk (1999) and the *body dissatisfaction* scale is based on the aspects described by Cash and Pruzinsky (2002). The result of this study is that there is a relationship between *social comparison* and *body dissatisfaction* among female Instagram users in Surabaya. Based on this, it means that the higher the *social comparison* made by women, the higher the *body dissatisfaction* they will have. And vice versa, the lower the *social comparison*, the lower the *body dissatisfaction*.

**Keywords:** Woman, Student, *Social Comparison*, *Body Dissatisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Pada masa sekarang telah banyak orang yang menggunakan *social media*, dimana banyak orang yang membutuhkan *social media* dalam kehidupan. *Social media* memberikan wadah yang bisa digunakan

oleh banyak orang guna berhubungan dengan orang yang lainnya tanpa adanya batasan yang berarti. Selain digunakan sebagai sarana berinteraksi, *social media* juga dapat digunakan untuk mencari informasi, serta mencari hiburan. Menurut data yang diinformasikan

oleh Datareportal (2021) pengguna sosial media di Indonesia sendiri pada bulan januari tahun 2021 mencapai 170 juta pengguna. Terdapat berbagai macam sosial media yang digunakan oleh orang-orang yang berada di Indonesia, seperti *YouTube, Instagram, Facebook, dan twitter*. Masing-masing dari sosial mediatersebut memiliki nilai unggul dan spesifikasi fungsi yang berbeda-beda.

Salah satu sosial media yang sedang populer dan telah banyak digunakan oleh masyarakat adalah *Instagram*. Menurut data yang telah diinformasikan oleh Iman dalam Napoleon Cat (2020) Jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia sendiri pada bulan januari 2020 mencapai 62,23 juta pengguna dan angka tersebut terus meningkat di setiap bulannya dimana data terakhir pengguna instagram pada bulan mei 2020 mencapai 69,2 juta pengguna. Berdasarkan data yang telah dipaparkan oleh Napoleon Cat, diakui bahwa jumlah pengguna terbanyak berasal dari kalangan dengan rentang usia 18-34 sebanyak 66% dari total keseluruhan pengguna instagram. Hal tersebut menunjukkan bahwa dominasi pengguna instagram di Indonesia ialah para kalangan muda. Hal tersebut dapat dikarenakan kegiatan yang digeluti para pemuda banyak menggunakan media sosial instagram. Secara demografis pengguna instagram menunjukkan perbedaan berdasarkan jenisnya. Pada instagram, pengguna dengan jenis kelamin perempuan sebesar 51% dan pengguna pria sebanyak 49%.

Data tersebut menunjukkan bahwa wanita muda Indonesia lebih banyak menggunakan sosial media berbasis gambar, dimana mereka dapat mengunggah konten yang menunjukkan representasi visual dari tubuhnya dalam bentuk video pendek atau foto. Temuan tersebut sama dengan hasil survei yang dilakukan oleh Smith dan Anderson (2018) untuk Pew Research Center menunjukkan bahwa wanita lebih cenderung menggunakan sosial media berbasis gambar seperti Pinterest, Snapchat, dan Instagram dibandingkan laki-laki. Gambar yang diunggah oleh wanita Indonesia pengguna sosial media juga lebih banyak yang berupa swafoto, dimana objek dalam foto atau gambar adalah diri mereka sendiri. Dalam survei yang dilakukan oleh IDN Research Institute (2019), disebutkan bahwa swafoto merupakan jenis foto yang paling banyak dilakukan oleh pemuda Indonesia dan lebih sering dilakukan oleh wanita.

*Instagram* sendiri merupakan suatu *platform* yang dimana foto atau video digunakan untuk berkomunikasi. Interaksi yang ada pada instagram adalah dengan cara mengikuti (*follow*) akun pengguna yang lainnya. Dalam instagram komunikasi dilakukan

dengan cara memberikan tanda love (*like*) atau memberikan komentar pada postingan orang lain. Foto yang di unggah pada akun instagram biasanya merupakan foto yang paling bagus bagi pemilik akun, tidak jarang sebelum mengunggah foto ataupun video individu akan mengubah seindah mungkin agar mendapatkan jumlah penyuka (*like*) yang banyak dari orang lain. Menurut Tyler (2016) dengan menerima banyak *like* hal tersebut merupakan salah satu tanda bahwa konten yang telah di unggah adalah sebuah konten yang menarik perhatian pengguna lain. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Chua dan Chang (2016) yang menyebutkan bahwa jumlah *like* dan pengikut pada akun instagram dikaitkan dengan penghargaan yang diberikan oleh orang lain terhadap penampilan fisik yang dimiliki individu dan hal tersebut dapat menyebabkan peningkatan terhadap harga diri individu. Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Harter dkk. dalam (Yau & Reich, 2018) mengemukakan bahwa terdapat 31% perempuan merasa bahwa harga diri yang dimilikinya tergantung dari opini dari teman-temannya, sehingga jika mereka merasa penampilan dirinya di *instagram* tidak mendapatkan *likes* dan komentar yang positif maka mereka merasa dirinya tidak berharga dan tidak memiliki nilai lebih dibanding dengan teman yang mendapatkan *likes* dan komentar positif pada akun *instagramnya*.

Dengan populernya *Instagram* serta kemudahannya dalam mengakses aplikasi tersebut, menjadikan aplikasi tersebut memiliki banyak pengguna dimana pengguna tersebut mengunggah konten berupa foto atau video yang dimilikinya. Dengan seringnya individu melihat foto atau video orang lain yang ada di *instagram* hal tersebut membuat individu menjadikan orang lain sebagai "*role model*" dalam memiliki tubuh ideal dan tampilan fisiknya sehingga hal tersebut membuat individu merasa tidak puas dengan bentuk tubuh dan tampilan yang dimilikinya. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Tiggemann dkk. (2018) bahwa seringnya terpapar postingan foto orang lain yang ada di *instagram* akan berdampak negatif pada citra tubuh (*body image*) seseorang.

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) *body image* merupakan suatu perasaan dan sikap individu terhadap bentuk tubuhnya dengan cara memberikan penilaian positif atau negatif. Penilaian *body image* yang negatif tersebut yang membuat ketidakpuasan terhadap tubuh individu itu sendiri (*body dissatisfaction*). Menurut Cash dan Szymanski (dalam Grogan, 2007) *body dissatisfaction* memiliki kaitan

dengan evaluasi negatif terhadap bentuk tubuhnya dan terjadi perbedaan antara bentuk tubuh yang sebenarnya dan bentuk tubuh ideal yang diharapkannya. Sejalan dengan pendapat tersebut, Grogan (2017) menyatakan bahwa *body dissatisfaction* merupakan pikiran dan perasaan negatif terhadap bentuk tubuh yang dimilikinya. berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa *body dissatisfaction* merupakan sebuah penilaian negatif individu terhadap bentuk tubuh yang dimilikinya.

Terdapat beberapa aspek dalam *body dissatisfaction* menurut Cash dan Pruzinsky (2002), antara lain : 1) Kognitif, pada aspek kognitif individu memiliki pemikiran sendiri tentang bagaimana bentuk tubuh dan penampilan yang dimilikinya, 2) Afektif, pada aspek afektif merupakan aspek yang memperlihatkan mengenai perasaan individu mengenai bentuk tubuh dan penampilan yang dimilikinya, dimana individu akan merasa puas atau tidak terhadap bentuk tubuh dan penampilan yang dimilikinya, 3) Perilaku, pada aspek perilaku ini merupakan suatu reaksi individu terhadap ketidakpuasan dirinya terhadap bentuk tubuh dan penampilannya.

Adapun indikator dalam *body dissatisfaction* menurut Cash dan Pruzinsky (2002), antara lain : 1) Evaluasi penampilan, individu melakukan evaluasi terhadap bentuk tubuh dan penampilan yang dimilikinya, dimana individu menilai puas atau tidaknya individu terhadap bentuk tubuh dan penampilannya, 2) Orientasi penampilan, pada indikator ini individu melakukan segala cara untuk mengubah penampilan dirinya, 3) Kecemasan terhadap kegemukan, individu akan merasa cemas tentang meningkatnya berat badan yang dimilikinya dan selalu waspada terhadap kenaikan berat badan, 4) Pengkategorian berat badan, individu mempersepsikan dirinya sendiri mengenai tubuhnya dan mengelompokkan dirinya sendiri termasuk dalam kategori ukuran tubuh yang seperti apa, 5) Kepuasan terhadap bagian tubuh, pada aspek ini individu menilai dirinya sendiri mengenai puas atau tidak puasanya terhadap bagian tubuh yang dimilikinya secara spesifik, seperti pada bagian wajahnya, rambut, pinggul, ataupun pada seluruh bagian tubuh.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang *body dissatisfaction*, seperti penelitian yang dilakukan oleh Meliana dkk. (2018) yang dilakukan pada 379 mahasiswa di Universitas Soegijapranata Semarang, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa 81% subjek merasakan

ketidak puasan terhadap tubuhnya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Sumiati (2017) yang dilakukan pada 58 mahasiswi di UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang menghasilkan sebagian besar dari subjek penelitian memiliki citra tubuh yang negated atau disebut juga dengan *body dissatisfaction*. Adapun penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh penelitian tersebut pada 50 mahasiswi UIN Sunan Gunung Djati yang menghasilkan bahwa 30 orang subjek merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya secara keseluruhan maupun sebagian.

Lebih lanjut penelitian yang dilakukan oleh Brown dan Tiggemann (2016) yang menyatakan dengan melihat gambar atau foto selebritis yang memiliki tubuh ideal dan menarik dapat menyebabkan individu menilai penampilan dirinya negatif, sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faradouly dkk. (2017) yang menyatakan bahwa dengan menggunakan media hal tersebut dapat menimbulkan *body dissatisfaction* dengan menginternalisasi standart kecantikan dan cenderung melakukan perbandingan penampilan diri sendiri dengan orang yang lainnya. Selain itu ada juga yang sering mendapatkan komentar negatif pada akun *Instagram* miliknya mengenai berat badan, tinggi badan, ataupun warna kulit mereka sehingga mereka merasa tidak puas terhadap tubuhnya (*body dissatisfaction*).

Selanjutnya Cash dan Pruzinsky (2002) juga menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *body dissatisfaction*, yaitu : 1) Jenis Kelamin, Cash dan Pruzinsky (2002) berpendapat bahwa jenis kelamin adalah salah satu faktor yang dapat berpengaruh dalam perkembangan *body image* individu. *Body dissatisfaction* lebih sering terjadi pada perempuan dibandingkan laki-laki, 2) Hubungan Interpersonal, *feedback* yang telah diterima oleh individu akan cenderung mempengaruhi perasaan dan pandangan individu mengenai penampilan fisik yang dimilikinya, 3) Media Massa, banyaknya menggunakan media dapat berpengaruh pada individu, konten yang ada pada media sering kali membentuk standart kecantikan perempuan seperti memiliki tubuh yang langsing. Dengan melihat banyaknya melihat media individu akan cenderung melakukan perbandingan sosial (*komparasi sosial*) antara dirinya dengan figur yang dianggap memiliki tubuh yang ideal.

Dijkstra, Gibbons, dan Buunk (2010) mendefinisikan *Komparasi sosial* sebagai kecenderungan individu untuk membandingkan pencapaian, situasi, dan pengalaman seseorang dengan dirinya sendiri. Selanjutnya Jones (2001)

mendefinisikan *komparasi sosial* sebagai penilaian individu mengenai suatu hal tertentu yang dimilikinya dan dibandingkan dengan milik orang yang lainnya. Lebih lanjut Festinger (1954) menyatakan bahwa *komparasi sosial* merupakan kecenderungan individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap sesuai dengan standar mereka. Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *komparasi sosial* merupakan kecenderungan seseorang untuk membandingkan dirinya dengan orang lain.

Gibbons dan Buunk (1999) menyebutkan bahwa terdapat beberapa aspek mengenai *komparasi sosial* yang mengacu pada teori Festinger (1954), yaitu: 1) *Ability*, pada aspek *ability* ini menjelaskan bahwa perbandingan yang telah dilakukan oleh individu berpusat pada evaluasi kemampuannya, 2) *Opinion*, pada aspek *opinion* ini sendiri menjelaskan bahwa individu melakukan perbandingan dengan berpusat pada bagaimana individu tersebut seharusnya berpikir. Adapun beberapa motif seseorang melakukan *komparasi sosial* (Gibbons & Buunk, 1999), yaitu: 1) Evaluasi, dimana individu memiliki suatu kebutuhan penilaian yang tetap mengenai dirinya, salah satu cara untuk menentukan ketepatan itu sendiri adalah dengan cara mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari hasil perbandingan diri dengan orang lain yang memiliki kemiripan dengan dirinya, 2) Perbaikan, tidak hanya evaluasi diri, seseorang yang melakukan *komparasi sosial* akan mencoba untuk membangun dan mengembangkan tampilan diri yang positif bagi dirinya, dan 3) Peningkatan, dimana individu melakukan *komparasi sosial* merupakan sebuah bentuk dari pencarian informasi untuk meng-upgrade dirinya menjadi lebih baik.

Banyak wanita sering kali menggunakan sosial media instagram sebagai sarana untuk membandingkan dirinya, hal tersebut sejalan dengan pendapat Lee (2014) yang menyebutkan bahwa tujuan dari penggunaan sosial media adalah sebagai alat untuk melakukan perbandingan sosial (*komparasi sosial*) dengan cara mengunjungi akun orang lain. Hal tersebut membuat sebagian dari mereka menjadikan orang lain yang ada di *Instagram* sebagai *role model* dalam bentuk tubuh yang ideal dan cara berpenampilan, dan hal tersebut tidak jarang membuat mereka merasa tidak puas dengan bentuk tubuh dan penampilan yang dimilikinya sendiri (*body dissatisfaction*), sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dkk. (2020) yang menyatakan bahwa wanita yang sering kali melakukan *komparasi sosial* dengan cara membandingkan dirinya dengan

orang lain dapat menyebabkan timbulnya *body dissatisfaction*. Lebih lanjut White dkk. (2006) menyebutkan bahwa *komparasi sosial* dapat menumbulkan dampak yang negatif untuk individu, dimana individu akan merasakan ketidakpuasan akan tampilan fisiknya, tidak merasa bahagia, sedih, dan merasa tidak lebih baik dari pada orang lain.

Terdapat beberapa penelitian lain yang membahas mengenai *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction*, penelitian yang dilakukan Lewallen dan Behm (2016) menemukan bahwa perilaku *komparasi sosial* dalam media sosial memiliki korelasi yang positif dengan *body dissatisfaction* pada individu, lebih lanjut penelitian ini menyebutkan bahwa dampak dari *komparasi sosial* ini adalah perilaku diet yang ekstrim pada perempuan karena tidak merasa puas dengan bentuk tubuh yang dimilikinya. Adapun penelitian lain yang dilakukan oleh Marika dkk. (2018) menemukan bahwa perbandingan penampilan yang dilakukan individu memiliki pengaruh pada citra tubuh yang dimiliki individu sehingga hal tersebut menyebabkan individu mengalami ketidakpuasan terhadap penampilan dirinya. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dewi dkk. (2020) membuktikan bahwa *komparasi sosial* dapat menyebabkan *body dissatisfaction* dimana individu menilai secara negatif mengenai bentuk tubuhnya, merasa tidak percaya diri ketika berada di lingkungan sosial, memiliki kebiasaan memeriksa tubuh (*body checking*) terus menerus.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu dengan topik yang sama dengan penelitian ini, namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini berfokus pada perbandingan sosial yang dilakukan di *instagram* sedangkan penelitian terdahulu belum terlalu banyak yang meneliti mengenai perbandingan sosial pada *instagram*. Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswa pengguna *Instagram* di Surabaya.

## METODE

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif non eksperimen. Metode penelitian kuantitatif non eksperimen merupakan metode penelitian yang digunakan untuk penelitian yang bertujuan untuk mengetahui korelasi antar variabel penelitian (Jannah,

2018). Selanjutnya hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan di Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *Instagram* yang berdomisili di Surabaya. Populasi sendiri merupakan daerah yang telah disamakan dimana subjek yang hendak diteliti mempunyai kulit dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian akan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Teknik sampling yang digunakan untuk menentukan sampel adalah purposive sampling maka dari itu peneliti menentukan kriteria yang diambil dari subjek (Jannah, 2018). Adapun kriteria subjek yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut : 1) mahasiswa aktif, 2) berusia 18-34 tahun, 3) aktif menggunakan *instagram*, 4) berdomisili Surabaya.

Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2017) skala ini dibentuk guna memberikan pernyataan sikap yang positif ataupun negatif, setuju ataupun tidak setuju mengenai suatu objek sosial. Penelitian ini menggunakan skala yang disusun sendiri oleh peneliti. Data untuk mengukur *komparasi sosial* yang dibentuk berdasarkan aspek yang telah dipaparkan oleh Gibbons dan Buunk (1999) yang terdiri dari 16 aitem dan mengukur dua aspek yaitu *opinion* dan *ability*. selanjutnya data untuk mengukur *body dissatisfaction* disusun berdasarkan aspek yang telah dipaparkan oleh Cash dan Pruzinsky (2002) yang terdiri dari 40 aitem dan mengukur tiga aspek yaitu kognitif, afektif, dan perilaku.

Validitas dan reliabilitas pada skala ini dilakukan dengan cara melakukan uji coba kepada 30 partisipan yang termasuk dalam penelitian ini. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *product moment pearson* dan uji reliabilitas menggunakan *alpha cronbach*. Berhasilkan hasil data uji coba yang diperoleh maka dapat diketahui bahwa validitas dari skala komparasi sosial 16 aitem dinyatakan valid, dan hasil dari uji validitas dari skala *body dissatisfaction* adalah 40 aitem dinyatakan valid. Sedangkan reliabilitas pada kedua variabel diketahui bahwa skala komparasi sosial memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,850 dan skala *body dissatisfaction* memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,886. Azwar (2015) menyatakan bahwa jika koefisien reliabilitas mendekati angka 1.00, maka data tersebut dapat dikatakan memiliki nilai reliabilitas yang tinggi. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan pada skala komparasi sosial dan *body dissatisfaction*, kedua skala tersebut merupakan skala

yang reliable atau layak digunakan untuk mengukur komparasi sosial dan *body dissatisfaction*.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, nilai uji normalitas yang telah dilakukan pada penelitian ini adalah sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari 0,05 ( $P > 0,05$ ) yang berarti data pada penelitian ini berdistribusi normal sehingga uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji parametrik *Product Moment Pearson*. Penghitungan statistic dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *IBM SPSS 24.0 for Windows*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### *Deskripsi Subjek*

Dalam penelitian ini, peneliti telah menentukan beberapa kriteria dalam pemilihan responden supaya peneliti mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan dan focus penelitian yang telah ditetapkan. Adapun kriteria yang ditetapkan oleh peneliti yaitu sebagai berikut : 1) mahasiswa aktif, 2) berusia 18-34 tahun, 3) aktif menggunakan *instagram*, 4) berdomisili Surabaya. Berdasarkan data yang telah diperoleh, didapatkan total seluruh responden sebanyak 210 orang. Berikut ringkasan data demografis berdasarkan usia dijelaskan pada tabel 1.1.

**Tabel 1. Data Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Presentase (%)
18-23	152	72,4%
24-29	56	26,7%
30-34	2	0,9%
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa subjek yang berusia 18-23 tahun berjumlah 152 orang dengan presentase sebesar 72,4%, lalu 56 subjek yang berusia 24-29 tahun dengan presentase sebesar 26,7%, dan subjek yang berusia 30-34 tahun sebanyak 2 orang dengan presentase 0,9%.

**Tabel 2. Data Berdasarkan Durasi Penggunaan Instagram**

Durasi Penggunaan	Jumlah	Presentase
1 – 2 Jam	39	18,6%
2 – 3 Jam	45	21,4%
4 – 5 Jam	91	43,3%
6 – 7 Jam	31	14,8%
>7Jam	4	1,9%
<b>Total</b>	<b>210</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel di atas yang merupakan

ringkasan durasi penggunaan *instagram* pada subjek dapat diketahui bahwa subjek menggunakan *instagram* selama 1 hingga 2 jam dalam sehari sebanyak 39 orang dengan presentase 18,6%, selanjutnya subjek yang menggunakan *instagram* dalam 2 hingga 3 jam sehari sebanyak 45 orang dengan presentase 21,4%, lalu subjek yang menggunakan *instagram* dalam 4 hingga 5 jam sehari sebanyak 91 orang dengan presentase 43,3%, subjek yang menggunakan *instagram* dalam 6-7 jam sehari sebanyak 31 orang dengan presentase 14,8%, dan subjek yang menggunakan *instagram* lebih dari 7 jam sehari sebanyak 4 orang dengan presentasi 1,9%.

*Deskripsi data penelitian*

Uji analisis deskriptif yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan guna memberikan sebuah gambaran atau deskripsi data yang berasal dari penelitian dimana pada deskripsi ini terdapat nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standart deviasi. Dalam melakukan uji analisis deskriptif ini, peneliti menggunakan bantuan aplikasi *SPSS Statistic 24.0*. berikut merupakan hasil dari hasil uji deskriptif yang telah dilakukan :

**Tabel 3. Uji deskriptif Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
SC	210	118	162	135.95	.622
BD	210	77	110	91.61	.389
Valid N (listwise)	210				

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang telah dilakukan, dapat terlihat bahwa hasil dari 210 subjek pada penelitian ini dapat diketahui bahwa pada variabel *komparasi sosial* memiliki nilai mean sebesar 135,95, dapat diketahui pula bahwa nilai minimum pada variabel *komparasi sosial* sebesar 118 dan nilai maksimumnya adalah 162, serta dapat diketahui pula nilai standar deviasi pada variabel *komparasi sosial* adalah sebesar 9,008.

Berdasarkan tabel di atas juga dapat terlihat bahwa pada variabel *body dissatisfaction* memiliki nilai mean sebesar 91,61, serta memiliki nilai minimum sebesar 77 dan nilai maksimum sebesar 110 lebih lanjut dalam tabel hasil uji deskriptif tersebut

juga menunjukkan bahwa *body dissatisfaction* memiliki nilai standart deviasi sebesar 5,640.

**Analisis Data**

a. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bahwa data penelitian merupakan data yang berdistribusi normal atau tidak, adapun ketentuan dalam pengujian normalitas ini dimana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ) maka data tersebut merupakan data yang berdistribusi normal (Hulu & Sinaga, 2019).

**Tabel 4. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		210
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.38119342
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.038
	Negative	-.030
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Dapat dilihat pada tabel di atas, berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dapat terlihat bahwa nilai signifikansi pada penelitian ini adalah sebesar 0,200 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat diartikan bahwa data pada penilain ini berdistribusi normal.

b. Uji asumsi linearitas

**Tabel 5. Uji Linearitas ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BD * SC	Between Groups	3439.969	38	90.526	4.825	.000
	Linearity	2636.256	1	2636.256	140.523	.000
	Deviation from Linearity	803.713	37	21.722	1.158	.263
	Within Groups	3208.012	171	18.760		
	Total	6647.981	209			

Uji linearitas dilakukan guna mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear antara kedua variabel, data dapat dinyatakan memiliki hubungan yang linear jika memiliki nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 ( $p > 0,05$ ) (Siregar, 2013).

Berdasarkan hasil uji linearitas yang telah dilakukan, pada tabel di atas dapat terlihat bahwa nilai signifikansi

pada kedua variabel adalah 0,263 ( $p > 0,05$ ). maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini memiliki hubungan yang bersifat linear.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan guna mengetahui hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction*. Hipotesis yang ada pada penelitian ini adalah “terdapat hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan pengguna *instagram* di Surabaya”.

**Tabel 6. Kriteria Tabel Uji Korelasi**

Interval Koefisien	Kriteria
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,60 – 0,779	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Uji analisis dalam penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menguku seberapa erat hubungan antara kedua variabel dalam penelitian yang dinyatakan dalam besaran korelasi ( $r$ ) (Sugiyono, 2013).

Dalam uji hipotesis antar variabel dikatakan memiliki hubungan jika nilai  $p$  atau nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ), namun jika nilai signifikasinya menunjukkan hasil yang lebih dari 0,05 ( $p > 0,05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa tidak adanya hubungan pada antar variabel (Sugiyono, 2017). Di bawah ini merupakan tabel yang menunjukkan hasil dari uji korelasi yang telah dilakukan menggunakan teknik analisis *Pearson Product moment* yang menggunakan *SPSS 24.0* :

**Tabel 7. Uji korelasi Pearson Correlations**

		SC	BD
SC	Pearson Correlation	1	.630**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	210	210
BD	Pearson Correlation	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	210	210

Berdasarkan hasil uji korelasi yang telah dilakukan, dapat dilihat pada tabel 6 di atas terlihat bahwa pada penelitian ini menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ). Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswa di Surabaya. Pada tabel uji korelasi di atas dapat dilihat bahwa menghasilkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,630 dimana jika dilihat pada kriteria koefisien

korelasi hal tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat dan juga dapat terlihat pada hasil tersebut tidak terdapat tanda negatif yang berarti hubungan antara kedua variabel merupakan hubungan yang positif.

**Pembahasan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji hubungan antara komparasi sosial dengan *body dissatisfaction* pada perempuan pengguna *instagram* di Surabaya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari uji korelasi adalah sebesar 0,000  $< 0,05$ . Hasil analisis tersebut membuktikan bahwa hipotesis yang ada pada penelitian ini diterima yaitu terdapat hubungan antara komparasi sosial dengan *body dissatisfaction* pada perempuan pengguna *instagram* di Surabaya. Selain itu dapat terlihat pada hasil uji korelasi yang menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,630 dimana pada nilai tersebut tidak menunjukkan adanya arah yang negatif, yang artinya variabel komparasi sosial dengan *body dissatisfaction* memiliki arah hubungan yang positif. Berdasarkan hal tersebut berarti semakin tinggi komparasi sosial yang dilakukan oleh perempuan, maka akan semakin tinggi juga *body dissatisfaction* yang dimilikinya. Begitu pula sebaliknya, jika semakin rendah komparasi sosial yang dilakukan, maka akan semakin rendah juga *body dissatisfaction* yang dimilikinya.

Hasil dari penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fisher Dkk. (2002) yang menemukan bahwa tingginya tingkat komparasi sosial berhubungan dengan tingginya tingkat *body dissatisfaction*, terutama pada perempuan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Tiggemann dan Polivy (2010) juga menemukan bahwa komparasi sosial memiliki hubungan yang kuat dengan *body dissatisfaction* pada perempuan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Jones (2001) juga menemukan bahwa komparasi sosial menjadi salah satu faktor yang termasuk dalam proses terbentuknya citra tubuh (*body image*) pada individu yang dimana hal tersebut akan berpengaruh kepada kepuasan individu dengan tubuhnya. Hal ini terjadi karena komparasi sosial merupakan sebuah cara individu untuk mengevaluasi dirinya, apabila komparasi sosial yang dilakukan menghasilkan rasa puas maka akan terbentuknya citra tubuh yang positif, namun jika komparasi sosial yang dilakukan menghasilkan rasa tidak puas maka akan terbentuknya citra tubuh yang negatif. Citra tubuh yang negatif itulah yang membuat individu merasa tidak puas dengan bentuk

tubuhnya (*body dissatisfaction*).

Penelitian ini menemukan bahwa mahasiswa perempuan melakukan perbandingan sosial dengan media *instagram* karena konten yang ada di dalam *instagram* memuat banyak foto ataupun video dari banyak orang dan tidak jarang individu menganggap orang lain yang ada di *instagram* sebagai *role model* dalam memiliki tubuh yang ideal dan cara berpenampilan. Hal tersebut membuat para subjek membandingkan dirinya dengan orang lain yang ada di *instagram*, dan berampak pada diri individu dimana ia merasa tidak puas akan bentuk tubuh dan tampilan yang dimilikinya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hoffmann dan Warschburger (2019) yang mengungkapkan bahwa perempuan pengguna *instagram* yang melihat gambaran tubuh ideal pada konten didalamnya hal tersebut membuat perempuan ingin. Hal ini juga selaras dengan faktor yang mempengaruhi *body dissatisfaction* pada seseorang yaitu faktor media massa, dimana dengan banyaknya melihat konten yang ada pada media hal tersebut akan berpengaruh pada individu. Konten yang ada pada media sering kali membentuk standar kecantikan bagi perempuan seperti memiliki tubuh yang langsing yang mana hal tersebut akan membuat individu yang merasa tidak memiliki tubuh yang ideal akan mengalami *body dissatisfaction* (Cash & Pruzinsky, 2002).

Berdasarkan data penelitian yang telah dapat diketahui bahwa durasi penggunaan *instagram* yang paling tinggi adalah selama 4-5 jam dalam sehari, dimana hal tersebut berarti dengan seringnya partisipan mengakses *instagram* berarti sering juga partisipan terpapar dengan konten yang ada di dalamnya, dimana hal tersebut menyebabkan partisipan melakukan perbandingan sosial antara dirinya dengan orang lain yang ada di *instagram*. Dengan seringnya individu terpapar dengan konten yang berupa foto dan video yang ada pada *instagram* hal tersebut menyebabkan individu menjadikan orang lain yang ada di *instagram* sebagai "*role model*" dan membandingkan dirinya dengan orang lain, hal ini didukung dengan pendapat Lee (2014) yang menyebutkan bahwa tujuan dari penggunaan sosial media adalah sebagai alat untuk melakukan perbandingan sosial (*komparasi sosial*) dengan cara mengunjungi akun orang lain. Hal tersebut membuat sebagian dari mereka menjadikan orang lain yang ada di *Instagram* sebagai *role model* dalam bentuk tubuh yang ideal dan cara berpenampilan, dan hal tersebut tidak jarang membuat mereka merasa tidak puas dengan bentuk tubuh dan penampilan yang

dimilikinya sendiri (*body dissatisfaction*), sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi dkk. (2020) yang menyatakan bahwa wanita yang sering kali melakukan *komparasi sosial* dengan cara membandingkan dirinya dengan orang lain dapat menyebabkan timbulnya *body dissatisfaction*. Lebih lanjut White dkk. (2006) menyebutkan bahwa *komparasi sosial* dapat menumbulkan dampak yang negatif untuk individu, dimana individu akan merasakan ketidakpuasan akan tampilan fisiknya, tidak merasa bahagia, sedih, dan merasa tidak lebih baik dari pada orang lain.

*Komparasi sosial* sendiri merupakan kecenderungan individu untuk membandingkan pencapaian, situasi, dan pengalaman seseorang dengan dirinya sendiri (Gibbons & Buunk, 1999). Selanjutnya Jones (2001) mendefinisikan *komparasi sosial* sebagai penilaian individu mengenai suatu hal tertentu yang dimilikinya dan dibandingkan dengan milik orang yang lainnya. Lebih lanjut Festinger (1954) menyatakan bahwa *komparasi sosial* merupakan kecenderungan individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap sesuai dengan standar mereka. Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa *komparasi sosial* merupakan kecenderungan seseorang untuk membandingkan dirinya dengan orang lain.

Gibbons dan Buunk (1999) menyebutkan bahwa terdapat beberapa aspek mengenai *komparasi sosial* yang mengacu pada teori Festinger (1954), yaitu yang pertama adalah *Ability*, dimana pada aspek *ability* ini menjelaskan bahwa perbandingan yang telah dilakukan oleh individu berpusat pada evaluasi kemampuannya. Setiap individu selalu ingin menyetarakan diri dengan lingkungan miliknya, oleh sebab itu individu berusaha untuk menyamakan perbedaan dirinya dengan orang lain. Dengan adanya dorongan untuk mengubah diri menjadi yang lebih baik, individu cenderung melakukan perbandingan mengenai kemampuan yang dimilikinya dengan orang lain guna mendapatkan kemampuan yang sama. Selanjutnya aspek yang kedua yaitu *Opinion*, dimana pada aspek *opinion* ini sendiri menjelaskan bahwa individu melakukan perbandingan dengan berpusat pada bagaimana individu tersebut seharusnya berpikir. Individu cenderung sering melakukan perbandingan mengenai pendapat miliknya dengan pendapat orang lain.

*Komparasi sosial* sendiri adalah sebuah cara yang biasa dilakukan oleh perempuan dengan tujuan untuk memberikan evaluasi secara menyeluruh

kepada diri sendiri, tak terkecuali memberikan penilaian dan mengevaluasi citra tubuh yang dimilikinya, dimana citra tubuh yang diinginkan telah sesuai dengan citra tubuh yang dimilikinya. Senada dengan pendapat yang disampaikan oleh Cash dan Smolak (2001) yaitu individu yang melakukan *komparasi sosial* mereka bukan hanya membuat perbandingan mengenai kemampuan intelektual yang dimilikinya saja, namun mereka juga cenderung melakukan perbandingan mengenai tampilan fisik yang berhubungan dengan citra tubuh miliknya.

Menurut Gibbons dan Buunk (1999) terdapat beberapa motif seseorang melakukan *komparasi sosial*, yaitu yang pertama adalah evaluasi, dimana individu memiliki suatu kebutuhan penilaian yang tetap mengenai dirinya, salah satu cara untuk menentukan ketepatan itu sendiri adalah dengan cara mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari hasil perbandingan diri dengan orang lain yang memiliki kemiripan dengan dirinya. Lalu yang kedua yaitu perbaikan, tidak hanya evaluasi diri, seseorang yang melakukan *komparasi sosial* akan mencoba untuk membangun dan mengembangkan tampilan diri yang positif bagi dirinya, dan yang ketiga adalah Peningkatan, dimana individu melakukan *komparasi sosial* merupakan sebuah bentuk dari pencarian informasi untuk meng-*upgrade* dirinya menjadi lebih baik.

Menurut Festinger (1954) terdapat dua jenis *komparasi sosial* yaitu perbandingan keatas dan perbandingan kebawah. Perbandingan keatas sendiri merupakan perbandingan yang dilakukan oleh individu dengan objek yang dianggap memiliki nilai lebih daripada dirinya, sedangkan perbandingan kebawah adalah individu akan melakukan perbandingan dengan objek yang dianggap tidak lebih baik dari dirinya. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa partisipan cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap memiliki nilai lebih dari pada dirinya, hal tersebut menyebabkan sebagian besar dari partisipan merasakan ketidakpuasan terhadap tubuh yang dimilikinya.

Perempuan yang sering melakukan perbandingan dengan perempuan yang lainnya akan menyebabkan rasa tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimilikinya sendiri. Perempuan yang mengalami rasa yang tidak puas dengan bentuk tubuhnya (*body dissatisfaction*) cenderung memiliki pemikiran yang negatif mengenai bentuk tubuh yang dimilikinya baik itu pada bagian tubuh tertentu atau pada keseluruhan dari bagian tubuhnya.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil dari penelitian ini selaras dengan tujuan utama yaitu terdapat hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan di Surabaya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari uji korelasi adalah sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil analisis tersebut membuktikan bahwa hipotesis yang ada pada penelitian ini diterima yaitu terdapat hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan pengguna instagram di Surabaya. Selain itu dapat terlihat pada hasil uji korelasi yang menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,630 dimana pada nilai tersebut tidak menunjukkan adanya arah yang negatif, yang artinya variabel *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction* memiliki arah hubungan yang positif. Berdasarkan hal tersebut berarti semakin tinggi *komparasi sosial* yang dilakukan oleh perempuan, maka akan semakin tinggi juga *body dissatisfaction* yang dimilikinya. Begitu pula sebaliknya, jika semakin rendah *komparasi sosial* yang dilakukan, maka akan semakin rendah juga *body dissatisfaction* yang dimilikinya.

### **Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan bagi para subjek untuk lebih bersyukur atas bentuk tubuh yang dimiliki dan mulai mengurai melakukan perbandingan dengan orang lain. Jika merasa belum memiliki tubuh ideal seperti yang diinginkan maka peneliti menyarankan ketika memperbaiki bentuk tubuh harus dilakukan dengan cara yang aman seperti melakukan olahraga seperti *work out*, yoga, ataupun *gym*, menjaga pola makan, merawat tubuh, dan menggunakan *skincare* yang aman. Selain itu disarankan juga untuk para perempuan agar mengurangi penggunaan media sosial yang dirasa dapat menggerakkan untuk melakukan perbandingan diri dengan orang lain, seperti berhenti mengikuti akun-akun yang dirasa dapat menimbulkan rasa rendah diri.

Saran bagi peneliti yang selanjutnya, penelitian ini memiliki hasil berupa terdapat hubungan antara *komparasi sosial* dengan *body dissatisfaction* sehingga bukan tidak mungkin jika terdapat faktor lain yang dapat berpengaruh pada *body dissatisfaction*, sehingga peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi bahan acuan untuk mengembangkan penelitian

dengan faktor-faktor yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image : A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. The Guildford Press.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (2001). *Body image : a handbool of science practice and prevention*. Guildford Press.
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Datadeportal. (2021). *Digital 2021: Indonesia*. Datareportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Dewi, A. E., Noviekayanti, I., & Rina, A. P. (2020). Social Comparison dan Kecenderungan Body Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(2), 173–180. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sukma/article/view/4467/3194>
- Dijkstra, P., Gibbons, F. F., & Buunk, A. P. (2010). Social Comparison Theory. In J. E. Maddux & J. P. Tangney (Eds.), *Social Psychological Foundations of Clinical Psychology* (pp. 195-). The Guildford Press.
- Faradouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2017). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380–1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*.
- Fisher, E., Dunn, M., & Thompson, K. (2002). Social comparison and body image: an investigation of body comparison processes using multidimensional scalling. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 21(5), 566–579. DOI:10.1521/jscp.21.5.566.22618
- Gibbons, F. F., & Buunk, A. P. (1999). Individual Differences in Social Comparison: Development of a Scale of Social Comparison Orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129–142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Grogan, S. (2017). *Body Image : Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children* (Third Edit). Routledge.
- Hoffmann, S., & Warschburger, P. (2019). Prospective relation among internalization of beauty ideals, body image concerns, and body change behaviors: considering thinness and muscularity. *Body Image*, 28, 159–167. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.01.011>
- Hulu, V. T., & Sinaga, T. R. (2019). *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan STATCAL* (J. Simarmata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- IDN Research Institute. (2019). *Memahami Perilaku Milenial Indonesia*. IDN Times. <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf>
- Jannah, M. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi*. Unesa University Press.
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: attractiveness comparison to models and peers among adolescent girl and boys. *Sex Roles*, 45(9), 645–664. DOI:10.1093/her/cym076
- Lee, S. Y. (2014). How Do People Compare Themselves With Others on Social Network Sites?: The Case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253–260. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>
- Rief, W., Buhlmann, U., & Sabine, W. (2006). The prevalence of body dysmorphic disorder: a population based survey. *Psychological Medicine*, 36, 877–884.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Fajar Interpretama Mandiri.
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social Media Use in 2018 : A majority of Americans use Facebook and YouTube, but young adults are especially heavy users of Snapchat and Instagram*. Pew Research Center Internet & Technology.

*Hubungan Antara Komparasi Sosial dan Body Dissatisfaction pada Perempuan Pengguna Instagram di Surabaya*

<https://www.pewresearch.org/internet/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Tiggemann, M., & Polivy, J. (2010). Upward and Downward: social comparison processing of thin idealized media imager. *Psychology of Women Quarterly*, 34(1), 356–364. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.2010.01581.x>
- Tyler, S. (2016). Instagram: What makes you post? *Pepperdine Journal of Communication Research*, 4(1), 30–39.
- Yau, J. C., & Reich, S. M. (2018). “It’s Just a Lot of Work”: Adolescents’ Self-Presentation Norms and Practices on Facebook and Instagram. *Journal of Research on Adolescence*, 29(1), 1–14. DOI:10.1111/jora.12376