

**HUBUNGAN *BODY IMAGE* DENGAN *SELF-ESTEEM*  
PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA  
MAHASISWA FIP UNNES**

*Della Salvia Hardaningtyas Novarima<sup>1</sup>, Eem Munawaroh<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Bimbingan dan Konseling,

Fakultas Ilmu Pendidikan,

Universitas Negeri Semarang,

e-mail: [novarima24@students.unnes.ac.id](mailto:novarima24@students.unnes.ac.id), [eeemunawaroh@mail.unnes.ac.id](mailto:eeemunawaroh@mail.unnes.ac.id)

**Abstract.** This research is motivated by the development of social media Instagram among teenagers and early adulthood especially college students. The use of Instagram has an impact on a person's personality. The purpose of this study is to determine the relationship between body image and self-esteem of Instagram social media users. This type of research is quantitative research with a correlational research design. The population in this study were students of faculty of education UNNES class of 2018 and 2019 which amounts to 1.832 students. The technique used is purposive sampling technique with a research sample of 294 students. The measuring instrument used was body image scale and self-esteem scale. Data analysis method using descriptive analysis and Spearman Rank correlation test. This research shows the results that there is a weak significant positive relationship between body image with self-esteem of  $r_s = 0,245$  with significance of  $0,000 < 0,05$ . This means that the higher the body image of students, the higher the self-esteem of students.

*Keywords:* body image, Instagram, self-esteem

**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya media sosial Instagram di kalangan remaja maupun usia dewasa awal khususnya mahasiswa. Penggunaan Instagram ini memiliki dampak terhadap kepribadian seseorang. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara *body image* dengan *self-esteem* pengguna media sosial Instagram. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan UNNES angkatan 2018 dan 2019 yang berjumlah 1.832 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 294 mahasiswa. Alat ukur yang digunakan adalah skala *body image* dan skala *self-esteem*. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan uji korelasi *Spearman Rank*. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif signifikan yang lemah antara *body image* dengan *self-esteem* sebesar  $r_s = 0,245$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti bahwa semakin

tinggi *body image* mahasiswa, maka semakin tinggi pula *self-esteem* pada mahasiswa.

*Kata kunci:* body image, Instagram, self-esteem

## A. PENDAHULUAN

Media massa pada saat ini sudah berkembang dan sangat maju, bentuk dari media massa tidak hanya sebatas media cetak dan media elektronik saja. Media sosial saat ini pun sudah menjadi bagian dari media massa, karena bentuknya yang ringan dan banyak diminati oleh remaja (Pujawati, 2018). Tak terkecuali remaja pada rentang usia 18-25 tahun, yang mana pada usia tersebut dapat dikategorikan sebagai mahasiswa yang masih aktif. Pada masa ini mahasiswa memiliki tanggungjawab terhadap masa perkembangannya, termasuk tanggung jawab terhadap kehidupannya untuk memasuki masa dewasa (Hulukati & Moh. Rizki Djibran, 2018). Pada usia ini tidak menjadi pengecualian bagi mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi internet dan media sosial. Mahasiswa menggunakan internet dan media sosial sebagai alat untuk mengakses informasi dan berkomunikasi (Meilinda, 2018).

Berkaitan dengan itu, media sosial juga berdampak positif bagi mahasiswa salah satunya yaitu untuk memperoleh informasi dan mendapatkan literatur secara online. Namun disamping memiliki dampak positif, media sosial juga memiliki dampak negatif, salah satunya yaitu mengakibatkan kecanduan terhadap penggunaan media sosial, sehingga hal ini dapat merubah cara berpikir serta perilaku seseorang (Drakel et al., 2018). Saat ini Instagram merupakan salah satu media sosial yang digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, baik anak muda maupun orang dewasa, baik digunakan untuk kebutuhan pribadi maupun sebagai kebutuhan usaha yang mereka jalani (Anwar, 2016).

Instagram menjadi salah satu media sosial yang mampu memenuhi kebutuhan seseorang, diantaranya yaitu kebutuhan kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan kebutuhan akan hiburan. Selain itu Instagram juga direkomendasikan

sebagai media sosial yang efektif untuk berkomunikasi. Karena melalui Instagram seseorang bisa berinteraksi secara langsung dengan kerabat atau teman-teman mereka baik dari foto, video atau secara *live* (Prihatiningsih, 2017).

Woods dan Scoott (dalam Evelin & Adishesa, 2020) mengatakan bahwa remaja yang sering menggunakan media sosial akan cenderung memiliki harga diri yang rendah. Lain hal dengan pendapat yang dikatakan dalam penelitian Trifiro & Prena (2021) bahwa intensitas dalam penggunaan Instagram pada pengguna yang aktif pada akhirnya memberikan hubungan yang positif khususnya dalam peningkatan harga diri. Terlepas dari perbedaan kedua pendapat tersebut, pada penelitian Mulyani, Mikarsa, dan Puspitawati (dalam Evelin & Adishesa, 2020) ditegaskan bahwa *self-esteem* digambarkan sebagai prediktor perilaku ketergantungan terhadap Instagram pada remaja, yang pada akhirnya penggunaan Instagram dan *self-esteem* remaja dapat dikatakan saling berhubungan.

Selain keterkaitan hubungan antara Instagram dengan *self-esteem*, peneliti juga menjumpai fenomena seperti yang dimuat oleh *bbc.com* mengenai hubungan media sosial dengan *body image*, “Orang-orang membandingkan penampilan mereka dengan orang-orang di foto Instagram atau platform apa pun dan mereka kerap menilai diri mereka lebih buruk,” kata Jasmine Fardouly, peneliti *postdoctoral* di Universitas Macquarie, Sydney, Australia. Dari survei terhadap 227 mahasiswi, menemukan fakta bahwa ketika mahasiswi menjelajahi Facebook, mereka cenderung membandingkan penampilan mereka secara negatif dengan teman sebaya dan selebriti daripada dengan keluarga mereka. Kelompok pembanding yang paling mempengaruhi *body image* adalah teman jauh atau kenalan.

Selanjutnya pada laman *merdeka.com* dikatakan bahwa media sosial juga mampu membuat kesehatan mental remaja menjadi terganggu salah satunya melalui perbandingan sosial. Remaja yang berfokus dan mengamati kehidupan

dalam media sosial, secara tidak langsung akan mengarahkan dirinya pada perbandingan terhadap apa yang dilihatnya. Hal inilah yang dapat merusak citra tubuh dan harga diri pada remaja tersebut. Akibat lebih serius yaitu dapat menyebabkan remaja mengalami depresi. Menurut laporan *Pew Research Center* tentang pengaruh media sosial pada remaja, sebanyak 43% remaja merasa tertekan dengan postingan yang mereka unggah dikarenakan hanya ingin terlihat baik di mata orang lain. Selanjutnya sekitar 26% remaja yang mengakses situs-situs semacam ini menganggap bahwa hal ini berpengaruh buruk terhadap kehidupan mereka.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Megumitama (2019) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara *body image* terhadap *self-esteem* pada mahasiswi baru fakultas psikologi UIN Malang. Ini berarti semakin tinggi *body image* maka semakin tinggi pula *self-esteem*, begitu juga sebaliknya semakin rendah *body image* maka semakin rendah pula *self-*

*esteem*. Hal ini serupa dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Christianti (2020) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara *self-esteem* dengan *body image* pada mahasiswi pengguna Instagram. Semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki mahasiswi maka semakin positif *body image* pada mahasiswi pengguna Instagram, begitu juga sebaliknya

Penelitian ini memiliki tujuan terutama di bidang bimbingan dan konseling, antara lain yaitu membantu individu dalam memahami dan menerima dirinya secara objektif baik fisik maupun psikis, membantu individu untuk menerima kelemahan dan keunggulan yang ada pada dirinya, dan membantu individu dalam mengembangkan potensi yang dimiliki secara optimal, serta memanfaatkan dengan baik kekuatan yang ada disekitarnya (Suherman dalam Susanto, 2018). Tujuan tersebut dapat diwujudkan dalam proses pelayanan bimbingan dan konseling. Dimana dalam layanan tersebut juga diharapkan dapat membantu individu untuk mengentaskan masalah

pribadinya serta mengubah individu menjadi lebih baik. Hal ini sesuai dengan tujuan umum dari bimbingan dan konseling yaitu upaya dalam membantu individu untuk dapat berkembang secara optimal sesuai dengan tahap perkembangan yang dimilikinya dan sesuai dengan tuntutan positif di lingkungannya. Kemudian tujuan khususnya yaitu menjabarkan secara spesifik dari tujuan umum yang dikaitkan secara langsung dengan permasalahan konseli sesuai dengan kompleksitas permasalahan tersebut (Prayitno, 2008).

## B. LANDASAN TEORI

### 1. *Body Image*

Menurut Cash and Pruzinsky (dalam Amalia, 2020) *body image* adalah sikap yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya yang dapat berupa penilaian positif atau negatif. Penilaian itu tergantung pada bagaimana individu tersebut menyikapinya. Terdapat lima aspek dalam *body image*, antara lain: 1) Evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), yaitu cara individu mengevaluasi keseluruhan

penampilan, menilai apakah dirinya menarik atau tidak menarik, apakah dirinya merasa nyaman atau tidak terhadap penampilannya. 2) Orientasi penampilan (*appearance orientation*), yaitu kepedulian individu terhadap penampilan dan upaya individu dalam memperbaiki penampilan apabila dirasa kurang. 3) Kepuasan terhadap bagian tubuh (*body area satisfaction*), yaitu rasa puas atau tidak puas individu terhadap bagian tubuh tertentu seperti rambut, wajah, perut, pinggul, pinggang, kaki atau bahkan tinggi dan berat badannya. 4) Kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*), yaitu perasaan cemas yang dialami individu diakibatkan tubuhnya mengalami kegemukan dan khawatir terhadap berat badan yang berlebih, sehingga individu berusaha untuk mengubahnya dengan cara mengatur pola makan dan melakukan diet agar dapat menurunkan berat badannya. 5) Pengkategorian ukuran tubuh (*self-classified weight*), yaitu cara individu dalam mempersepsi dan menilai berat badannya.

### 2. *Self Esteem*

Menurut Coopersmith (dalam Putra, 2017) *self-esteem* adalah cara individu dalam memandang dan mengevaluasi dirinya terutama mengenai sikap menerima dan menolak, juga indikasi seberapa besar kepercayaan individu pada kemampuan, keberartian, keberhargaan dan kesuksesan dirinya. Singkatnya, *self-esteem* disebut juga "*personal judgement*" terhadap perasaan berharga atau berarti yang diekspresikan melalui sikap-sikap individu terhadap dirinya. Menurut Coopersmith (dalam Prakasa, 2021) terdapat empat aspek dalam *self-esteem*, antara lain: 1) Kekuatan (*power*), diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengatur dan mengendalikan perilaku dan mendapat pengakuan dari orang lain atas perilaku tersebut. kekuatan juga dinyatakan dalam bentuk pengakuan dan penghormatan yang diterima seseorang dari orang lain serta pengakuan dari orang lain atas pendapat yang diutarakan individu tersebut. 2) Keberartian (*significance*), diartikan sebagai sebuah rasa kepedulian, perhatian, afeksi dan

ekspresi cinta yang diterima seseorang dari orang lain sebagai bentuk penerimaan dan popularitas individu dari lingkungan sosial. Penerimaan dari lingkungan ditunjukkan dengan adanya kehangatan, respon baik dan adanya ketertarikan terhadap individu. Selain itu, lingkungan juga dapat menyukai individu tersebut dengan keadaan diri yang sebenarnya. 3) Kebajikan (*virtue*), diartikan dengan ketaatan individu dalam mengikuti standar moral dan etika serta agama dimana individu tersebut melakukan perbuatan sesuai aturan-aturan yang ada dan menjauhi segala larangan yang tidak sesuai dengan aturan tersebut. Individu yang memiliki sikap positif pada akhirnya akan memiliki penilaian positif terhadap dirinya, hal ini menunjukkan bahwa individu telah mengembangkan harga diri yang positif dalam dirinya. 4) Kemampuan (*competence*), ditunjukkan melalui usaha maksimal yang dilakukan individu untuk memenuhi suatu kebutuhan dan mencapai prestasi (*need of achievement*), dimana kemampuan tersebut dilakukan

berdasarkan tugas-tugas yang sesuai dengan usianya.

### 3. Hipotesis

Ha: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *body image* dengan *self-esteem* pengguna media sosial Instagram pada mahasiswa FIP UNNES. Ho: Tidak terdapat hubungan antara *body image* dengan *self-esteem* pengguna media sosial Instagram pada mahasiswa FIP UNNES.

### C. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Ruseffendi (dalam Djaali, 2021:3) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bersifat inferensial menggunakan hasil data empiris yang dikumpulkan melalui pengukuran untuk menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis statistik. Untuk desain penelitian yang digunakan yaitu korelasional. Metode korelasional adalah metode yang berusaha mempelajari hubungan antara fluktuasi nilai antar variabel, artinya metode ini akan mencoba untuk mengetahui apakah ada korelasi atau hubungan antara dua variabel

atau lebih. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan pengujian korelasi atau pengujian asosiatif dengan menggunakan teknik analisis statistik.

Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa FIP UNNES angkatan 2018 dan 2019 dengan jumlah sebanyak 1.832 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan dalam menentukan jumlah anggota sampel digunakan rumus Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%. Kemudian didapatkan sampel sebanyak 294 mahasiswa.

Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini berupa skala psikologis yang terdiri dari skala *body image* dan skala *self-esteem*. Untuk skala *body image* dikembangkan berdasarkan teori dari Cash and Pruzinsky, sedangkan skala *self-esteem* dikembangkan berdasarkan teori dari Coopersmith. Pada penelitian ini, digunakan uji validitas konstruk (*construct validity*) karena instrumen/alat ukur yang digunakan dikonstruksi dari aspek-aspek yang diukur berdasarkan teori.

Pengujian dilakukan menggunakan korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Kemudian dilakukan uji reliabilitas menggunakan teknik *cronbach alpha* untuk mengetahui seberapa relevan hubungan antara item-item dalam instrumen penelitian (Kurniawan & Zarah, 2016: 97-98). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis korelasi *Spearman Rank*.

#### D. HASIL PENELITIAN

##### 1. Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 1. Deskripsi *Body Image*

Variabel	N	Mean	SD
<i>Body Image</i>	294	64,40	6,628

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tingkat *body image* dari 294 mahasiswa berada pada kategori sedang dengan nilai (mean = 64,40; SD = 6,628).

Tabel 2. Data *Body Image*

Aspek	Mean	SD	Kategori
Evaluasi penampilan	19,59	2,35	Tinggi
Orientasi penampilan	12,60	1,80	Tinggi

Kepuasan terhadap bentuk tubuh	18,95	3,01	Sedang
Kecemasan menjadi gemuk	8,12	1,82	Sedang
Pengkategorian ukuran tubuh	5,16	1,27	Sedang

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa aspek evaluasi penampilan memiliki rata-rata tertinggi dengan nilai mean =19,59 yang berada pada kategori tinggi, sedangkan aspek yang memiliki rata-rata terendah yaitu aspek pengkategorian ukuran tubuh dengan nilai mean = 5,16 yang berada pada kategori sedang.

Tabel 3. Deskripsi *Self-Esteem*

Variabel	N	Mean	SD
<i>Self-Esteem</i>	294	106,89	7,632

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tingkat *self-esteem* dari 294 mahasiswa berada pada kategori sedang dengan nilai (mean = 106,89; SD = 7,632).

Tabel 4. Data *Self-Esteem*

Aspek	Mean	SD	Kategori
Kekuatan	40,99	3,47	Sedang
Keberartian	27,18	2,71	Sedang
Kebajikan	14,38	1,99	Sedang

Kemampuan	24,34	2,74	Sedang
-----------	-------	------	--------

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan aspek berada pada kategori sedang. Namun bila dikaji lebih lanjut, aspek yang memiliki rata-rata tertinggi yaitu aspek kekuatan dengan nilai mean 40,99 yang berada pada kategori sedang, sedangkan untuk aspek yang memiliki rata-rata terendah yaitu aspek kebajikan dengan nilai mean 14,38 yang berada pada kategori sedang.

## 2. Hasil Uji Asumsi

### a. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Variabel	P	Ket
<i>Body Image</i> <i>Self-Esteem</i>	0,200	Normal

Uji normalitas data tersebut menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* dengan bantuan aplikasi SPSS 25, dimana ketentuan data yang berdistribusi normal adalah nilai signifikansi ( $p$ ) > 0,05. Berdasarkan hasil uji normalitas pada penelitian ini dihasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05. Dapat diartikan bahwa data tersebut bersifat normal.

### b. Uji Linearitas

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	P	Ket
<i>Body Image</i> <i>Self-Esteem</i>	1.821	0,000	Tidak Linear

Uji linearitas dilakukan dengan uji *Test of Linearity* dengan bantuan SPSS 25. Data dapat dikatakan linear apabila nilai *signifikansi of Deviation from Linearity* ( $p$ ) > 0,05. Berdasarkan hasil uji linear diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 > 0,05. Dapat dikatakan bahwa variabel tersebut tidak linear.

## 3. Hasil Uji Hipotesis

		<i>Body Image</i>	<i>Self-Esteem</i>
<i>Body Image</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.245**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.	.000
	N	294	294
<i>Self-Esteem</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	.245**	1.000
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	.
	N	294	294

Dari hasil *output* diatas diketahui bahwa nilai *Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 karena nilai *Sig. (2-tailed)* < 0,05 maka dapat diartikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel X (*body image*) dan Y (*self-esteem*). Adapun hasil *output* yang diperoleh dari angka koefisien korelasinya yaitu sebesar

0,245 yang memiliki arti bahwa tingkat kekuatan korelasi atau hubungannya adalah hubungan yang sangat lemah karena berada pada rentang 0,00 - 0,25. Lalu untuk arah korelasi yang ditunjukkan berdasarkan hasil diatas yaitu menunjukkan angka koefisien yang positif dengan nilai 0,245.

#### E. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif yang sudah dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa tingkat *body image* mahasiswa FIP UNNES berada pada kategori sedang. Dimana aspek evaluasi dan orientasi penampilan pada variabel *body image* memiliki nilai yang lebih tinggi dari aspek-aspek yang lain seperti aspek kepuasan terhadap bentuk tubuh, kecemasan menjadi gemuk dan pengkategorian ukuran tubuh. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FIP UNNES cenderung lebih memperhatikan penampilan fisik yang ditampilkan dibandingkan dengan penilaian terhadap bentuk dan ukuran tubuh. Mahasiswa lebih mengutamakan cara berpakaian yang dapat membuatnya percaya diri dan

bisa menarik perhatian orang lain. Ditegaskan pula pada penelitian Lumele et al., (2021) yang menyatakan bahwa penampilan dinilai sangat penting bagi mahasiswa karena pada usia transisi ini, mahasiswa mengalami perubahan bentuk tubuh sehingga *body image* dinilai penting dan sangat diperhatikan agar apa yang ditampilkan menjadi lebih menarik dan sesuai dengan yang diharapkan.

Gambaran mengenai tubuh seseorang memiliki peran penting dalam cara seseorang mengevaluasi dirinya sendiri, di mana citra tubuh atau *body image* ini muncul untuk mempengaruhi cara seseorang merasakan tubuhnya sendiri. Seseorang yang memiliki *body image* positif akan melihat tubuhnya sesuai kondisi yang sebenarnya, merasa bangga dan menerima bentuk tubuhnya, merasa yakin dan nyaman dengan kondisi tubuhnya. Sedangkan seseorang yang memiliki *body image* negatif akan merasa malu, khawatir, dan merasa bahwa hanya orang lain yang memiliki tubuh menarik, sehingga dapat dikatakan citra tubuh merupakan pondasi dasar dari

keseluruhan kepribadian manusia (Maemunah, 2020).

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FIP UNNES mampu menerima secara baik penilaian terhadap citra tubuh/*body image* yang dimilikinya, terutama dalam segi penampilan. Namun, dari aspek-aspek yang lain seperti kepuasan terhadap bentuk tubuh, kecemasan menjadi gemuk dan pengkategorian ukuran tubuh mahasiswa cenderung masih merasa kurang puas. Hal ini bisa juga diakibatkan dari penilaian orang lain terhadap dirinya. Sehingga membentuk persepsi penilaian terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya.

Hasil uji analisis deskriptif juga menunjukkan bahwa tingkat *self-esteem* mahasiswa FIP UNNES berada pada kategori sedang. Dari hasil tersebut diketahui bahwa aspek yang memiliki skor tertinggi adalah aspek kekuatan. Menurut Coopersmith (dalam Purnasari & Abdullah, 2018) kekuatan merupakan kemampuan individu untuk mempengaruhi, mengontrol, serta mengendalikan

orang lain, selain dirinya sendiri. Ketika individu dapat mengontrol diri sendiri dan orang lain dengan baik, maka hal tersebut dapat mendorong terbentuknya *self-esteem* yang positif atau tinggi, begitupun sebaliknya. Kekuatan ini berkaitan dengan inisiatif. Ada pendapat lain yang menyatakan bahwa aspek kekuatan juga dapat berupa pengaruh dan wibawa pada seorang individu. Ciri-ciri individu yang mempunyai aspek ini biasanya menunjukkan sikap asertif (Laeli et al., 2018).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FIP UNNES memiliki penilaian yang baik tentang bagaimana dirinya bisa menerima kekurangan maupun kelebihan, baik positif maupun negatif tentang dirinya sendiri. Hal itu ditunjukkan dengan bagaimana individu tersebut bersikap tegas terhadap dirinya maupun orang lain, serta mampu menghargai segala bentuk evaluasi dari orang lain terhadap dirinya.

Menurut hasil penelitian dan beberapa penjelasan yang sudah diuraikan sebelumnya, dapat

disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *body image* dengan *self-esteem* pada mahasiswa FIP UNNES. Hubungan antara keduanya diketahui memiliki hubungan signifikan positif dan lemah. Sejalan dengan hasil penelitian ini, menurut hasil penelitian Putra (2019) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan signifikan positif yang lemah antara *body image* dengan *self-esteem* pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Wijaya Kusuma Surabaya angkatan 2016. Namun, ada juga hasil penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram (Fadhillah & Indrijati, 2022).

Pada era globalisasi ini, Instagram memang telah menjadi fenomena baru. Media sosial tersebut selain dijadikan sebagai media untuk berkomunikasi, juga memiliki fungsi lain yaitu sebagai alat citra tubuh yang digunakan untuk menunjukkan keunggulan fisik seperti penilaian cantik atau tampan, gaya berpakaian, atribut yang digunakan, bahkan

hingga perkataan dalam berkomunikasi yang secara tidak langsung menimbulkan perhatian bagi banyak orang melalui postingan yang di unggah di Instagram. (Nasiha, 2017). Tak jarang individu yang memiliki citra tubuh negatif akan menilai dirinya sebagai orang yang memiliki penampilan yang tidak menarik atau kurang menarik, sedangkan individu yang memiliki citra tubuh positif akan melihat bahwa dirinya menarik bagi diri sendiri maupun orang lain. (Damayanti & Susilawati, 2018). Namun meskipun begitu, tidak semua remaja pengguna Instagram memiliki *body image* yang rendah, terdapat juga remaja pengguna Instagram dengan *body image* yang tinggi. Kemungkinan adanya *body image* yang tinggi tersebut dapat disebabkan oleh gerakan *body positivity* yang beberapa waktu telah populer di media sosial Instagram. Hal inilah yang dapat menyebabkan adanya kemungkinan remaja mengalami peningkatan suasana hati yang positif, kepuasan serta penghargaan terhadap tubuhnya

ketika menggunakan media sosial Instagram (Fadhillah & Indrijati, 2022).

Salah satu ciri remaja yang memiliki penurunan *self-esteem* ditunjukkan dengan caranya dalam memperhatikan penampilan bentuk tubuhnya yang kurang sesuai. Apabila pada masa remaja *self-esteem* yang dimiliki rendah, maka akan berpengaruh terhadap masa dewasa. Pola pikir yang tidak matang dan keinginan individu untuk mengubah lingkungan serta dirinya akan menyebabkan permasalahan tersendiri bagi remaja tersebut. Hal itu akan berdampak pada kualitas hidupnya, seperti kurang maksimalnya fungsi fisik, mental, emosional dan sosialnya (Damayanti & Susilawati, 2018). Menurut penelitian Fianinda (2017) menjelaskan bahwa antara variabel *body image* dengan *self-esteem* mengandung unsur yang sama yaitu suatu penilaian. Dimana pada variabel *body image* subjek mengevaluasi tentang kondisi fisiknya. Begitu juga pada variabel *self-esteem* dimana subjek menilai keadaanya dan juga menerima penilaian dari orang lain terhadap dirinya.

Kedua variabel ini memang saling berkaitan erat satu sama lain, karena ketika seseorang menilai dirinya atau bahkan dinilai oleh orang lain, hal pertama yang dilihat dan menjadi penilaian yaitu penampilan secara fisik. Oleh karena itu harga diri atau *self-esteem* yang muncul tergantung pada bagaimana penilaian fisiknya. Ditegaskan pula menurut penelitian Desryani (2015) bahwa harga diri atau *self-esteem* begitu terikat dengan persepsi tentang tubuh seseorang melalui penampilan fisiknya.

Secara tidak langsung *body image* dan *self-esteem* bisa dikatakan memiliki hubungan yang positif, walaupun terdapat kontribusi yang relatif kecil *body image* pada *self-esteem* individu (Della & Yudiarso, 2021). Sesuai dengan penjelasan di atas, penelitian ini juga menyatakan bahwa terdapat hubungan antara *body image* dengan *self-esteem* pengguna Instagram pada mahasiswa FIP UNNES. Meskipun hubungan yang ditimbulkan adalah hubungan yang lemah, namun dapat dikatakan bahwa ada beberapa aspek yang memang

dapat mempengaruhi *body image* maupun *self-esteem* pada mahasiswa.

## F. PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas, didapatkan simpulan sebagai berikut:

1. Tingkat *body image* mahasiswa FIP UNNES berada pada kategori sedang.
2. Tingkat *self-esteem* mahasiswa FIP UNNES berada pada kategori sedang.
3. Terdapat hubungan signifikan positif dan lemah antara *body image* dengan *self-esteem* pengguna media sosial Instagram pada mahasiswa FIP UNNES. Ini berarti bahwa semakin tinggi *body image* maka semakin tinggi pula *self-esteem*, begitu juga sebaliknya semakin rendah *body image* maka semakin rendah pula *self-esteem*.

Penelitian ini juga memberikan beberapa saran yang ditujukan pada pihak-pihak terkait, diantaranya bagi mahasiswa, terutama pengguna media sosial Instagram diharapkan mampu meningkatkan *self-esteem* yang lebih baik dan membentuk *body image* yang

positif terhadap dirinya, salah satunya dengan menerima keadaan dirinya apa adanya dan merasa puas terhadap dirinya. Diharapkan pula untuk lebih bijak dalam menggunakan Instagram dan lebih mengontrol diri untuk tidak terpengaruh secara langsung oleh postingan atau konten yang ada didalamnya. Bagi konselor dan tenaga pendidik, diharapkan dapat memberikan layanan bimbingan dan konseling yang sesuai dengan kebutuhan para mahasiswa terutama dalam hal yang berkaitan dengan permasalahan-permasalahan pribadinya. Diharapkan dengan adanya upaya pencegahan akan lebih mengoptimalkan pengembangan diri dan kualitas diri yang lebih baik bagi mahasiswa untuk kedepannya. Terakhir bagi peneliti selanjutnya, jika menggunakan variabel yang sama diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, selain itu dapat meneliti menggunakan subjek lain atau melihat hubungan atau pengaruh dari media sosial lain. Peneliti selanjutnya juga dapat menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin memiliki

hubungan dengan variabel pada penelitian ini.

## G. DAFTAR RUJUKAN

- Amalia, Syarifah. (2020). Hubungan *Body Image* dengan Kepercayaan Diri pada Korban *Body Shaming*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Anwar, Riska Paramita. (2016) Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. (Studi pada Penggunaan Akun Instagram Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2011). Skripsi.
- Christianti, Cornelia Dinda Setya. (2020). Hubungan antara *Self-Esteem* dengan *Body Image* pada Mahasiswa Pengguna Instagram. Skripsi. Unika Soegijiapranata Semarang.
- Damayanti, Anak Agung Mas & Luh Kadek Pande Ary Susilawati. (2018). Peran Citra Tubuh dan Penerimaan Diri terhadap *Self-Esteem* pada Remaja Putri di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 5(2), 424-433.
- Della, Widasuari & Ananta Yudianto. (2021). Studi Meta-Analisis: *Body Image* dan *Self-Esteem*. *Jurnal Psibemetika*, 14(2), 105-110.
- Desryani, Veby Nur. (2015). Hubungan antara Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonisme dengan *Body Image*. *Jurnal Motivasi*, 2(1), 73-80.
- Djaali. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Drakel, Wahyuni Januarti dkk. (2018). Perilaku Mahasiswa dalam Menggunakan Media Sosial di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Holistik Kournal of Social and Culture*, No. 21A.
- Evelin & Made Syanesti Adishesa. (2020). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dan *Self-Esteem* pada Remaja (*Instagram Use and Self-Esteem among Adolescents*). *Jurnal Ilmiah Psikologi MIND SET*, 11(1), 26-36.
- Fadhillah, Alike Soraya A & Herdina Indrijati. (2022). Hubungan antara *Self-Esteem* dan *Body Image* pada Remaja Akhir Perempuan Pengguna Instagram. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 2(1), 201-211.
- Fianinda, Corona Fatma. (2017). Hubungan antara Citra Tubuh dengan Harga Diri pada Remaja Putri. Skripsi. Unika Soegijiapranata Semarang.
- Hulukati, Wenny & Moh Rizki Djibrin. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik (Bimbingan dan Konseling: Teori dan Praktik)*, 2(1), 73-80.
- Kurniawan, A.W & Zarah Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pantiya Buku.

- Laeli, Aulia Nur et al. (2018). Hubungan Kontrol Diri dan Harga Diri terhadap Kecenderungan Narsistik pada Mahasiswa Semester Awal Pengguna Instagram. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 23(1), 27-40.
- Lumele et al. (2021). Gambaran *Body Image* Mahasiswa di Satu Universitas Swasta Indonesia Bagian Barat. *Nursing Current*, 9(1), 79-88.
- Maemunah, Siti Erma. (2020). Hubungan antara Tingkat Kepuasan Citra Tubuh (*Body Image*) dengan Harga Diri (*Self-Esteem*) pada Mahasiswi Fakultas Psikologi. *Jurnal Aksioma Al-Asas: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(1), 27-38.
- Mardatila, Ani. (2021). Merdeka.com. 3 Masalah Sosial Remaja yang Kerap Dihadapi di Medsos. Jangan Diabaikan. Online pada <https://www.merdeka.com/sumut/3-masalah-sosial-remaja-yang-kerap-dihadapi-di-medsos-jangan-diabaikan-klm.html?page=all>
- Megumitama. (2019). Pengaruh *Body Image* terhadap *Self-Esteem* pada Mahasiswi Baru Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi*.
- Meilinda, Nurly. (2018). *Social Media On-Campus: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI*. *The Journal of Society and Media*, 2(1), 53-64.
- Nasiha, Nadia Faidatun. (2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo Tahun 2016. *Dialogia*, 15(2), 337-355.
- Oakes, Kelly. (2019). BBC Future. Fakta Rumit tentang Hubungan Media Sosial dengan Citra Tubuh Seseorang. Online pada <https://www.bbc.com/indonesia/vert-fut-47568403>
- Prakasa, Dicky Danang. (2021). Pengaruh Harga Diri terhadap Asertivitas Mahasiswa Pengguna Instagram. *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Prayitno, dan Erman Amti. (2008). *Dasar-Dasar Bimbingan dan Konseling*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prihatiningsih, Witanti. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Pujawati, Ika. (2018). Studi Deskriptif Mengenai *Body Image* pada Remaja Putri Akhir Usia 19-22 tahun Pengguna Instagram.
- Purnasari, Kristina Dwi & Sri Muliati Abdullah. (2018). Harga Diri dan Kematangan Karier pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *InSight*, 20(1), 51-68.
- Putra, Hastha Purna. (2017). Peningkatan *Self-Esteem* Siswa

melalui Layanan Bimbingan Kelompok dengan Teknik Sugesti. *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 1(1), 95-111.

Putra, Yoga Airlangga. (2019). Hubungan antara *Body Image* dengan *Self-Esteem* pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Angkatan 2016. Skripsi.

Susanto, Ahmad. (2018). *Bimbingan & Konseling di Sekolah: Konsep, Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Prenadamedia Group.