HUBUNGAN ANTARA *BODY IMAGE* DAN *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *SELF-ESTEEM* PADA REMAJA PUTRI PENGGEMAR SELEBGRAM

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu Psikologi (S.Psi)

Marissa Auliya Khansah Mustofa

J01217028

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2021

PERSYARATAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* Pada Remaja Putri Penggemar Selebgram" merupakan karya hasil penelitian yang diajukan dalam rangka untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Univiersitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya. Karya ini murni berdasarkan pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang sama persis dengan karya ini, kecuali yang secara tertulis digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, Juni 2021

Marissa Auliya Khansah Mustofa

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

Hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* Pada Remaja Putri Penggemar Selebgram

Oleh :

Marissa Auliya Khansah Mustofa

Nim (J01217028)

Telah disetujui dan diajukan dalam Sidang Ujian Skripsi

Surabaya, 22 Juli 2021

Dosen Pembimbing

Hj. Tatik Mukhoyyaroh, S.Psi., M.Si

NIP : 197605112009122002

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

Hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* Pada Remaja Putri Penggemar Selebgram

Yang disusun oleh :
Marissa Auliya Khansah Mustofa
J01217028

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada Tanggal, 5 Agustus 2021

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan

Dr. Dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag
NIP 197209271996032002

Susunan Tim Penguji

Penguji 1

Hj. Tatik Mulhoyyaroh, S.Psi., M.Si
NIP : 197605112009122002

Penguji 2

Dr. Jainudin, M.Si
NIP : 196205081991031002

Penguji 3

Dr. Dr. Hj. Siti Nur Asiyah, M.Ag
NIP 197209271996032002

Penguji 4

Dr. Abdul Muhid, M.Si
NIP : 197502062003121001

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MARISSA AULIYA KHANSAH MUSTOFA
NIM : J01217028
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN / PSIKOLOGI
E-mail address : marissaauliyakm@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
HUBUNGAN ANTARA *BODY IMAGE* DAN *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *SELF-ESTEEM* PADA REMAJA PUTRI PENGGEMAR SELEBGRAM

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Agustus 2021

Penulis

(MARISSA AULIYA KHANSAH MUSTOFA)

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah Hubungan antara *Body Image* dan *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan metode penelitian korelasional. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel yang berjumlah 112 dari total populasi infinit pada remaja putri di kota Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google from dengan bantuan SPSS versi 23.0 serta analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan hasil sebesar 0.000 (<0.05). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *body image* dan *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram. Sehingga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dinyatakan diterima, artinya remaja putri yang memiliki *body image* yang tinggi dan *social comparison* yang rendah, maka akan membuatnya mempunyai *self-esteem* yang tinggi.

Kata Kunci : *Body Image* dan *Social Comparison, Self-esteem.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relantionship between body image and social comparison with self-esteem in adolescent girls who are celebrity fans. The method used in this research is a quantitiative approach with correlational research methods. The sampling technique used purposive sampling technique with a sample of 112 respondents with a infinite population of adolescent girls in the city of surabaya. This data collection technique used a questionnaire via google form with the help of SPSS version 23.0 and data analysis in this study using multiple linear regression analysis with a result of 0.000 (,0.005). The result showed that there was a relantionship between body image and social comparison with self-esteem in adolescent girls who are celebrity fans. So that the hypothesis proposed in this study is declared accepted. This means that adolescent girls who have a high body image and low social comparison, it will create high self-esteem.

Kata Kunci : *Body Image* dan *Social Comparison, Self-esteem.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

PERSYARATAN KEASLIAN PENELITIAN i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN ivii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ivi
INTISARI v
ABSTRACT xi
DAFTAR ISI xii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 9
C. Keaslian Penelitian 9
D. Tujuan Penelitian 14
E. Manfaat Penelitian 15
1. Manfaat Teoritis 15
2. Manfaat Praktis 15
F. Sistematika Pembahasan 16
BAB II 18
KAJIAN PUSTAKA 18
A. Self-esteem 18
1. Definisi *Self-esteem* 18
2. Aspek *Self-esteem* 19
3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan *Self-esteem* 23
B. *Body Image* 30
1. Definisi *Body Image* 30
2. Aspek *Body Image* 31
3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan *Body Image* 34
C. *Social Comparison* 37
1. Definisi *Social Comparison* 37

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Aspek – Aspek *Sosial Comparison* 38
3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Sosial Comparison* 40
4. Jenis – Jenis *Sosial Comparison* 41
D. Hubungan Antara *Body Image, Social Comparison* Dengan *Self-esteem* Pada Remaja Putri Pengemar Selebgram 42
E. Kerangka Teoritik 45
F. Hipotesis 48
BAB III 49
METODE PENELITIAN 49
A. Rancangan Penelitian 49
B. Identifikasi Variabel 50
C. Devinisi Operasional Variabel Penelitian 50
1. *Body Image* 50
2. *Social Comparison* 50
3. *Self-esteem* 51
B. Populasi, Teknik Sampling dan Sampel 51
1. Populasi 51
2. Teknik Sampling 52
3. Sampel 53
C. Instrumen Penelitian 54
1. Instrumen Penelitian Variabel *Body Image* (X1) 54
2. Instrumen Penelitian Variabel *Social Comparison* (X2) 59
3. Instrumen Penelitian Variabel *Self-esteem* (Y) 64
D. Analisis Data 68
1. Uji Prasyarat 68
2. Uji Hipotesis 72
BAB IV 75
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 75
A. Hasil Penelitian 75
1. Persiapan Pelaksanaan Penelitian 75
2. Deskripsi Data Penelitian 78
B. Pengujian Hipotesis 88
C. Pembahasan 91
BAB V 103

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PENUTUP 103
A. Kesimpulan 103
B. Saran 104
1. Bagi Tenaga Pendidikan 104
2. Bagi subjek penelitian 104
3. Bagi Peneliti Selanjutnya 104
DAFTAR PUSTAKA 106
LAMPIRAN 113

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Teoritik 47
Gambar 2. Grafik Scatterplot 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Blueprint Skala Body Image 55
Tabel 2. Hasil Uji Validitas Skala Body Image 56
Tabel 3. Blueprint Skala Body Image Setelah Uji Validitas 58
Tabel 4. Penggolongan Nilai Reliabilitas Skala Body Image 59
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Skala Body Image 59
Tabel 6. Blueprint Skala Social Comparison 60
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Skala Social Comparison 61
Tabel 8. Blueprint Skala Social Comparison Setelah Uji Validitas 63
Tabel 9. Penggolongan Nilai Reliabilitas Skala Perilaku Social Comparison 63
Tabel 10. Uji Reliabilitas Skala Social Comparison 64
Tabel 11. Blueprint Skala Self-esteem 65
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Skala Self-esteem 66
Tabel 13. Penggolongan Nilai Reliabilitas Skala *Self-esteem* 67
Tabel 14. Uji Reliabilitas Skala Self-esteem 67
Tabel 15. Uji Normalitas Variabel 68
Tabel 16. Uji Linearitas Pengaruh 70
Tabel 17. Uji Multikolinearitas 71
Tabel 18. Deskripsi Berdasarkan Usia Subjek 78
Tabel 19. Deskripsi Berdasarkan Berat Badan Subjek 80
Tabel 20. Deskripsi Berdasarkan Tinggi Badan Subjek 81
Tabel 21. Klasifikasi Tingkat Kegemukan Berdasarkan Body Mass Index Menurut National Institutes of Health 81
Tabel 22. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Body Mass Index 82
Tabel 23. Deskripsi Data 83
Tabel 24. Hasil Mean Hipotetik 85
Tabel 25. Deskripsi Statistik Tiap Variabel 85
Tabel 26. Rumus Pernomaan 86
Tabel 27. Kelompok Body Image, Social Comparison dan Self-esteem 87
Tabel 28. Hasil Uji Hipotesis (regresi linier berganda) 88

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 29. Hasil Uji F (Kelayakan Model)..... 90
Tabel 30. Uji R2 (Koefisien Determinasi) Pengaruh Variabel Prediktor Terhadap Self-esteem..... 90

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan 114
Lampiran 2. Expert Judgment 115
Lampiran 3. Kuesioner 117
Lampiran 4. Dokumentasi 123
Lampiran 5. Bukti Informed Consent Subjek Penelitian 126
Lampiran 6. Tabulasi Data 132
Lampiran 7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 142
Lampiran 8. Hasil Uji Data 148

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zaman sekarang media sosial semakin berkembang. Internet tergolong media yang sangat terkenal di semua usia, karena internet merupakan sarana komunikasi dan sumber informasi. Di Indonesia tahun 2020 diperoleh data aktual pengguna media sosial 55% dari jumlah populasi sebesar 7,75 milyar jiwa dan adanya kenaikan sebanyak 59% (We Are Social Hootsuite, 2020). Dari persentase data tersebut dapat dilihat, lebih dari setengah masyarakat Indonesia merupakan pengguna media sosial.

Pada masa kini salah satu media sosial yang sering dipakai masyarakat ialah instagram. Instagram ialah *platform* jejaring sosial, melalui postingan di instagram pengguna dapat berbagi dengan pengguna lainnya (Mattern, 2017). Urutan keenam media sosial amat digandrungi masyarakat di seluruh dunia dengan jumlah pengguna 1,300 milyar jiwa diduduki oleh instagram (We Are Social Hootsuite, 2020).

Per Januari 2020, Indonesia mendiami urutan keempat negara dengan perkembangan tertinggi dengan peningkatan hingga 62 juta pengguna aktif instagram sejak tahun 2018 (We Are Social Hootsuite, 2020). Pengguna instagram teratas didominasi usia 18-24 tahun dengan persentase sebesar 30%, dan 25-34 tahun sebesar 35% (We Are Social

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hootsuite, 2020).

Dapat ditarik kesimpulan, mayoritas pengguna instagram di Indonesia ialah usia remaja. Remaja zaman sekarang berumpu dengan kemajuan internet. Layanan yang dipakai semacam whatsapp, facebook, twitter, instagram dan media sosial yang lain, didominasi oleh remaja dengan rentang usia 13 hingga 21 tahun, dengan total persentase sebesar 87,1% (Adhitia, 2018).

Peneliti menggunakan lokasi penelitian Kota Surabaya, atas peninjauan bahwa responden dipilih berdasakan pertimbangan kesesuaian teori dengan kriteria responden. Peneliti menggunakan Kota Surabaya sebagai tempat penelitian dengan harapan demografi data yang diperoleh menjadi lebih besar dan global, yang nantinya agar nilai dari penelitian ini menjadi lebih menarik.

Peneliti memilih subjek remaja putri, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang mengungkapkan secara detail *self-esteem* remaja putri tergolong rendah dan tingkat kesadaran remaja putri tinggi, namun *body image* remaja putri mudah terusik dibandingan remaja putra (Steinberg, 1999). *Self-esteem* remaja putri cenderung lebih sensitive, karena remaja putri merasa khawatir tentang kemampuan yang dimilikinya, dan lebih memikirkan penilaian orang lain. Permasalahan seperti ini terbentuk dikarenakan remaja putri peduli dengan *self-esteem*, dengan harapan agar diterima di lingkungannya (Steinberg, 1999).

Peneliti menggunakan subjek remaja penggemar selebgram yaitu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

karena instagram merupakan salah satu *platform* jejaring sosial yang banyak diminati remaja, begitupun remaja putri. Seperti data yang peneliti temui di We Are Social & Hootsuite tahun 2020, dan dari sosial medialah remaja bisa mengikuti *figure – figure* yang ia gemari dengan mudah.

Selebgram ditandai dengan seseorang yang memiliki jumlah *followers* yang dapat mencapai ribuan bahkan jutaan. *Followers* mengidolakan selebgram karena selebgram memberikan unggahan yang dianggap menarik dan dapat dijadikan contoh yang meninspirasi seperti cara berpakaian, cara dan pose menggambil gambar untuk di unggah di akunnya, mencari referensi tempat yang bagus untuk dikunjungi, hingga hubungan asmara yang dinilai romantic. Selain itu, jumlah *like* dan *comment* pada konten yang diunggahnya harus seimbang dengan jumlah *followers.* Agar menunjukkan jika akun tersebut bukan akun palsu (*fake),* selebgram menerima tawaran promosi (*endorsement)* produk untuk di promosikan, dan kemunculan di *explore* instagram dijadikan kriteria sebagai selebgram (Sakinah, 2018).

Selebgram diibaratkan seperti inflluencer atau orang yang dinilai menginspirasi. Selebgram sama halnya dengan aktris dan aktor jika di media televisi. Selebgram ini mengiklankan prodak – prodak tertentu. Cenderung banyak orang yang tertarik mengikuti selebgram karena para selebgram ini memiliki tubuh yang ideal dan wajah yang cantik juga. Hal ini sejalan dengan penelitian Sakinah (2018) seorang *followers* biasanya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki seseorang yang dijadikan inspirasi dalam berbusana hingga berperilaku. Sebagai seorang selebgram yang dijadikan panutan bagi *followers*, idealnya mereka mampu untuk memberikan contoh yang baik bagi para pengikutnya. Sama halnya dengan *followers*, mereka juga harus mampu memilah mana yang pantas dan tidak pantas untuk diikuti (*follow)* agar mereka tidak terbawa pada hal – hal yang menjerumuskan seperti menjadi boros karena terinspirasi *style* selebgram idolanya, atau melakukan diet ketat karena terinspirasi oleh tubuh selebgram idolanya yang terlihat kurus.

Pada kenyataannya instagram dapat digunakan untuk memperlihatkan foto-foto yang terlihat menarik, walaupun sebenarnya foto tersebut telah disunting sedemikian rupa sehingga terlihat sempurna. Hal ini berkaitan dengan *body image* seseorang (Cash & Pruzinsky, 2002). *Body image* mengacu pada bagaimana individu merasakan perwujudan dirinya sendiri, yang terdiri atas hubungan personal antara individu dengan tubuhnya sendiri, meliputi persepsi, keyakinan, pemikiran, perasaan, dan aksi yang menyinggung penampilan fisik (Cash, 2012). Howard & Hamilton (2008) menyebutkan bahwa pada kehidupan sekarang ini dipenuhi oleh stereotype tubuh yang sempurna. Lebih lanjut Grogan (2008) menyatakan bahwa seseorang yang melihat tipe tubuh ideal pada media tertentu akan memicu ketidakpuasan akan penampilan fisiknya. Ketidakpuasan ini berkaitan dengan *body image* negatif yang dapat memprediksi rendahnya *self-esteem* seseorang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(Ghufron & Riswanita, 2010).

Seseorang melakukan berbagai cara untuk memperlihatkan kepribadiannya yang di unggah di akun sosial medianya, dengan tujuan untuk pemenuhan psikososial. Seperti memanipulasi foto agar terlihat menarik, tak hanya untuk mengungah foto saja namun ada motif lain dalam memanipulasi foto. Salah satu tujuan dari manipulasi foto ini untuk membetuk kesan dan mengatur penampilan diri yang ingin ditunjukkan di media sosial (Kim et al., 2017).

Dimedia sosial seseorang dapat dengan bebas menampilan citra diri yang ingin ditampilkan. Seseorang dapat menampilkan sesuatu sesuai dengan idealis diri daripada menampilkan diri yang sebenarnya (Bernie, 2010). Hal ini sejalan dengan teori Dramaturgi Ervin Goffman tentang "*font stage*" dan "*back stage*". Pada area *font stage*, individu dapat memiliki citra diri ideal seperti apa yang ingin ditampilkan pada audiens (*selective self-persentation*), hal ini juga digunakan untuk membentuk kesan yang baik pada audiens. Sedangkan pada area *back stage*, individu akan memunculkan *actual self* tanpa perdulu dengan penampilan maupun penilaian orang lain. Oleh karena itu sosial media dapat dikatakan sebagai panggung drama, karena di sosial medialah individu akan menampilan sis – sisi baik yang terlihat dari dirinya agar mendapat kesan positif, berbeda dengan realita kehidupan di luar sosial media.

Selaras dengan penelitian sebelumnya, memaparkan bahwasannya melalui media sosial remaja putra maupun remaja putri yang mempunyai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

self-esteem yang rendah bisa mengungkapkan jati dirinya lebih leluasa di dunia maya daripada di dunia nyata, (Forest & Wood, 2012). Dengan adanya media sosial individu terbantu untuk menampakkan *self concept* terbaik bagi pengikut di media sosialnya (Felita et al., 2016).

Instagram merupakan wadah untuk menggunggah karya berupa foto atau video dan beriteraksi dengan pengguna yang lain. Instagram digunakan sebagai media untuk mengembangkan *self-confident* dan wadah untuk eksistensi diri (Aprilia, 2016). Mahasiswa yang senang mengunggah foto di instagram tentu mempunyai tujuan tersendiri, yaitu dengan harapan mendapat respon dari seseorang, sehingga meningkatkan eksistensi dirinya dan keberadaannya dihargai orang lain (Oktavia & Sudaryanto, 2018).

Selain media sosial mampu membuat remaja putra maupun remaja putri mengungkapkan jati dirinya lebih leluasa, sisi negative dari media sosial yakni menyebabkan permasalahan tentang *self-esteem*. *Self-esteem* merupakan kebutuhan dasar bagi setiap manusia, karena *self-esteem* inilah yang mempengaruhi motivasi, kepuasan hidup, perilaku fungsional yang berhubungan dengan kesejahteraan manusia disepanjang kehidupannya (Guindon, 2009). Baron & Bryne (2005) juga mendefinsikan bahwasannya *self-esteem* ialah penilaian positif maupun negatif tentang dirinya sendiri. *Self-esteem* seseorang akan cenderung menurun di masa remaja (Santrock, 2012).

Dengan adanya *self-esteem*, individu akan merasa puas dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dirinya sendiri, *self-esteem* yang positiflah yang membuat seseorang mampu mengatasi rasa kesepian, penolakan sosial dan perasaan cemas yang sedang dialaminya (Hogg & Vaughan, 2011). Namun, bagi individu yang menganggap dirinya tidak memiliki daya tarik terhadap fisiknya, individu akan memberikan evaluasi negative terhadap dirinya dan mejadikan *self-esteem* rendah (Lerner & Steinberg, 2009).

Berdasarkan penjabaran diatas, kesimpulan yang dapat ditarik tentang *self-esteem* ialah evaluasi individu terhadap dirinya sendiri, berdasarkan standart yang ditetapkan individu itu sendiri. *Self-esteem* memegang peranan penting dalam peralihan masa remaja ke masa dewasa. Di masa remaja biasanya proses evaluasi terjadi berdasarkan tolak ukur orang yang dinilai lebih baik dari dirinya, sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan berdasarkan standart sosial.

Self-esteem dipengaruhi oleh beberapa faktor, menurut Michener et al., (2004) yakni *performance feedback*, *family experience* dan *social comparison.* Frey & Carlock (2005) juga mengemukakan self-esteem dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu interaksi antar manusia, lingkungan sekolah, didikan orangtua, anggota kelompok, kepercayaan, pedoman individu, kematangan serta herediter. Sama halnya dengan pendapat Burn (1993) pola asuh, sosial ekonomi, lingkungan, pengalaman, dan *body image* merupakan faktor yang mempengaruhi *self-esteem*. *Self-esteem* juga dapat dipengaruhi oleh faktor usia, genetic, gender, lingkungan keluarga dan lingkungan lingkungan. Kelompok

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial memegang peranan penting tentang penerimaan diri dan pengembangan standart sosial yang ditetapkan di lingkungan sosial (Mruk, 2006).

Individu akan berinteraksi di lingkungan sosial dan memerlukan ketahanan diri untuk menghadapi tantangan yang ada, sebagai bentuk pengembangan *self-esteem,* begitupun remaja putri. Seiring bertambahnya usia, tantangan yang dialami individu akan berubah pula (Mruk, 2013). Pada penelitian ini peneliti pengambil variabel X yaitu *social comparison* dan *body image.*

Pada penelitian terdahulu variabel *body image* dan *social comparison* diuji secara terpisah, namun pada penelitian ini sedikit berbeda karena peneliti menggabungkan variabel tersebut sebagai variabel X. Penelitian ini memberikan kebaruan yang belum pernah dilakukan peneliti sebelumnya, karena peneliti mengkaji beberapa variabel independen dengan variabel dependen. Pada beberapa penelitian terdahulu menggunakan subjek penggemar korea drama, dan k-pop. Berbeda dengan penelitian ini, karena subjek yang digunakan adalah remaja putri penggemar selebgram yang belum pernah diteliti sebelumnya. Pada subjek penelitian yakni remaja putri yang memiliki idola selebgram atau selebgram yang ia ikuti di akun media sosial instagramnya. Selain itu metode pendekatan yang digunakan peneliti adalah metode kuantitatif korelasional. Instrument yang dipakai pada penelitian ini ialah skala psikologi yang disusun berdasarkan variabel -

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel yang ada.

Dari pemaparan latar belakang masalah diatas, peneliti sendiri terdorong untuk meneliti "Hubungan *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* Pada Remaja Putri Penggemar Selebgram".

B. Rumusan Masalah

Menurut latar belakang penelitian, didapatkan batasan masalah atau fokus penelitian :

1. Adakah hubungan antara *Body Image* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram ?
2. Adakah hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram ?
3. Adakah hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram ?

C. Keaslian Penelitian

Beberapa penelitian terdahulu menjadi dasar peneliti dalam melakukan penelitian, beberapa penelitian tersebut yaitu :

Hasil penelitian sebelumnya oleh Syachfira & Nawangsih (2020) dengan judul "hubungan *social comparison* dan *self esteem* pada mahasiswa pengguna instagram" menunjukkan nilai korelasi 0,241 serta *p-value* (Sig.) = 0,000 < α = 0,01. Memaparkan hasil, adanya hubungan antara *social comparison* dan *self-esteem* dengan mahasiswa yang menggunakan Instagram dengan kategori rendah. Berdasarkan hasil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut juga dapat dipahami, semakin tinggi *social comparison* dapat menurunkan *self-esteem* mahasiswa pengguna instagram di kota Bandung.

Hasanati & Aviani (2020) menunjukkan hasil penelitian yang menyatakan "adanya hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada pengguna instagram di daerah Bukittinggi, dimana nilai *social comparison* berpengaruh sebesar 13,6% pada *self-esteem* yang dimiliki oleh individu. Artinya semakin tinggi *social comparison*, semakin rendah *self-esteem* dewasa awal pengguna instagram", begitupun sebaliknya.

Pada penelitian dari Zhafirah & Dinardinata (2018) menyebutkan bahwa harga diri remaja perempuan dipengaruhi oleh citra tubuh, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,233 dan P = 0,002 dimana ($p < 0,05$).

Stapleton et al., (2017) dengan judul penelitian "*generation validation : the role of social comparison in use off instagram among emerging adults*" yang dilakukan pada subjek dewasa muda dengan rentang usia 18 – 29 tahun. Memaparkan hasil, dewasa awal pengguna aktif instagram yang tidak memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi dari perbandingan sosial yang ada, akan lebih mudah terlibat dalam perbandingan sosial dengan skala besar.

Dalam penelitian Alfasi (2019) menunjukkan hasil, *social comparison* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi *self-esteem.* Pada penelitian ini paparan konten yang disajikan di facebook, dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memunculkan perbandingan sosial yang tidak realisis dan akan berdampak buruk pada harga diri dan suasana hati individu.

Selanjutnya, pada penelitian Sari (2012) juga mengungkapkan adanya hubungan yang baik antara *self-esteem* dan *body image* terhadap orang dewasa awal tuna daksa dengan nilai r sebesar 0,400 dan signifikansi 0,014 ($p<0,05$). Dimana semakin positif *body image,* maka semakin tinggi *self-esteem* dewasa awal tuna daksa. Begitupun sebaliknya, semakin negatif *body image,* maka semakin tinggi *self-esteem*. Ditarik kesimpulan bahwa kesenjangan sosial terjadi karena subjek membandingkan dirinya dengan temannya, sehingga harga diri subjek menjadi rendah. *Body image* membentuk *self-esteem* tuna daksa.

Penelitian yang dilakukan Jiang & Ngien (2020) dengan judul "*The Effects Of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem On Social Anxiety : A Survey in Singapore"*, ditemukan hasil penelitian bahwa dalam pengunaan instagram tidak berpengaruh langsung dalam meningkatkan kecemasan sosial. Namun sebaliknya, perbandingan sosial, hasil proksimal, dan harga diri, saling memberikan pengaruh terhadap kecemasan sosial.

Penelitian Husna & Rusli (2019) meneliti tentang pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* pada remaja fans k-pop, ditemukan hasil bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan *body image* terhadap *self-esteem* pada remaja fans K-Pop, yang mana artinya Ho pada penelitian ini diterima dan Ha ditolak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Andani (2018) menemukan hasil, terdapat hubungan yang signifikan antara penerimaan diri terhadap harga diri remaja yang orangtuanya bercerai, semakin tinggi penerimaan diri membuat harga diri remaja menjadi tinggi, dan semakin rendah penerimaan diri menyebabkan semakin rendah pula harga diri yang dimiliki remaja.

Pada penelitian Ratri (2018) juga ditemukan adanya hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat harga diri remaja. Ketika remaja intens menggunakan media sosial, remaja akan mendapat respon dari orang lain dan tanpa disadari remaja melakukan perbandingan sosial dengan tolak ukur teman media sosialnya.

Dalam penelitian Kosasih et al., (2017) juga mengemukakan bahwa media sosial dapat memengaruhi individu untuk membeli mobil edisi baru dan memamerkannya di media sosial, hal ini dilakukan untuk meningkatkan harga dirinya. Perkembangan teknologi membawa pengaruh bagi harga diri individu.

Selanjutnya, Jan et al., (2017) *Impact Of Social Media on Self-Esteem* dalam penelitiannya ditemukan hasil bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan harga diri seseorang, turunnya skor harga diri diakibatkan oleh penggunaan media sosial yang berlebihan.

Penelitiaan dari Wangge & Hartini, (2013) ditemukan hasil adanya korelasi positif dan signifikan antara penerimaan diri dengan harga diri pada remaja pasca perceraian orangtuanya. Yang artinya semakin tinggi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penerimaan dirinya, maka semakin tinggi pula harga diri yang dimiliki oleh remaja. Harga diri yang tinggi membuat remaja mampu mengatasi permasalahan terkait perceraian orangtuanya.

Solistiawati & Sitasari (2015) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan siginfikan dengan arah positif antara citra tubuh dengan harga diri pada mahasiswi regular UEU. Artinya, semakin positif citra tubuh mahasiswi, semakin tinggi pula harga dirinya, dan sebaliknya. Temuan pada penelitian ini yakni, ketika remaja putri memiliki kesadaran tinggi mengenai dirinya, remaja putri akan memiliki pemikiran yang masuk akal tentang penampilan dan bentuk tubuhnya. Dari pikiran yang rasional akan menumbuhkan persepsi positif tentang tubuhnya sendiri, sehingga terbentuklah *body image* positif, individu menjadi bangga dan *self-esteem* menjadi tinggi.

Van Den Berg et al., (2010) mengemukakan adanya hubungan antara ketidakpuasan tubuh dengan harga diri kuat dan signifikan pada semua kelompok remaja (pria maupun wanita). Hal ini membuktikan pentingnya mengatasi permasalahan terkait citra tubuh dari semua latar belakang serta usia, karena akan berpengaruh pada harga diri.

Perbedaan atara penelitian peneliti dengan judul "hubungan antara *Body Image* dan *Social Image Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram" dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel penelitian. Pada penelitian – penelitian terdahulu antara variabel *body image* dan *social comparison* dikaji secara terpisah, namun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada penelitian ini sedikit ada perbedaan yaitu dengan menggabungkan variabel tersebut sebagai variabel X. Pada penelitian ini, peneliti memberikan sedikit hal baru yang sebelumnya belum pernah dilakukan peneliti terdahulu, yakni peneliti ingin menguji beberapa variabel independen dengan variabel dependen. Pada beberapa penelitian terdahulu menggunakan subjek penggemar korea drama, dan k-pop. Sedangkan pada penelitian ini berbeda, karena subjek yang digunakan adalah remaja putri penggemar selebgram yang sebelumnya belum pernah diteliti. Subjek penelitian ini yakni remaja putri yang memiliki idola selebgram atau selebgram yang subjek ikuti di akun media sosial instagramnya.

D. Tujuan Penelitian

Pada penjabaran rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian ini, meliputi :

1. Untuk mengetahui hubungan antara *Body Image* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.
2. Untuk mengetahui hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.
3. Untuk mengetahui hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan informasi terbaru bagi peneliti lain ataupun peneliti selanjutnya. Dan menambah wawasan, khususnya bidang psikologi sosial dan juga psikologi positif yang berhubungan dengan *body image, social comparison* dan *self-esteem.*

2. Manfaat Praktis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan bagi tenaga pendidik mengenai *self-esteem* pada remaja putri berdasarkan *body image* dan *social comparison.*

b. Tenaga pendidik diharapkan mampu peka terhadap permasalahan yang dialami siswinya. Terutama terkait *body image, social comparison* dan *self-esteem,* agar mampu membimbing siswi yang memiliki permasalahan tersebut.

c. Sebagai bahan acuan bagi lembaga pendidikan agar mengetahui faktor – faktor yang diduga dapat mempengaruhi *self-esteem* pada remaja putri

d. Sebagai bahan masukan untuk remaja putri agar mampu menerima bagian tubuhnya, penampilan fisik secara keseluruhan. Agar individu lebih menghargai, menerima, dan mencintai dirinya sendiri dalam keadaan apapun

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Sebagai bahan masukan bagi remaja putri agar tidak membandingan dirinya dengan orang lain ataupun selebgram yang ia gemari.

f. Diharapkan peneliti selanjutnya mendapat ide dengan adanya penelitian ini.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada tugas akhir ini terdiri dari lima bab pembahasan mulai dari BAB I sampai BAB V, adapun penjelasannya sebagai berikut :

Pada BAB I memuat tentang latar belakang masalah terkait variabel Y *self-esteem* dan variabel X yakni *body image* dan *social comparison*, keaslian penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan terakhir terkait sistematika pembahasan penelitian.

Pada BAB II berisi tentang kajian teori, memuat teori pendukung penelitian yang hendak diteliti, yaitu teori tentang *body image, social comparison* dan *self-esteem.* Dari ketiga teori tersebut dikaitkan menjadi hubungan antar variabel, lalu dibentuk menjadi kerangka teori dan menghasilkan hipotesis pada penelitian ini.

Pada BAB III memperkenalkan metode penelitian yang digunakan, identifikasi variabel, definisi operasional, populasi, sampel serta teknik pengambilan sampel. Uji validitas dan reliabilitas dari masing – masing aitem, serta teknik analisis data yang peneliti gunakan.

Pada BAB IV berisi hasil penelitian dan pembahasan. Didalam nya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memuat tentang hasil penelitian, analisis hipotesis, dan pembahasan. Pada bagian akhir pembahasan berisikan analisa peneliti tentang temuan penelitian. Kemudian hasil dan analisa peneliti dikaitkan dengan penelitian sebelumnya yang relevan dan mendukung hasil penelitian.

Pada BAB V berisi penjelasan terkait kesimpulan hasil penelitian, masukan yang ditujukan kepada pihak yang bersangkutan, dan digunakan sebagai bahan referensi peneliti berikutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Self-esteem*

1. Definisi *Self-esteem*

Self-esteem ialah evaluasi individu terkait bagaimana individu tersebut menilai dirinya sendiri, tujuan dari evaluasi individu yakni penolakan atau penerimaan, keyakinan individu terhadap kesuksesan, kemampuan yang dimilikinya, keberhargaan serta keberartian dirinya (Coopersmith, 1967). *Self-esteem* adalah evaluasi keseluruhan pada diri individu, yang biasa disebut sebagai gambaran diri (Santrock, 2003).

Selain itu, Baron & Bryne (2005) mengungkapkan bahwa *self-esteem* adalah penilaian yang berasal dari individu itu sendiri, penilaian dapat berwujud penilaian positif maupun negative. Gunarsa (2009) mengemukakan bahwa *self-esteem* yaitu aspek dasar dalam pembentukan perilaku setiap individu, dikatakan demikian karena *self-esteem* dapat memberikan pengaruh pada proses berfikir seseorang, tingkat emosi, keputusan yang akan diambil oleh individu.

Calhoun & Acocela (1990) mengemukakan bahwa *self-esteem* merupakan bagaimana individu mempersepsikan dirinya (*body image*) dengan *ideal self*. Hasil dari penilaian individu terhadap dirinya menunjukkan tigkat harga diri individu.

Hamacheck (1987) mengartikan *self-esteem* sebagai evaluasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terhadap sesuatu yang telah dikerjakan individu, tentang siapa dirinya, dan pencapaian individu berdasarkan pengetahuan dirinya tentang kebajikan dan keberhargaan.

Begitupun menurut Branden (1980) medefinisikan *self-esteem* adalah salah satu dimensi dari kepribadian seseorang, *self-esteem* menjadi pedoman atau dasar dalam perkembangan perilaku karena akan berpengaruh pada proses berfikir, keputusan yang akan diambil, tingkat emosi, dan juga akan berpengaruh pada *value* dan tujuan hidup individu. *Self-esteem* menentukan bagaimana seseorang berperilaku. Branden (2001) juga menambahkan, bahwasannya *self-esteem* terbentuk dari hasil pengalaman pribadi individu dalam menjalani siklus kehidupan. *Self-esteem* menyangkut pemikiran dan perasaan terhadap terhadap dirinya, bukan berdasarkan pemikiran dan apa yang dirasakan orang lain tentang siapa dirinya.

Dari pemaparan pandangan tokoh diatas bisa diambil kesimpulan, *self-esteem* merupakan hasil evaluasi individu tentang jati dirinya, kemampuan serta keterbatasan yang dimilikinya, dan hal – hal yang berhasil dicapai individu, evaluasi inilah yang menjadi dasar dari kepercayaan diri dan keberhargaan diri individu.

2. Aspek *Self-esteem*

Menurut Sunaryo (2004) terdapat empat aspek utama dalam *self-estem* seseorang, aspek tersebut terdiri dari : disayang, dicintai, dikasihi serta mendapat pujian dari orang lain. Wilkinson (2006) juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengungkapkan bahwa indikator dari *self-esteem* meliputi :

1) Menceritakan keberhasilan dalam beberapa hal yang dilakukan.

   Individu yang mampu menceritakan keberhasilan yang pernah didapatkan kepada orang lain merupakan individu yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi, karena tingkat percaya diri yang tinggi merupakan tanda dari tingginya *self-esteem* individu. Beitupun sebaliknya, individu dengan tingkat *self-esteem* yang tergolong rendah tidak mampu menceritakan keberhasilannya karena individu tersebut memiliki tingkat percaya diri yang tergolong rendah (Riyadi & Purwanto, 2009).

2) Mengungkapkan penerimaan diri

   Penerimaan diri sesorang ditandai dengan persepsi yang baik pada dirinya sendiri, perasaan terhadap ukuran, fungsi serta potensi (Riyadi & Purwanto, 2009). Individu dengan penerimaan diri akan menilai dirinya sebagai individu yang unik dan juga berharga (Stuart, 2013).

3) Mau menerima kritikan dari orang lain

   Individu yang sehat akan mampu berinteraksi dengan orang lain, menerima saran, dan terlibat dalam hubungan intrapersonal (Stuart, 2013).

4) Pemenuhan peran sesuai dengan perkembangannya

   Peran diartikan sebagai sikap, nilai, dan perilaku yang diharapkan masyarakat pada individu, seorang individu dapat menempatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diri pada lingkungan sosialnya (Yusuf et al., 2015).

Harga diri yang tinggi dihasilkan dari peranan seseorang dalam memenuhi kebutuhan dan sesuai dengan ideal dirinya. Dalam pemenuhan peran ada beberapa faktor yang meliputi, yaitu : gambaran detail tentang peran yang diharapkan, respon yang ajeg dari orang lain, kecocokan dalam berbagai peran, kesesuaian antara norma dan budaya yang ada dengan harapan perilaku, serta situasi yang menyebabkan perilaku yang tidak sesuai (Stuart, 2013)

Selain itu, Coopersmith (1967) mengatakan aspek *self-esteem* ada empat, yakni :

1) Kekuatan *(power*)

   Tolak ukur aspek ini yaitu bagaimana kemampuan individu untuk mempengaruhi, mengontrol tindakan serta tingkah laku orang lain maupun dirinya sendiri. Kepentingan ini dapat terpenuhi dari adanya penghormatan serta penghargaan dari orang lain. Perlakuan dari orang lain akan memberikan rasa ketenangan sosial yang berdampak pada sikap kepemimpinan, kemandirian, dan wibawa pada diri individu.

2) Keberartian diri (*significance*)

   Ditinjau dari kepedulian, perhatian dan cinta yang diberikan oleh orang lain untuk dirinya. Individu akan merasa berarti jika memiliki penghargaan, penerimaan, perhatian dan kasih sayang dari orang - orang terdekatnya, seperti kerabat, teman dekat,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masyarakat sekitar, atau bisa juga *significant other*. Lingkungan yang mendukung, menerima dan menghargai keberadaan individu akan membuat individu semakin merasa berarti, dan pada akhirnya akan membentuk *self-esteem* kearah yang positif.

3) Kebajikan (*virtue*)

   Pada aspek ini dapat dilihat dari ketaatan terhadap nilai moral, etika, agama dan aturan – aturan yang ada di dalam masyarakat. Individu yang patuh pada aturan – aturan yang ada di dalam masyarakat, akan merasa berharga dan bangga kepada dirinya sendiri.

4) Kemampuan (*competence*)

   Keberhasilan ditandai dengan tingkat pencapaian yang tinggi. Individu yang memiliki kemampuan yang cukup, akan merasa yakin dalam meraih cita – cita, merasa mendapat dukungan dari orang lain, mampu mengatasi permasalahan yang dialaminya serta mampu menyesuaikan diri di lingkungan.

Berdasarkan penjelasan tersebut bisa diambil kesimpulan, aspek *self-esteem* menurut Coopersmith (1967) yaitu kekuatan, keberartian diri, kebajikan, dan kemampuan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan aspek *self-esteem* dari teori Coopersmith, karena peneliti merasa teori tokoh tersebut lebih sesuai dengan tujuan dari penelitian ini. Adapun aspek *self-esteem* dari teori Coopersmith akan dijadikan pedoman peneliti hingga akhir pembahasan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan *Self-esteem*

Menurut Michener et al., (2004) berpendapat bahwa, tiga faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan *self-esteem*, yakni :

1) *Family experience*

   Hubungan antara orang tua dengan anak merupakan faktor utama dalam perkembangan *self-esteem* individu. Pembentukan harga diri anak dibentuk dari ungkapkan orang – orang yang dinilai penting di hidupnya (*significant others).*

2) *Performance feedback*

   Umpan balik seperti penilaian terhadap kegagalan dan kesuksesan, dapat mempengaruhi *self-esteem* individu.

3) *Social comparison*

   Social comparison merupakan faktor yang penting untuk perkembangan *self-esteem,* karena *self-esteem* terbentuk berdasarkan perasaan ketika individu merasa memiliki kompetensi tertentu. Hasil performa individu terhadap kompetensi yang dimiliki, nantinya akan dibandingkan baik dengan penilaian diri sendiri maupun melihat hasil performa orang lain (melihat standart orang lain).

Sedangkan ada beberapa faktor yang diungkapkan oleh Burn (1993) yang mempengaruhi *self-esteem* yaitu :

1) Pengalaman

   Pengalaman yakni bentuk dari perasaan, emosi, kejadian dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tindakan, yang pernah dialami oleh individu, dianggap penting dan memberikan kesan baik dikehidupan individu. *Self-esteem* bukan faktor bawaan dari lahir, namun dipelajari dan terbentuk dari pengalaman – pengalaman individu saat bersosialisasi.

2) Pola asuh

Pola asuh orangtua menjadi faktor penting dalam perkembangan *self-esteem* seseorang. Pola asuh berwujud sikap yang diberikan orangtua ketika beinteraksi dengan anak, ditunjukkan dengan cara orangtua memberi aturan, *reward, punishment*, perhatian dan pengasuhan. Sikap positif yang diberikan orangtua terhadap anak, seperti kasih sayang dan perhatian akan menumbuhkan pemikiran positif dan perasaan menghargai diri sendiri. Begitupun sebaliknya, sikap negatif yang diberikan orangtua kepada anak akan menimbulkan pemikiran yang negatif.

3) Lingkungan

Lingkungan memberikan dampak yang signifikan bagi remaja melalui hubungan interpersonal yang terbentuk antara remaja dengan orangtua, remaja dengan teman sebaya dan remaja dengan lingkungan sekitar. Hubungan baik yang terjalin akan memunculkan perasaan nyaman dan aman dalam *social acceptance* dan *self-esteem* seseorang.

4) Sosial ekonomi

Sosial ekonomi ialah hal yang mendasari perilaku seseorang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

untuk memenuhi keinginannya. Karena sosial ekonomi melibatkan finansial, nantinya akan memberikan pengaruh pada kebutuhan hidup sehari – hari.

5) *Body Image*

Body Image yakni penilaian individu tentang tubuhnya. Individu yang menilai tubuhnya positif, *body image* yang dimilikinya menjadi positif, begitupun sebaliknya.

Adapun faktor – faktor yang juga dapat mempengaruhi *self-esteem* individu, menurut Coopersmith (1967) diantaranya yaitu :

1) Kondisi Fisik

Individu yang merasa memiliki fisik yang menawan, akan memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi daripada individu yang merasa fisiknya kurang menawan. Begitupula remaja yang berlebihan memfikirkan postur tubuhnya, remaja akan berupaya menjaga bentuk tubuhnya supaya ideal atau berusaha keras untuk menurunkan berat badannya.

Hasil penelitian sebelumnya juga menyebutkan bahwa *physical attractiveness* (penampilan menarik) saling berkaitan dengan *self-esteem* individu (Adams, Letner dan Karabenick; Simon dan Roosenberg, dalam Sjabadhyni & Alfarani, 2001). Individu dengan penampilan menarik akan lebih dihargai dan diperlakukan istimewa saat berada di lingkungan sosialnya (Hatfield dan Aprecher, dalam Sjabadhyni & Alfarani, 2001).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Jenis Kelamin

Perempuan cenderung mempunyai *self-esteem* dan kepercayaan diri yang lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Pendapat ini didukung Ancok, (1999) yang menyatakan bahwa perempuan selalu merasa harga dirinya lebih rendah daripada laki-laki, kepercayaan dirinya rendah, merasa kurang mampu, merasa butuh dilindungi. Perasaan ini muncul dari perasaan perempuan itu sendiri, bukan dari pendapat orang lain. Hal ini terjadi karena peran orangtua dan harapan dari masyarakat berbeda antara perempuan dengan laki – laki

3) Intelegensi

Individu yang memiliki *self-esteem* tinggi akan mencapai prestasi yang tinggi dalam bidang akademik, jika dibandingkan dengan individu yang memiliki *self-esteem* rendah. Individu dengan *self-esteem* tinggi juga memiliki skor intelegensi yang lebih tinggi, tingkat aspirasi yang lebih baik dan akan selalu berusaha lebih keras.

4) Lingkungan Keluarga

Perlakuan adil dilingkungan keluarga, memberikan kesempatan individu untuk mengungkapkan pendapat. Pola asuh yang demokratis dapat menjadikan anak memiliki *self-esteem* tinggi. Ketika orangtua sering melarang dan memberi *punishment* tanpa penyebab dan alasan yang jelas, anak akan merasa tidak berharga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ketika individu berada di lingkungan keluarga yang tentram, *self-esteem* individu menjadi tinggi, karena individu tumbuh di lingkungan keluarga yang penuh cinta sehingga membuat individu merasa aman dan nyaman.

5) lingkungan Sosial

Perasaan seseorang kepada dirinya sendiri tergantung bagaimana individu membandingkan dirinya dengan oranglain. *Self-esteem* tumbuh dari persepsi individu tentang dirinya sendiri serta hubungannya dengan orang lain (Hamacheck, 1987). Pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri didasarkan atas pemikiran pribadi, dan berdasarkan penilaian orang lain terhadap dirinya (Noesjirwan, 1979).

Sedangkan menurut Stuart (2006) faktor yang dapat mempengaruhi *self-esteem* seseorang, ada dua yakni:

1) Faktor Predisposisi

a) Penolakan dari orang terdekat

Remaja pasti memiliki orang terdekat seperti orangtua, keluarga, teman sebaya, guru dan beberapa orang yang dianggap penting dan berarti baginya. Orang – orang terdekat inilah yang memiliki peran untuk memberikan rasa nyaman dan menyingkirkan ketidaknyamanan, meningkatkan dan mengikis ketidak berdayaan seseorang, menumbuhkan serta menghilangkan keberhargaan diri seseorang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Harapan yang tidak realistis

Remaja yang memiliki harapan yang tidak realistis dan tidak sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya, menjadikan remaja memiliki peluang kegagalan yang tinggi, hal yang seperti inilah yang dapat menyebabkan rendahnya *self-esteem.*

c) Mengalami kegagalan yang berulang kali

Pengalaman kegagalan yang terjadi berulang kali pada remaja, dan tidak disertai dengan coping afektif, secara tidak langsung akan membuat remaja merasa bahwa dirinya tidak berkompeten, persepsi seperti ini dapat menyebabkan remaja memiliki *self-esteem* yang rendah.

d) Status pernikahan

Pernikahan merupakan sumber dari dukungan sosial yang memiliki pengaruh terhadap *self-esteem* seseorang.

2) Faktor Presipitasi

a) Kondisi Fisik

Tidak adanya penerimaan kondisi fisik pada diri remaja dapat memunculkan penilaian buruk remaja terhadap dirinya sendiri. Misalnya beberapa remaja putri yang merasa memiliki kulit putih dan paras yang cantik, memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi.

b) Lingkungan

Hubungan yang baik antara remaja dengan lingkungan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sekitarnya akan berkontribusi besar terhadap *self-esteem*. Terjalinnya hubungan baik antara individu dengan lingkungan sekitarnya dapat menimbulkan perasaan aman dan nyaman.

Dari penjelasan diatas, bisa diambil kesimpulan bahwa *self-esteem* tidak terbentuk secara instan, namun mengalami perkembangan sejak masa kanak – kanak dan terus berkembang selama manusia hidup. Perkembangan *self-esteem* terbentuk melalui pengalaman individu, sehingga membutuhkan kesabaran dalam menjalaninya. Perkembangan *self-esteem* juga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya, yaitu *family* experience, *performance feedback*, *social comparison*, pengalaman, pola asuh, lingkungan, sosial ekonomi, *body image*, kondisi fisik seseorang, jenis kelamin, intelegensi, lingkungan keluarga, lingkungan sosial, dan faktor psikologis.

Dari banyaknya penjabaran faktor diatas peneliti mengambil faktor yang mempengaruhi *self-esteem* individu adalah *social comparison* dan *body image* untuk dijadikan variabel X pada penelitian ini. Peneliti menjadikan *social comparison* sebagai variabel X1 karena secara tidak langsung individu akan menghadapi berbagai macam hubungan sosial yang nantinya membutuhkan ketahanan diri dengan merasa mampu menghadapi permasalahan sebagai wujud pengembangan *self-esteem* yang terus berkembang selama hidup, begitu pula pada remaja putri. Pada keadaan tersebut terjadi proses evaluasi diri dengan individu lain, sehingga akan terjadi persaingan berdasarkan standart external.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dan *body image* sebagai variabel X2 merupakan faktor yang mempengaruhi perkembangan *self esteem* (Burn, 1993). Sesuai dengan pendapat Santrock (2007) yang mengungkapkan tentang faktor yang mempengaruhi *self-esteem* individu ialah kondisi fisik, karena kondisi fisik memberikan pengaruh paling besar terhadap *self esteem* individu. Selanjutnya, kondisi fisik juga menjadi salah satu bagian dari *body image*, oleh karena itu *body image* dapat mempengaruhi *self esteem* seseorang.

Peneliti memilih *body image* yang diturunkan dari faktor kondisi fisik, sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *self esteem* individu. Cash & Pruzinsky (2002) juga mengungkapkan, *body image* termasuk persepsi tentang keseluruhan penampilan fisik seseorang, menjadi faktor utama dari pembentukan *self-esteem* remaja.

B. *Body Image*

1. Definisi *Body Image*

Menurut Cash & Pruzinsky (2002) *body image* yakni penilaian individu terhadap tubuhnya, berupa penilaian *positive* maupun *negative* terhadap tubuhnya. Cash & Pruzinsky (2002) juga menambahkan bahwa *body image* merupakan evaluasi dan hasil dari pengalaman yang bermakna bagi seseorang tentang fisiknya, dapat dikatakan bahwa penampilan adalah hal terpenting dari evaluasi individu. Cash & Smolak (2011) juga mengemukakan bahwa *body image* terbentuk dari beberapa dimensi. Beberapa dimensi memegang peranan tentang cara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berfikir seseorang dan perilaku menurut pengalaman psikologis yang akan mempengaruhi kesan seseorang terhadap penampilan fisiknya.

Sama seperti pendapat Cash & Pruzinsky (2002), Rombe (2014) juga mengungkapkan bahwa *body image* adalah sikap atau perasaan puas dan tidak puas individu terhadap bagian tubuhnya yang memunculkan penilaian positif maupun negatif .

Body Image digambarkan dengan taraf kepuasan individu akan bagian tubuh serta penampilan secara holistik (Jersild, 1979). Gardener (1996) mengungkapkan bahwa *body image* ialah gambaran individu terhadap bagian tubuh serta keseluruhan penampilan fisik berdasarkan penilaian diri sendiri maupun penilaian orang lain.

Pengertian *body image* menurut pendapat tokoh - tokoh diatas dapat disimpulkan bahwa *body image* ialah pengalaman, perasaan, penampilan, sikap serta evaluasi individu terhadap tubuhnya secara keseluruhan (meliputi ukuran, bentuk, dan berat tubuh). Evaluasi merujuk pada penampilan fisik dengan penilaian positif atau negatif.

2. Aspek *Body Image*

Menurut Cash & Pruzinsky (2002) terdapat beberapa aspek pengukuran *body image*, diantaranya :

1) Evaluasi penampilan (*appearance evaluation)*

   Evaluasi penampilan yakni pengukuran keseluruhan penampilan fisik, baik penilaian dari diri sendiri maupun penilaian dari orang lain. Evaluasi berupa penilaian bahagia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

atau tidak bahagia, menawan atau tidak menawan, dan lain – lain.

2) Orientasi penampilan (*appearance orientation)*

   Orentasi penampilan ialah kepedulian individu terhadap penampilan dirinya serta usaha untuk merombak maupun meningkatkan penampilannya, dengan usaha merubah penampilan maupun melakukan perawatan.

3) Kepuasan terhadap bagian tubuh (*body area satisfaction)*

   Pengukuran kepuasan individu tentang bagian tubuhnya secara eksklusif. Baik itu wajah, rambut, tubuh bagian atas yang meliputi dada, bahu, tubuh bagian tengah meliputi pinggang dan perut, tubuh bagian bawah meliputi pinggul, paha, pantat, kaki dan tubuh keseluruhan. Ketika individu memiliki perasaan puas terhadap dirinya sendiri, tidak akan membandingkan dirinya dengan orang lain.

4) Kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation)*

   Mengukur kewaspadaan individu dengan berat badannya, yang ditampilkan dengan obsesi diet ketat, dan juga membatasi pola makan.

5) Pengkategorian ukuran tubuh (*self-classified weight)*

   Yakni persepsi individu dalam menilai ukuran tubuhnya melalui berat badan, dengan penilaian kurus sampai gemuk.

Beberapa ahli juga mengemukakan tentang komponen *body image*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gardner (1996) mengemukakan terdapat dua aspek *body image*, yakni:

1) Komponen persepsi

   Komponen persepsi menggambarkan bagaimana individu mengukur fisiknya, dengan cara introspeksi diri berdasarkan persepsi orang lain saat menilai fisiknya (ideal atau gemuk, mulus atau tidak, cantik atau jelek, hitam atau putih) dan sebagainya.

2) Komponen sikap

   Individu merasa puas atau tidak dengan bagian tubuh tertentu maupun secara keseluruhan. Perasaan puas dan tidak puas muncul pada keadaan tertentu, yang memunculkan keinginan individu terhadap bentuk tubuhnya (Gardner, 1996).

Berdasarkan penjabaran diatas, Thompson & Heinberg (2002) juga mengungkapkan bahwa aspek *body image* meliputi :

1) Aspek afektif

   Sikap individu terhadap tubuhnya, seperti perasaan sedih, cemas, bahagia.

2) Aspek kognitif

   Keinginan individu memiliki tubuh ideal serta berpenampilan menarik

3) Aspek penilaian

   Penilaian individu dalam mengistimasi ukuran tubuhnya, berbentuk penilaian “bentuk tubuh saya ideal” “bentuk tubuh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saya baik jika dipandang", dll.

Pengukuran pada tiga aspek tersebut akan menghasilkan perasaan puas atau tidak puas individu terhadap tubuhnya sendiri. Penilaian tidak puas akan menunjukkan rendahnya *body image* seseorang, begitupun sebaliknya. Saat individu puas akan bentuk tubuhnya, menunjukkan tingginya *body image* seseorang.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengambil aspek – aspek *body image* dari teori Cash & Pruzinsky (2002) sebagai berikut : evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk dan pengkategorian ukuran tubuh.

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan *Body Image*

Menurut Cash & Pruzinsky (2002) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan *body image*, diantaranya :

1) Sosialisasi kebudayaan

   Budaya menjadi pandangan individu dan cara individu untuk mengubah tubuhnya, agar mencapai standart masyarakat disekitarnya. Seperti melakukan diet, olahraga dan ber makeup.

2) Pengalaman – pengalaman interpersonal

   Individu memaknai tubuhnya dipengaruhi oleh peran budaya serta sosial media. Cara komunikasi saat berinteraksi dengan keluarga, teman atau orang yang baru dikenal individu. Komentar dan kritikan dari orangtua maupun dari orang lain

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terkait penampilan fisik individu, akan berpotensi membentuk standart individu, dan menjadikan individu membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain. Selain itu, saudara kandung juga dapat dijadikan standart perbandingan orangtua untuk menilai penampilan anak.

3) Karakterisik fisik

Karakeristik fisik individu dapat dipengaruhi oleh perkembangan *body image*. Fisik dapat mempengaruhi bagaimana orang lain memperlakukan dirinya. Pada tahun 1990, Lener dan jovanovic mengungkapkan tentang "model kebaikan", ketika penampilan individu semakin sesuai dengan standart sosial yang ada, menjadi tolak ukur. Maka daya tarik fisik menjadi evaluasi utama bagi individu. Proses ini dapat diatasi dengan umpan balik sosial yang baik, seperti pada halnya individu obesitas mampu menerima banyak cobaan dan penolakan di lingkungan. Akan tetapi evaluasi *body image* bisa bersumber dari penilaian pribadi yang dibandingkan dengan standart sosial yang ada.

4) Faktor kepribadian

Kepribadian individu akan membawa pengaruh terkait pembentukan *body image. Sef-esteem* merupakan hal terpenting dari banyaknya faktor lain. *Self-esteem* yang tinggi mempengaruhi evaluasi positif individu terhadap bentuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tubuhnya, *self-esteem* digunakan sebagai penguat saat *body image* individu terancam.

Selain itu, ada pendapat lain dari Thompson & Heinberg (2002) yang mengungkapkan tiga faktor yang mempengaruhi *body image*, yakni :

1) Persepsi

   Persepsi berkaitan dengan kecermatan seseorang saat menilai ukuran tubuhnya. Perasaan bangga atau tidak individu dalam menilai tubuhnya akan berdampak pada persepsi seseorang tentang *body image.*

2) Perkembangan

   Pegalaman pada masa anak – anak dan masa remaja tentang *body image* individu, terutama pada wanita yang pertama kali menstruasi akan berpengaruh pada *body image.*

3) Sosiokultural

   Tolak ukur penilaian masyarakat yakni benar dan tidak benar, baik dan tidak baik, dll. Gaya yang ada di lingkungan sosial akan mempengaruhi *body image*. Seperti contoh, *trend* bentuk tubuh ideal secara tidak langsung mempengaruhi penilaian individu terhadap bentuk tubuhnya.

Dari pemaparan diatas, ditarik kesimpulan bahwa *body image* dipengaruhi oleh banyak faktor seperti sosialisasi kebudayaan, pengalaman individu, krakteristik fisik, kepribadian, persepsi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perkembangan dan sosiokultural.

C. *Social Comparison*

1. Definisi *Social Comparison*

Social comparison ialah keadaan dimana individu membandingkan sifat atau kemampuan yang dimilikinya dengan individu yang lain (Buunk & Vugt, 2013). Menurut Festinger (dalam Baron & Branscombe, 2012) *social comparison* dapat terjadi karena setiap individu memiliki dorongan untuk evaluasi diri melalui perbandingan.

Social comparison merupakan proses pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh individu tentang performa dan penampilan seseorang, yang nantinya akan dibandingkan dengan dirinya sendiri (Masters, 1971). Myers & Crowther (2009), mengungkapkan bahwa individu akan melakukan perbandingan dengan melihat individu lain yang berada di lingkungan sekitarnya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tiggeman & McGill (2004), *social comparison* yang terjadi dikalangan wanita menjadi penyebab ketidakpuasan tubuh.

Menurut Gibbons & Buunk (1999) prinsip dari *social comparison* yaitu untuk mendapatkan informasi lebih dalam tentang individu tersebut. Dengan hal ini, individu akan mengetahui lebih dalam, mengkonfirmasi ataupun menolak apa yang ada didalam dirinya, lalu dibandingkan dengan orang lain, entah itu orang yang serupa maupun yang berbeda dengannya (Eyal & Te'eni, 2013).

Social comparison merupakan proses dimana individu mampu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengenali dirinya sendiri dengan cara evaluasi sikap, kemampuan yang dimilikinya, keyakinan individu dengan membandingkan dirinya sendiri terhadap orang lain (Tylka, T. L., & Sabik, 2010).

Berdasarkan penjelasan tentang pengertian *Social comparison* diatas, dapat disimpulkan bahwa *social comparison* yaitu perasaan individu yang sering membandingkan dirinya dengan melihat orang yang dianggap lebih baik. Sikap *social comparison,* secara tidak langsung menimbulkan dampak negatif pada individu. Ketika individu merasa tidak sesuai dengan standart sosial yang ada, individu akan merasakan sedih, tidak beruntung, tidak bahagia, dan tidak puas terhadap tubuhnya sendiri.

2. Aspek – Aspek *Sosial Comparison*

Menurut Jones (2002), aspek – aspek *social comparison*, *D*iantaranya yaitu :

1. Aspek tinggi tubuh (height)

   Individu membandingkan tinggi tubuhnya dengan tinggi orang lain dengan penilaian seperti, pendek, tinggi atau rata – rata.

2. Aspek berat tubuh (weight)

   Individu membandingkan ukuran tubuhnya dengan ukuran tubuh orang lain, dengan penilaian seperti, ideal, kurus, gendut, dan rata – rata.

3. Aspek bentuk tubuh (shape)

   Individu membandingkan dengan bentuk tubuh orang lain,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan penilaian seperti, bertubuh pas, bongsor dan bertubuh kecil.

4. Aspek wajah (face)

   Individu membandingkan wajahnya dengan orang lain, dengan penilaian cantik, *glowing*, tidak jerawatan, bibirnya kecil, pipinya tirus, pipinya chubby dan lain sebagainya.

5. Aspek gaya (style)

   Individu membandingkan kemampuan berdandannya dengan orang lain, mulai dari cara berpakaian, aksesoris yang digunakan. Dengan penilaian, penampilannya baik, keren, pakaiannya baik dan *stylish.*

Sedangkan menurut Festinger (dalam Baron & Branscombe, 2012) *social comparison* memiliki dua aspek, yakni :

1. Pendapat (*opinion*)

   Pada aspek ini ada perbandingan dan pertimbangan diri sendiri dengan melihat orang lain, perbandingan berasal dari pendapat diri sendiri mengenai apa yang dirasakan dan difikirkan oleh individu itu sendiri.

2. Kemampuan (*ability*)

   Perbandingan yang dilakukan oleh individu dengan melihat dari segi kompetensi, keterampilan atau popularitas yang telah di raih. Apabila kemampuan yang dimiliki oleh individu kurang, individu berusaha meningkatkan kemampuannya,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

agar perbedaan antara dirinya sendiri dengan orang lain tidak seberapa jauh.

Berdasarkan penjabaran diatas, aspek *social comparison* terbentuk dari hasil individu saat memperhatikan tingkah laku orang lain, evaluasi terhadap kemampuan yang dimiliki serta membandingkan dirinya dengan orang lain. Selain itu, atribut yang dibandingkan yaitu meliputi penampilan fisik, dan postur tubuh.

Penelitian ini menggunakan aspek *social comparison* menurut Jones (2002) yang menyangkut tentang daya tarik fisik (*physical attractiveness)*. Munculnya umpan balik yang negatif, perasaan rendah diri yang ditimbulkan dari standart lingkungan sekitar atau masyarakat terhadap daya tarik (*attractiveness*) merupakan alasan utama dari banyaknya kasus keidakpuasan tubuh yang ditimbulkan dari adanya perbandingan sosial (Fisher et al., 2002).

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Sosial Comparison*

Menurut Festinger (dalam Baron & Branscombe, 2012) terdapat tiga faktor yang mendasari seseorang untuk melakukan *social comparison,* diantaranya yaitu :

1. Evaluasi diri

   Suatu kumpulan informasi tentang pengalaman hidup individu terhadap kedudukan, atribut, keterampilan dan harapan sosial. Setiap individu pasti memiliki kecenderungan untuk melakukan perbandingan antara dirinya sendiri dengan orang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain dengan motif untuk evaluasi diri.

2. Perbaikan diri

   Perbaikan diri, adalah motif dari *social comparison*, dimana untuk menjadikan individu yang lebih baik, harus banyak belajar tentang kemampuan dirinya. Perbaikan diri menjadi sarana evaluasi diri.

3. Peningkatan diri

   Peningkatan diri bertujuan untuk meningkatkan harga diri individu, dasar peningkatan diri bergantung pada fungsi dan lingkungan dimana perbandingan itu terjadi (Gibbons & Buunk, 1999).

Dari penjabaran diatas, disimpulkan bahwa *social comparison* dipengaruhi oleh evaluasi diri, perbaikan diri dan peningkatan diri.

4. Jenis – Jenis *Sosial Comparison*

Individu dapat memilih siapa yang menjadi tolak ukur untuk dijadikan standar penilaiannya. Menurut Festinger (dalam Baron & Branscombe, 2012) ada dua jenis *social comparison*, yaitu :

1. *Upward social comparison* (Perbandingan ke atas)

   Individu membandingkan kemampuan atau sifatnya dengan orang lain yang dinilai lebih baik darinya.

2. *Downward social comparison* (Perbandingan ke bawah)

   Individu membandingkan kemampuan atau sifatnya dengan orang lain yang dianggap tidak sebaik dirinya atau lebih buruk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari dirinya.

Biasanya, ketika individu membandingkan dirinya dengan standart dibawahnya, individu ingin mengetahui bahwa dirinya setara atau bahkan lebih baik dari orang lain. Namun apabila individu membandingkan dirinya dengan individu yang lebih baik darinya, agar individu mendapat motivasi untuk berkembang (Cherry, 2020).

Ketika *upward social comparison* teralu berlebihan bukan menjadikan seseorang termotivasi, tetapi justu membuat seseorang menjadi down dan timbul perasaan negatif pemicu depresi. Sama halnya dengan *downward social comparison,* jika sewajarnya akan memuculkan energi positif untuk mengingkatkan *self-esteem.* Namun disisi lain, *downward social comparison* juga bisa menyebabkan perasaan tidak bahagia, karena suatu keadaan dapat berubah menjadi sesuatu yang lebih buruk (Nortje, 2020).

D. Hubungan Antara *Body Image, Social Comparison* Dengan *Self-esteem* Pada Remaja Putri Pengemar Selebgram

Masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak - kanak menuju masa dewasa, diikuti perkembangan fisik serta perkembangan psikologis. Perubahan fisik yang terjadi ialah perubahan utama dalam masa pertumbuhan, sedangkan perubahan psikologis yang terjadi seperti *self-esteem* akan muncul karena dampak dari perubahan fisik yang dilami oleh remaja (S. W. Sarwono, 2011). Daya tarik fisik merupakan hal yang paling utama dari pesona individu. Menariknya penampilan fisik memberikan efek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

positif dan respon yang positif dari lingkungan, secara tidak langsung respon yang positif inilah yang menjadikan individu memiliki kesan yang positif terhadap dirinya sendiri (Baron & Bryne, 2005). Oleh karena itu daya tarik fisik ialah faktor penting bagi individu untuk mendapat dukungan sosial dari lingkungan sekitar, reputasi serta karir. Dengan memiliki bentuk tubuh yang baik, remaja menjadi puas dengan bentuk tubuhnya, akibat dari kepuasan inilah remaja menjadi percaya diri dan menjadikan tingginya *self-esteem* (Hurlock, 2012).

Ketika remaja putri sudah merasa memenuhi standar kecantikan yang ada, serta dinilai menarik oleh lingkungan sekitarnya, remaja putri akan merasa puas dengan tubuhnya, lalu membentuk *body image* yang positif. Remaja putri pun merasa penuh kebahagiaan, kepuasan, kebanggan, dan penerimaan diri tinggi. Remaja putri dengan *body image* positif cenderung lebih mampu untuk menerima, menghargai dirinya, dan merasa memiliki kepercayaan diri waktu berkomunikasi dengan masyarakat, hal ini lah yang akan membentuk tingginya *self-esteem* remaja putri (Solistiawati & Sitasari, 2015). Berbeda dengan penelitian Husna & Rusli (2019) yang mengungkapkan bahwa *body image* tidak mempengaruhi *self-esteem* remaja.

Mruk (2006) menjelaskan bahwa *self-esteem* meliputi sejauh mana individu percaya pada dirinya sendiri jika dirinya mampu dan berguna. Salah satu faktor yang diduga berpengaruh terhadap tingginya *self-esteem* seseorang yakni kondisi fisik atau *body image* (Ghufron & Riswanita,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2010). Santrock (2012) juga mengungkapkan bahwa penampilan fisik dapat menyebabkan rendahnya *self-esteem*, dikarenakan remaja akan cenderung khawatir terhadap penampilan yang terus berubah selama masa pubertas. Penampilan fisik saling berkaitan dengan *self-esteem*, yang menyangkut penilaian dari teman sebaya, orangtua, lingkungan sekitar yang akan membentuk persepsi remaja terhadap daya tarik tubuhnya maupun tubuh orang lain (Guindon, 2009)

Sama halnya dengan *body image, social comparison* juga menjadi salah satu faktor yang diduga berpengaruh terhadap *self-esteem* remaja putri. *Social comparison* merupakan proses pengamatan secara langsung oleh individu tentang performa dan penampilan seseorang, yang nantinya akan dibandingkan dengan dirinya sendiri (Masters, 1971).

Ketika remaja putri membandingkan dirinya dengan melihat orang lain yang dinilai lebih baik darinya, secara tidak langsung penilaian negatif ini akan berdampak pada diri individu dan menjadikan individu memiliki *social compassion* yang rendah. Festinger (dalam Baron & Branscombe, 2012). Hal ini lah yang akan mempengaruhi *self-esteem* remaja putri. Penelitian yang dilakukan oleh Tiggeman & McGill (2004) juga mendapatkan hasil bahwasannya perbandingan sosial yang terjadi dikalangan perempuan menjadi salah satu dari penyebab ketidakpuasan terhadap tubuh, dan menjadikan rendahnya *self-esteem*.

Penelitian Alfasi (2019) menemukan perbandingan yang dilakukan oleh subjeknya termasuk dalam u*pward social comparison*, dengan hasil

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

social comparison menjadi salah satu faktor yang berkontrubusi bagi *self-esteem*. Berbeda dengan penelitian Hasanati & Aviani (2020) yang menemukan hasil terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* tetapi dengan kategori tidak terlalu besar.

Henggaryadi & Fakhrurrozi (2008) mengungkapkan bahwasannya seseorang yang memiliki bentuk tubuh atau fisik proporsional akan memiliki perasaan puas, menimbulkan persepsi positif pada dirinya. Semakin individu merasa menarik dan percaya diri terhadap bentuk tubuhnya akan memberikan arah positif terhadap harga dirinya. *Body image* positif berkontribusi dalam peningkatkan kepercayaan diri individu, nilai diri, membentuk jati diri dan akan mempengaruhi harga diri individu.

Semakin positif *body image* remaja putri, semakin tinggi *self-esteem* yang dimilikinya, begitupula sebaliknya. Sama halnya dengan *social comparison*, semakin tinggi *social comparison* remaja putri maka menunjukkan rendahnya *self-esteem* remaja putri, dan sebaliknya.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa *body image* dan *social comparison* mempengaruhi *self-esteem* remaja putri penggemar selebgram, semakin positif *body image* dan semakin rendahnya *social comparison,* berkontribusi dalam membentuk *self-esteem* yang baik pada remaja putri penggemar selebgram.

E. Kerangka Teoritik

Remaja putri dengan *self-esteem* tinggi akan memiliki *body image* yang positif. Didukung penelitian Solistiawati & Sitasari (2015) yang

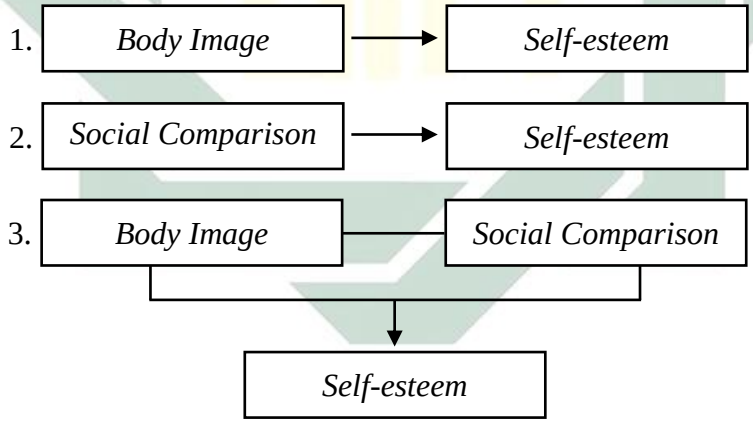
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengungkapkan, adanya hubungan signifikan dan positif antara *body image* dengan *self-esteem*. Artinya, semakin positif *body image*, semakin tinggi *self-esteem*, begitupun sebaliknya. Menurut Cash & Pruzinsky (2002) *body image* ialah penilaian individu terhadap tubuhnya, ditunjukkan dengan penilaian positif atau negatif terhadap tubuhnya sendiri. Burn (1993) mengungkapkan tentang *self-esteem* dipengaruhi oleh *body image*. Dibuktikan dengan penelitian Zhafirah & Dinardinata (2018) menyebutkan jika *body image* berkontribusi meningkatkan *self-esteem* remaja putri. Begitu pula pada penelitian Sari (2012) juga mengungkapkan adanya hubungan positif antara *body image* dengan *self-esteem.*

Social comparison ialah keadaan dimana individu membandingkan sifat atau kemampuan yang dimilikinya dengan individu yang lain (Buunk & Vugt, 2013). Festinger (dalam Baron & Branscombe, 2012) mengemukakan bahwa *social comparison* dapat terjadi karena setiap individu memiliki dorongan untuk evaluasi diri melalui perbandingan. Menurut Masters (1971) *social comparison* terjadi ketika individu mengamati performa dan penampilan orang lain, yang nantinya akan dibandingkan dengan dirinya sendiri. Selain itu Michener et al., (2004) mengungkapkan bahwa faktor yang mempengaruhi *self-esteem* yakni *social comparison.* Pendapat tersebut didukung dengan penelitian Hasanati & Aviani (2020) dengan subjek pengguna instagran, ditemukan hasil adanya hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem*, dengan pengaruh nilai *social comparison* sebesar 13,6%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Alfasi (2019) juga menyatakan salah satu faktor yang mempengaruhi *self-esteem* individu adalah *social comparison*, dimana pada penelitiannya paparan konten yang disajikan di facebook, dapat memunculkan perbandingan sosial yang tidak realisis dan akan berdampak buruk pada harga diri dan suasana hati individu. Penelitian Stapleton et al., (2017) yaitu penelitian tentang "generation validation : the role of social comparison in use off instagram among emerging adults" memiliki hasil bahwa, orang dewasa pengguna aktif instagram, akan lebih sering terlibat dalam tingkat *social comparison* yang lebih tinggi, apabila individu tidak memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi dari perbandingan sosial yang ada. Kerangka teoritik pada penelitian ini, disajikan dalam gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka Teoritik

Berdasarkan kerangka teoritik diatas, penelitian ini menjelaskan bahwasannya *body image* berhubungan dengan *self-esteem*, dimana remaja putri dengan *body image* tinggi akan mempengaruhi tingginya *self-esteem.* Selanjutnya *social comparison* berhubungan dengan *self-esteem*, dimana remaja putri dengan *social comparison* rendah maka *self-esteem* yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimilikinya semakin tinggi. Begitupun sebaliknya, semakin sering remaja putri melakukan perbandingan, berdampak pada rendahnya *self-esteem*. Sehingga remaja putri dengan *body image* yang tinggi dan *social comparison* yang rendah, maka akan membuatnya mempunyai *self-esteem* yang tinggi pula.

F. Hipotesis

Penelitian ini mengangkat tema yang menyatakan korelasi antara tiga variabel. Sehingga, hipotesis dari penelitian ini yakni:

1. Terdapat hubungan antara *Body Image* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.
2. Terdapat hubungan antara *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.
3. Terdapat hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Kuesioner dibuat secara online menggunakan Google formulir, dan disebarkan melalui WhatsApp dan media sosial lainnya. Semua partisipan pada penelitian ini ialah remaja putri yang sesuai dengan kriteria inklusi dalam pemilihan partisipan, telah mengisi informed consent dan kuesioner penelitian secara sukarela.

Tiga buah skala dalam penelitian ini, yakni instrumen *body image*, *social comparison* dan *self-esteem*, menggunakan bentuk skala Likert. Pada masing – masing skala tersedia penjelasan tentang tujuan penelitian, prosedur mengisi kuesioner, identitas subjek dan aitem yang disediakan. Pada bagian identitas subjek, subjek dimohon mencantumkan : (1) Nama, (2) asal sekolah (jurusan), (4) kelas, (5) no telepon. Ditambah data tambahan seperti : (1) usia, (2) jenis perawatan (*body lotion*, *facial*, cream dokter, *skincare drugstore*, maskeran atau tidak perawatan), (3) berat badan (40-50 kg, 51-60 kg atau > 60 kg) dan (4) tinggi badan (150-160 cm, 161-170 cm atau >170 cm).

Tiap skala tersedia empat pilihan jawaban, yakni “sangat setuju” (SS), “setuju” (S), “tidak setuju” (TS), serta “sangat tidak setuju” (STS). Subjek wajib memilih salah satu dari pilihan jawaban yang tersedia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Identifikasi Variabel

Menurut Arikunto (2008) variabel ialah fokus penelitian. Penelitian tugas akhir ini menggunakan tiga variabel, dengan identifikasi :

a. X1 : ***Body Image***

b. X2 : ***Social Comparison***

c. Y : ***Self-esteem***

C. Devinisi Operasional Variabel Penelitian

Devinisi operasional yang digunakan dari ketiga variabel pada penelitian ini yakni :

1. *Body Image*

Body Image diartikan dengan penilaian individu terhadap ukuran tubuh, bentuk tubuh, berat badan maupun dimensi lain yang berkaitan pada penampilan fisik, evaluasi ditunjukkan dengan perasaan kecemasan atau kepuasan. Penelitian ini menggunakan pengukuran *body image* dengan parameter : evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh.

2. *Social Comparison*

Social Comparison terjadi ketika individu melakukan evaluasi, dengan cara membandingkan diri sendiri berdasarkan *standart* orang lain. Dalam penelitian ini *social comparison* diukur menggunakan skala *social comparison* dengan indikator : *Height* (Tinggi Tubuh), *Weight*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(Berat Tubuh), *Shape* (Bentuk Tubuh), *Face* (Wajah), dan *Style* (Gaya).

3. ***Self-esteem***

Self-esteem ialah kecakapan individu dalam menilai dirinya, mampu mempersepsikan dirinya sendiri secara keseluruhan, hasil evaluasi individu menjadi dasar untuk berperilaku. Penelitian ini mengukur *self-esteem* menggunakan skala *self-esteem* dengan parameter : *power* (kekuatan), *significance* (keberartian diri), *virtue* (kebajikan), *dan competence* (kemampuan).

B. Populasi, Teknik Sampling dan Sampel

Berikut ini populasi, teknik sampling dan sampel yang peneliti digunakan :

1. **Populasi**

Penelitian ini menggunakan populasi infinit, yaitu anggota populasi yang totalnya tidak dapat terlihat secara pasti sebelum penelitian dilakukan (Supardi, 2005). Populasi yang dimaksud oleh peneliti adalah keseluruhan dari objek yang nantinya dipelajari dan ditarik kesimpulan oleh peneliti. Populasi pada penelitian ini ialah remaja putri, siswi MA, SMA atau SMK yang ada di Kota Surabaya. Dari populasi yang ada, peneliti memilih beberapa responden yang cocok dengan kriteria penelitian.

Lokasi pengambilan sampel bertempat di Kota Surabaya. Dasar peneliti mengambil lokasi tersebut, atas peninjauan bahwa responden dipilih berdasakan pertimbangan kesesuaian teori dengan kriteria

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden. Peneliti menggunakan Kota Surabaya sebagai tempat penelitian dengan harapan demografi data yang diperoleh menjadi lebih besar dan global, yang nantinya agar nilai dari penelitian ini menjadi lebih menarik.

2. Teknik Sampling

Peneliti menggunakan teknik sampling *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* ialah metode pengambilan sampel dengan tidak memberikan peluang kepada semua anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian. Sedangkan teknik *purposive sampling* yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, atau adanya kriteria subjek (Sugiyono, 2016). Adapun kualifikasi responden pada penelitian ini :

1. Siswi MA, SMA atau SMK di Kota Surabaya
2. Remaja putri berusia 14 - 19 Tahun
3. Aktif menggunakan instagram selama 3 tahun terakhir
4. Menjadi penggemar selebgram
5. Mengikuti akun selebgram tersebut di akun media sosialnya (instagram)
6. Melakukan aktivitas di instagram (membuka *home* dan *explore*, melihat instagram *story*, menggunggah foto dan video, serta memberikan *like* dan *comment* pada postingan orang lain) hingga saat ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Sampel

Sampel ialah irisan dari populasi yang sesuai dengan kriteria responden penelitian (siregar, 2013). Jumlah sampel penelitian, dihitung dengan rumus Lemeshow, dikarenakan jumlah populasi pada penelitian ini infinit atau tidak diketahui jumlahnya (Lemeshow et al., 1997). Berikut rumus Lameshow, yaitu :

$$n = \frac{z_{1-\frac{a}{2}}\mathrm{P}(1-\mathrm{P})}{\mathrm{d}^2}$$

Keterangan :

$n = Jumlah\ sampel$

$z = skor\ z\ pada\ kepercayaan\ 95\ \% = 1{,}96$

$\mathrm{P} = maksmial\ estimasi = 0{,}5$

$d = alpha\ (0{,}10)\ atau\ sampling\ error = 10\%$

Dengan rumus diatas, penelitian ini memperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{z_{1-\frac{a}{2}}\mathrm{P}(1-\mathrm{P})}{\mathrm{d}^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 \cdot 0{,}5\ (1-0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \cdot 0{,}25}{0{,}01}$$

$$n = 96{,}04$$

$$n = 100$$

Berdasarkan rumus Lemeshow, maka diperoleh n sebesar 96,04

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

= 100 sampel. Sehingga pada penelitian ini setidaknya peneliti harus memperoleh sampel penelitian minimal 100 sampel. Dari sampel yang diperoleh nantinya, diharapkan dapat mewakili anggota populasi penelitian.

Berdasarkan pendapat tersebut penelitian ini menggunakan 112 subjek remaja putri penggemar selebgram. Subjek telah sesuai dengan kriteria inklusi penelitian, telah bersedia mengisi informed consent dan kuesioner yang disediakan.

C. Instrumen Penelitian

Penyusunan instrumen untuk mengukur hubungan antara *body image* dan *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram menggunakan skala likert.

Skala likert yakni alat ukur yang menggambarkan indikator variabel. Yang kemudian digunakan sebagai titik awal untuk penyusunan aitem, dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan (Sugiyono, 2016). Data yang didapatkan dari skala likert ini berrbentuk interval, tiap tingkatannya memiliki nilai berbeda.

1. Instrumen Penelitian Variabel *Body Image* (X1)

a. Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel *body image* menggunakan teori dari Cash & Pruzinsky (2002) dengan keseluruhan sebanyak 16 aitem yang terdiri dari lima aspek, yakni : (1) evaluasi penampilan, (2) orientasi penampilan, (3) kepuasan terhadap bagian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tubuh, (4) kecemasan menjadi gemuk), dan (5) pengkategorian ukuran tubuh.

Skala *body image* menggunakan skala likert, dengan empat elternative jawaban yakni sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Pemberian skor pada kuesioner penelitian ini yakni, bila aitem tersebut unfavorable (UF) skor 1diberikan untuk pilihan sangat setuju (SS), skor 2 untuk pilihan setuju (S), skor 3 untuk pilihan tidak setuju (TS), dan skor 4 untuk pilihan sangat tidak setuju (STS). Sedangkan, pemberian skor untuk aitem favorable (F) skor 4 untuk pilihan sangat setuju (SS), skor 3 untuk pilihan setuju (S), skor 2 untuk pilihan tidak setuju (TS), dan skor 1 untuk pilihan sangat tidak setuju (STS). Yang artinya, semakin tinggi skor pada skala *body image* maka semakin positif *body image* yang dimiliki oleh remaja putri penggemar selebgram begitupula sebaliknya, semakin rendah skor *body image* maka itu menunjukkan semakin negatif *body image* yang dimiliki remaja putri pengemar selebgram. Pernyataan dapat dilihat pada tabel *blueprint* berikut :

Tabel 1. Blueprint Skala *Body Image*

Aspek	No. Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Appearance Evaluation (Evaluasi Penampilan)	1, 6	-	2
Appearance Orientation	2, 7, 13, 3	16	5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(Orientasi Penampilan)			
Body Area Satisfaction (Kepuasan Terhadap Bagian Tubuh)	14, 9, 15, 10	12	5
Overweight Preoccupation (Kecemasan Menjadi Gemuk)	11, 5	-	2
Self Classified Weight (Pengkategorian Ukuran Tubuh)	-	4, 8	2
Jumlah			**16**

a. Validitas dan Reliabiltas

a. Validitas

Menurut Saifuddin Azwar (2016) efetivitas merupakan indikator ketelitian yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan dan ketelitian alat ukur untuk digunakan dalam instrumen penelitian. Dapat dikatakan valid ketika alat ukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Apabila r hitung ≥ r tabel, alat ukur di nyatakan valid. Sedangkan, jika r hitung ≤ r tabel, alat ukur di nyatakan tidak valid (Arikunto, 2008). Dengan menggunakan taraf signifikansi r tabel α = 0,1857. Tabel 2 memaparkan hasil uji validitas *body image*.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Skala *Body Image*

Aitem	*Corrected item-total Corellation*	Keterangan
BI1	,291	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BI2	,276	Valid
BI3	,186	Valid
BI4	,150	Tidak Valid
BI5	,159	Tidak Valid
BI6	,085	Tidak Valid
BI7	,286	Valid
BI8	,187	Valid
BI9	,206	Valid
BI10	,327	Valid
BI11	,286	Valid
BI12	,212	Valid
BI13	,290	Valid
BI14	,306	Valid
BI15	,216	Valid
BI16	,222	Valid

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas aitem – aiem pada skala *body image*, mendapatkan nilai r tabel (N-2) yang diketahui N = 112 – 2 = 110, dengan nilai r tabel 0,1857. Maka apabila ditinjau dari nilai r hitung ≥ r tabel, aitem dikatakan valid. Item dinyatakan valid, ketika nilai item ≥ 0,1857, sehingga dari seluruh aitem berjumlah 16 yang diujikan dan dinyatakan valid adalah 1,2,3,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16. Item yang nilainya ≤

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,1857 tidak valid, item nomor 4,5,6 gugur. Dari penjabaran diatas terdapat 13 item *Body Image* yang diterima. Aitem yang gugur dikeluarkan dari skala penelitian. Adapun *blueprint* terbaru *body image* setelah dilakukan uji validitas dipaparkan tabel di bawah ini :

Tabel 3. Blueprint Skala *Body Image* Setelah Uji Validitas

Aspek	**No. Aitem**		**Jumlah**
	Favorable	***Unfavorable***	
Appearance Evaluation (Evaluasi Penampilan)	1	-	1
Appearance Orientation (Orientasi Penampilan)	2, 7, 13, 3	16	5
Body Area Satisfaction (Kepuasan Terhadap Bagian Tubuh)	14, 9, 15, 10	12	5
Overweight Preoccupation (Kecemasan Menjadi Gemuk)	11	-	1
Self Classified Weight (Pengkategorian Ukuran Tubuh)	-	8	1
Jumlah			**13**

b. Reliabilitas

Menurut Saifuddin Azwar (2016) reliabilitas ialah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kosistensi, keajegan, dan dasar alat ukur dapat diketahui melalui uji reliabilitas. Jika *koefisien Cronbach' Alpha* (α) ≥ 0,6 dapat di artikan reliabel.

Tabel 4. Penggolongan Nilai Reliabilitas Skala *Body Image*

Nilai Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Sangat Rendah
0.20 – 0.40	Rendah
0.40 – 0.60	Sedang
0.60 – 0.80	Tinggi
0.80 – 1.00	Sangat Tinggi

Tabel 5 menyajikan hasil *Cronbach' Alpha* pada skala *body image* :

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Skala *Body Image*

Cronbach's Alpha	Jumlah Aitem
,604	16

Tabel 5 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,604 ≥ 0,6 yang berartikan aitem tersebut reliabel.

2. Instrumen Penelitian Variabel *Social Comparison* (X2)

a. Alat Ukur

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *social comparison* menggunakan teori dari Jones (2002) dengan keseluruhan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebanyak 17 aitem yang terdiri dari lima aspek, yakni : (1) *Height* (Tinggi Tubuh), (2) *Weight* (Berat Tubuh), (3) *Shape* (Bentuk Tubuh), (4) *Face* (Wajah), dan (5) *Style* (Gaya).

Skala *social comparison* diukur menggunakan skala likert, dengan empat elternative jawaban yakni sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Pemberian skor pada kuesioner penelitian ini yakni, bila aitem tersebut unfavorable (UF) skor 1diberikan untuk pilihan sangat setuju (SS), skor 2 untuk pilihan setuju (S), skor 3 untuk pilihan tidak setuju (TS), dan skor 4 untuk pilihan sangat tidak setuju (STS). Sedangkan, pemberian skor untuk aitem favorable (F) skor 4 untuk pilihan sangat setuju (SS), skor 3 untuk pilihan setuju (S), skor 2 untuk pilihan tidak setuju (TS), dan skor 1 untuk pilihan sangat tidak setuju (STS). Yang artinya, semakin tinggi skor pada skala *social comparison* maka semakin tinggi *social comparison* yang dimiliki oleh remaja putri penggemar selebgram dan sebaliknya. *Blueprint* skala *social comparison* disajikan oleh tabel 6 :

Tabel 6. Blueprint Skala *Social Comparison*

Aspek	No. Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Height (Tinggi Tubuh)	17, 18	20	3
Weight (Berat Tubuh)	31, 19	32	3
Shape (Bentuk	33. 21, 29	-	3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tubuh)			
Face (Wajah)	27, 26	28	3
Style (Gaya)	30. 22. 23, 25	24	5
Jumlah			**17**

b. Validitas dan Reliabiltas

1. Validitas

Menurut Saifuddin Azwar (2016) efetivitas merupakan indikator ketelitian yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan dan ketelitian alat ukur untuk digunakan dalam instrumen penelitian. Dapat diartikan valid ketika alat ukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Apabila r hitung ≥ r tabel, alat ukur di nyatakan valid. Sedangkan, jika r hitung ≤ r tabel, alat ukur di nyatakan tidak valid (Arikunto, 2008)(Arikunto, 2008). Dengan menggunakan taraf signifikansi r tabel α = 0,1857. Hasil uji validitas *social comparison* ditunjukkan dengan tabel 7:

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Skala *Social Comparison*

Aitem	*Corrected item-total Corellation*	Keterangan
SC17	,203	Valid
SC18	,197	Valid
SC 19	,280	Valid
SC20	,208	Valid
SC21	,182	Tidak Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SC22	,148	Tidak Valid
SC23	,242	Valid
SC24	,185	Tidak Valid
SC25	,301	Valid
SC26	,131	Tidak Valid
SC27	,306	Valid
SC28	,211	Valid
SC29	,362	Valid
SC30	,390	Valid
SC31	,303	Valid
SC32	,242	Valid
SC33	,314	Valid

Dari tabel 7 diatas, didapatkan hasil uji validitas aitem – aiem pada skala *social comparison*, mendapatkan nilai r tabel (N-2) yang diketahui N = 112 – 2 = 110, dengan nilai r tabel 0,1857. Maka apabila ditinjau dari nilai r hitung ≥ r tabel, aitem dikatakan valid. Item dinyatakan valid ketika nilai item ≥ 0,1857, sehingga dari seluruh aitem berjumlah 17 yang diujikan dan dinyatakan valid adalah 17,18,19,20,23,25,27,28,29,30,31,32,33. Item dengan nilai ≤ 0,1857 tidak valid, item yang gugur nomor 21,22,24,26. Dari penjabaran diatas terdapat 13 item *social comparison* yang diterima. Aitem yang gugur dikeluarkan dari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

skala penelitian. Adapun *blueprint* terbaru *social comparison* setelah dilakukan uji validitas dengan tabel 8 :

Tabel 8. Blueprint Skala *Social Comparison* Setelah Uji Validitas

Aspek	No. Aitem		Jumlah
	Favorable	***Unfavorable***	
Height (Tinggi Tubuh)	17, 18	20	3
Weight (Berat Tubuh)	31, 19	32	3
Shape (Bentuk Tubuh)	33, 29	-	2
Face (Wajah)	27	28	2
Style (Gaya)	30, 23, 25	-	3
Jumlah			**13**

2. Reliabilitas

Menurut Saifuddin Azwar (2016) reliabilitas ialah kosistensi, keajegan, dan dasar alat ukur dapat diketahui melalui uji reliabilitas. Jika *koefisien Cronbach' Alpha* (α) ≥ 0,6 dapat di artikan reliabel.

Tabel 9. Penggolongan Nilai Reliabilitas Skala Perilaku *Social Comparison*

Nilai Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Sangat Rendah
0.20 – 0.40	Rendah
0.40 – 0.60	Sedang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0.60 – 0.80	Tinggi
0.80 – 1.00	Sangat Tinggi

Tabel 10 menyajikan hasil *Cronbach' Alpha* pada skala *social comparison*:

Tabel 10. Uji Reliabilitas Skala *Social Comparison*

Cronbach's Alpha	Jumlah Aitem
,641	17

Berdasarkan tabel 10, nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,641 ≥ 0,6, aitem tersebut dikatakan reliabel.

3. Instrumen Penelitian Variabel *Self-esteem* (Y)

a. Alat Ukur

Instrumen untuk mengukur variabel *self-esteem* menggunakan teori Coopersmith (1967) dengan keseluruhan sebanyak 16 aitem yang terdiri dari lima aspek, yakni : *: (1) Power (Kekuatan), (2) Significance (Keberartian Diri), (3) Virtue (Kebajikan), dan (4) Competence (Kemampuan).*

Dengan skala likert, yang disediakan empat elternative jawaban yakni sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Pemberian skor pada kuesioner penelitian ini yakni, bila aitem tersebut unfavorable (UF) skor 1diberikan untuk pilihan sangat setuju

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(SS), skor 2 untuk pilihan setuju (S), skor 3 untuk pilihan tidak setuju (TS), dan skor 4 untuk pilihan sangat tidak setuju (STS). Sedangkan, pemberian skor untuk aitem favorable (F) skor 4 untuk pilihan sangat setuju (SS), skor 3 untuk pilihan setuju (S), skor 2 untuk pilihan tidak setuju (TS), dan skor 1 untuk pilihan sangat tidak setuju (STS). Yang artinya, semakin tinggi skor pada skala *self-esteem*, semakin tinggi pula *self-esteem* remaja putri penggemar selebgram dan sebaliknya. *Blueprint* skala *self-esteem* disajikan pada tabel 11 :

Tabel 11. Blueprint Skala *Self-esteem*

Aspek	No. Aitem		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Power (Kekuatan)	37, 35, 38	44	4
Significance (Keberartian Diri)	48, 39, 33, 46	-	4
Virtue (Kebajikan)	47, 41	40	3
Competence (Kemampuan)	42, 45, 43	36	4
Jumlah			**15**

b. Validitas dan Reliabiltas

1. Validitas

Menurut Saifuddin Azwar (2016) efetivitas merupakan indikator ketelitian yang digunakan untuk menunjukkan ketepatan dan ketelitian alat ukur untuk digunakan dalam instrumen penelitian. Diartikan valid, ketika alat ukur dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Apabila r hitung ≥ r tabel, alat ukur di nyatakan valid. Sedangkan, jika r

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hitung ≤ r tabel, alat ukur instrument di nyatakan tidak valid (Arikunto, 2008). Dengan menggunakan taraf signifikansi r tabel α = 0,1857. Tabel 12 memaparkan hasil uji validitas *self-esteem* :

Tabel 12. Hasil Uji Validitas *Skala* Self-esteem

Aitem	*Corrected item-total Corellation*	Keterangan
SE34	,463	Valid
SE35	,491	Valid
SE36	,262	Valid
SE37	,465	Valid
SE38	,229	Valid
SE39	,369	Valid
SE40	,308	Valid
SE41	,561	Valid
SE42	,389	Valid
SE43	,396	Valid
SE44	,306	Valid
SE45	,539	Valid
SE46	,560	Valid
SE47	,355	Valid
SE48	,419	Valid

Berdasarkan tabel 12 diatas, didapatkan nilai r tabel (N-2) yang diketahui N = 112 – 2 = 110, dengan nilai r tabel 0,1857.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maka apabila ditinjau dari nilai r hitung ≥ r tabel, aitem dikatakan valid. Item dinyatakan valid ketika nilai item ≥ 0,1857. Sehingga dari seluruh aitem berjumlah 15 yang diujikan dinyatakan valid.

3. Reliabilitas

Menurut Saifuddin Azwar (2016) reliabilitas ialah kosistensi, keajegan, dan dasar alat ukur dapat diketahui melalui uji reliabilitas. Ketika *koefisien Cronbach' Alpha* (α) ≥ 0,6 di artikan reliabel.

Tabel 13. Penggolongan Nilai Reliabilitas Skala *Self-esteem*

Nilai Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Sangat Rendah
0.20 – 0.40	Rendah
0.40 – 0.60	Sedang
0.60 – 0.80	Tinggi
0.80 – 1.00	Sangat Tinggi

Tabel 14 memaparkan nilai *Cronbach' Alpha* pada skala *self-esteem:*

Tabel 14. Uji Reliabilitas Skala *Self-esteem*

Cronbach's Alpha	Jumlah Aitem
,798	15

Dari tabel 14, ditemukan nilai *Cronbach's Alpha* 0,798 ≥

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,6 artinya aitem tersebut reliabel.

D. Analisis Data

Tujuan peneliti melakukan analisis data, untuk melihat "Hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-estee* Pada Remaja Putri Penggemar Selebgram" dengan bantuan SPSS versi 23.0. Peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan uji T berpasangan. Sebelum melakukan uji regresi linier berganda dan uji T berpasangan, peneliti harus memenuhi uji berikut :

1. Uji Prasyarat

Uji prasyarat mencakup uji normalitas dan linearitas, dimana hasil dari uji ini yang akan menentukan bahwa hasil analisis data bisa diteruskan atau tidak.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas membantu peneliti untuk melihat data yang diperoleh, berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai probabilitas > 0,05 dapat dikatakan data berdistribusi normal, apabila nilai probabilitas < 0,05 data dikatakan tidak berdistribusi normal (Gunawan, 2006). Peneliti menggunakan bantuan SPSS untuk uji normalitas dengan cara cara *Kormogorov Smirnov,* dan diperoleh data pada tabel dibawah ini :

Tabel 15. Uji Normalitas Variabel

Variabel	*Chi-*	*Asymp.Sig.*	Nilai	Keterangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Square		**Sig.**	
Self-eseem	37,054[a]	,200	0,05	Normal
Body Image	35,250[b]	,200	0,05	Normal
Social Comparison	68,000[c]	,110	0,05	Normal

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan nilai Chi-Square bagi variabel *sel-esteem* = 37,054 dengan signifikansi senilai 0,200 > 0,05, nilai Chi-Square *body image* = 35,250 dengan signifikansi senilai 0,200 > 0,05, nilai Chi-Square *social comparison* = 68,000 dengan signifikansi senilai 0,110 > 0,05. Maka sebaran data penelitian tugas akhir ini dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Peneliti melakukan uji linieritas untuk mengetahui penelitian ini berhubungan linier atau tidak. Apabila signifikansi *liniarity* > 0.05 hubungan antar variabel dikatakan tidak linier, apabila signifikansi *linearity* < 0.05 hubungan antar variabel dikatakan linier (Priyanto, 2010).

Uji linieritas penelitian ini dengan tabel ANOVA pada SPSS, dengan melihat nilai sig.*linearity* & sig. *Deviation from linearity*. Tabel 16 menunjukkan hasil yang didapatkan hasil dari uji linearitas :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 16. Uji Linearitas Pengaruh

Variabel	F	Sig.	Ket
Body Image – Self-esteem	48,311	0,000	Linear
Social Comparison – Self-esteem	43,748	0,000	Linear

Pada tabel 16 didapatkan hasil $p < 0.05$. Berdasarkan standart yang telah dijabarkan diatas, disimpulkan adanya hubungan linier antara variabel *self-esteem* dengan variabel *body image* dan *social comparison*.

c. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas untuk melihat variabel independen saling berhubungan atau tidak. Apabila terjadi hubungan artinya ada masalah pada multikolinearitas. Model regresi dikatakan baik, ketika tidak terjadi hubungan pada variabel independen (Singgih, 2000). Gejala multikolnearitas ditunjukkan dengan nilai *tolerance value* atau VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketetentuan (Ariawaty & Evita, 2018) :

1) Jika *tolerance value* ≥ 0,1 dan VIF ≤ 10, dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas.
2) Sebaliknya, Jika *tolerance value* ≥ 0,1 dan VIF ≥ 10, dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas antara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel bebas.

Hasil uji multikolinearitas penelitian ini dijelaskan melalui tabel 17 :

Tabel 17. Uji Multikolinearitas

Variabel	*Colinearity Statistics*		
	Tolerance	**VIF**	**Keterangan**
Body Image	0,567	1,765	Tidak terjadi
Social Comparison	0,567	1,765	Multikolinearitas

Berdasarkan nilai *tolerance value* atau VIF (*Variance Inflation Factor*) dari dua variabel. Diketahui, tidak terjadi multikolinearitas pada kedua variabel *predictor* yakni *body image* dan *Social Comparison*.

d. Uji Heteroskidastisitas

Tujuan dari uji ini yaitu untuk melihat terjadi atau tidaknya ketidaksamaan *variance* dari residual di dalam regresi antara pemantauan satu ke pemantauan lainnya. Model regresi dikatakan baik ketika mempunyai *variance* yang sama atau homokidasitas. Mengetahui terjadi atau tidak gejala heteroskidasitas dilihat dari diagram *scatterplot* dengan pedoman dibawah ini (Ariawaty & Evita, 2018) :

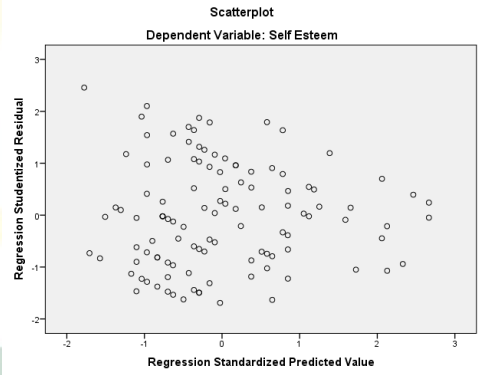
1) Ketika titik – titik terbentuk menjadi suatu pola dan terstruktur seperti gelombang air, pola meluas lalu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyempit pada grafik *scatterplot*, dikatakan terjadi masalah heteroskidasitas.

2) Ketika titik tersebar pada bagian atas, dibawah angka nol koordinat Y dan tidak mebentuk suatu pola terstruktur seperti gelombang air, pola meluas lalu menyempit pada grafik *scatterplot*, dikatakan tidak terjadi masalah heteroskidasitas.

Gambar dibawah ini memperlihatkan hasil uji heteroskidasita :



Gambar 2. Grafik *Scatterplot*

Dari gambar *scatterplot*, terlihat jika titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka nol koordinat Y serta tidak membentuk pola seperti gelombang air, pola meluas lalu menyempit. Dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskidastisitas.

2. Uji Hipotesis

Setelah uji prasayarat, analisis data diteruskan pada pengujian hipotesis. Uji hipotesis dilakukan untuk melihat korelasi *body*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

image, *social comparison* terhadap *self-esteem*. Metode yang digunakan yakni uji regresi linier berganda dan uji T dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

a. Regresi Linier Berganda

Penelitian ini mengkaji variabel *body image*, *social comparison* dan *self-esteem*, sehingga untuk mencari hubungan antara ketiga variabel tersebut dapat menggunakan teknik statistik analisis data berupa regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan pengujian hubungan linier antar kedua variabel atau lebih. Dengan uji ini peneliti dapat melihat arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat berhubungan positive / negative (Muhid, 2019).

b. Uji T (t-test)

Uji T atau uji koefisien regresi, dipergunakan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel independen secara keseluruhan atau secara sepotong – potong dengan variabel dependen. Peneliti menggunakan bantuan SPSS, berdasarkan ketentuan :

1) Nilai probabilitas ≤ 0,05 hipotesis diterima atau koefisien regresi di nyatakan signifikan.
2) Nilai probabilitas ≥ 0,05 hipotesis ditolak atau koefisien regresi di nyatakan tidak signifikan (Singgih, 2005).

c. Uji F (Uji Kelayakan Model)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uji ini untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersamaan dengan variabel terikat. Uji ini ialah tahap pertama identifikasi model regresi untuk dinyatakan layak atau tidak dalam mengungkapkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Saat menguji uji F peneliti melihat analisis varian atau ANOVA menggunakan program SPSS, dengan ketetapan :

1) Nilai *probabilitas* F hitung $\leq \alpha$ 0.05, hipotesis ditolak
2) Nilai *probabilitas* F hitung $\geq \alpha$ 0.05, hipotesis diterima (Singgih, 2005).

d. Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi) Pengaruh Variabel Prediktor Terhadap *Self-esteem*

Uji ini untuk melihat seberapa jauh variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat. Uji R^2 memberikan penjelasan terkait pengaruh variabel - variabel bebas terhadap variabel terikat pada suatu penelitian. Dapat diukur dengan menggunakan rumus $R^2 = r_{xy}^2$.

Nilai R^2 dalam SPSS ditunjukkan dengan nilai *R Square* / *Adjusted R-Square.* Penelitian ini melihat *Adjusted R-Square* karena peneliti menggunakan lebih dari satu variabel bebas. Kemudian R^2 yang dihasilkan dialikan 100%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Persiapan Pelaksanaan Penelitian

Tahapan yang dilakukan peneliti sebelum turun lapangan. Dengan harapan didapatkan hasil *maximal*, adapun tahapan yang dilakukan peneliti yaitu :

a. Persiapan Awal Penelitian

Berikut merupakan tahapan yang dilakukan peneliti pada saat persiapan awal sebelum penelitian :

1. Merumuskan suatu permasalahan yang berkaitan dengan *body image, social comparison* dan *self-esteem* remaja putri penggemar selebgram.
2. Melakukan *literature review* untuk meninjau teori serta penelitian terdahulu yang sesuai dengan rumusan masalah penelitian.
3. Sesi konsultasi dan diskusi bersama DPS terkait permasalahan yang ditemui peneliti dilapangan, lalu diajukan sebagai variabel penelitian.
4. Menetapkan populasi beserta jumlah sampel untuk dijadikan subjek penelitian.
5. Mempersiapkan administrasi penelitian (mengurus berita

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

acara, SK, kartu bimbingan dll).

6. Pengambilan data, dilakukan dengan menyebar luaskan instrument penelitian pada responden yang telah ditetapkan dalam kriteria responden melalui google form.
7. Dari hasil kuesioner responden, peneliti mengolah data.
8. Peneliti melakukan analisis hasil penelitian, dilanjut membuat laporan.

b. Penyusunan Instrumen Penelitian

Tahapan yang dilakukan peneliti saat menyusun instrument penelitian, yakni :

1. Menetapkan aspek keprilakuan dan indikator instrument penelitian dengan berpedoman pada teori.
2. Menyusun gambaran instrument penelitian, membuat blueprint dengan beberapa pernyataan beserta opsi jawaban.
3. Menyusun instrument penelitian *body image, social comparison* dan *self-esteem.*
4. Peneliti melakukan *expert judgment* skala penelitian pada dosen yang ahli dibidangnya, dengan harapan mendapatkan masukan apakah alat ukur yang dibuat layak dan ketetapan kalimatnya sudah sesuai sebelum diuji kepasa subjek.
5. Menetapkan skor instrument penelitian dengan ketentuan, pernyataan favorable bernilai 4 sampai 1 dengan opsi sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

setuju (STS). Dan unfavorable bernilai 1 sampai 4 dengan opsi sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

c. Pelaksanaan Penelitian

Peneliti melaksanaan penelitian dengan tahap – tahap dibawah ini :

1. Membuat proposal penelitian, proposal berisikan gambaran singkat rencana penelitian, teori yang mendasari serta metode penelitian yang digunakan.
2. Peneliti mengumpulkan data pada tanggal 31 Mei Juni 2021 – 04 Juni 2021. Pengumpulan data dengan cara sebar kuesioner menggunakan media google form, lalu link dibagikan melalui WhatsApp, Instagram dan Twitter. Dalam waktu lima hari peneliti telah mendapatkan 112 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian dan telah mengisi kuesioner.
3. Setelah mendapatkan data peneliti mengolah data menggunakan *software* SPSS sesuai dengan uji yang telah peneliti jabarkan pada bab metode penelitian.
4. Setelah memperoleh hasil dari uji prasyarat dan uji hipotesis peneliti menganalisa data, lalu menyusun laporan hasil penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Deskripsi Data Penelitian

a. Deskripsi Subjek

Responden yang sesuai dengan kualifikasi berjumlah 112 remaja putri penggemar selebgram yang merupakan siswi di MA, SMA atau SMK di kota Surabaya.

1. Berdasarkan usia subjek

Kualifikasi responden penelitian yakni remaja putri penggemar selebgram dengan penggelompokan usia 14 – 19 tahun. Pengelompokan subjek bersadarkan usia disajikan dalam tabel 18 :

Tabel 18. Deskripsi Berdasarkan Usia Subjek

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	14	-	10.7%
2.	15	6	5.4%
3.	16	20	17.9%
4.	17	38	33.9%
5.	18	36	32.1%
6.	19	12	10.7%
Total		**112**	**100%**

Berdasarkan tabel 18, jumlah subjek dari penelitian ini yakni berjumlah 112 remaja putri penggemar selebgram, dengan persentase usia 14 tahun 10.7%, usia 15 tahun 5.4%,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

usia 16 tahun 17.9%, usia 17 tahun 33.9%, usia 18 tahun 32.1% dan usia 19 tahun 10.7%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa subjek penelitian ini didominasi remaja usia 17 tahun. Tabel diatas bertujuan untuk mengetahui *range* usia berapakah remaja putri aktif menggunakan instagram dan memiliki penggemar selebgram.

Menurut Santrock (2003) masa remaja ialah masa transisi dari masa kanak - kanak ke masa dewasa diikuti perkembangan fisik serta perkembangan psikologis. Pada usia 10 – 19 tahun individu akan menggalami pubertas atau pematangan organ reproduksi.

Tiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda – beda, rasa ingin tau pun berubah seiring bertambahnya usia. Adanya perbedaan keinginan serta kebutuhan yang berbeda pada masing – masing individu, dalam keterarikan pada selebgram pun berbeda juga. Pengguna instagram dan penggemar instagram berusaha mencari sumber media atau *public figure* yang dikatakan sebagai selebgram yang paling baik, dengan usaha memenuhi kebutuhan (Hurudin, 2007). Penelitian ini mendapatkan hasil pengguna aktif media sosial dan menjadi penggemar selebgram didominasi oleh usia 17 – 18 tahun. Dikarenakan usia ini merupakan fase dimana individu berharap untuk memiliki jati diri yang lebih baik

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari masa anak – anak.

Sesuai dengan data yang peneliti temui pada tahun lalu, *range* usia 18-24 tahun menduduki pengguna aktif instagram tertinggi dengan total persentase 30% (We Are Social Hootsuite, 2020). 87,1% berasal dari layanan media sosial semacam whatsapp, instagram, twitter facebook serta media sosial yang lain, didominasi oleh remaja dengan rentang usia 13 hingga 21 tahun (Adhitia, 2018). Dapat dilihat jika remaja zaman sekarang berumpu dengan kemajuan internet.

2. Berdasarkan berat badan dan tinggi badan subjek

Pengelompokan subjek bersadarkan berat badan disajikan pada tabel 19 :

Tabel 19. Deskripsi Berdasarkan Berat Badan Subjek

No	Berat Badan	Jumlah	Persentase (%)
1.	40 – 50 kg	58	51.8%
2.	51 – 60 kg	33	29.5%
3.	> 60 kg	21	18.8%
	Total	**112**	**100%**

Tabel 19 mengungkapkan bahwa subjek dengan berat badan 40 - 50 kg sebanyak 58 orang (51.8%), 51 – 60 kg sebanyak 33 orang (29.5%) serta berat badan >60 kg sebanyak 21 orang (18,8%).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Maka, mayoritas subjek penelitian ini berada pada *range* berat badan 40 – 50 kg dengan total 58 orang (51.8%). Rincian data subjek disajikan dalam tabel 20 :

Tabel 20. Deskripsi Berdasarkan Tinggi Badan Subjek

No	Tinggi Badan	Jumlah	Persentase (%)
1.	150 – 160 cm	62	55.4%
2.	161 – 170 cm	41	36.6%
3.	> 170 kg	9	8%
	Total	**112**	**100%**

Dengan tabel 20 diketahui bahwa responden yang memiliki tinggi badan 150 – 160 cm sebanyak 62 orang (55.4%), 161 – 170 cm sebanyak 41 orang (36.6%) dan >170 kg sebanyak 9 orang (8%). Sehingga responden pada penelitian ini didominiasi subjek dengan tinggi badan 150 – 160 cm dengan total 62 orang (55.4%). Berdasarkan tabel 19 dan tabel 20 menyajikan hasil bahwa subjek penelitian ini tergolong dalam kategori berat badan normal. Pernyataan ini berdasarkan perhitungan *BMI.* Berikut penjabaran formula *BMI.*

$$\text{BMI} = \text{Berat Badan} : (\text{Tinggi Badan})^2$$

Tinggi badan dihitung dengan satuan meter (m)

Tabel 21. Klasifikasi Tingkat Kegemukan Berdasarkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Body Mass Index* Menurut *National Institutes of Health

BMI	Kategori
< 18.5	Kurus (*underweight)*
18.5 – 24.9	Normal (*Normal Weight)*
25 – 29.9	Gemuk (*Overweight)*
>30	Obesitas (O*besity*)

Tabel 22. Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan *Body Mass Index*

No	BMI	Kategori	Jumlah	Persentase
1.	< 18.5	Kurus (*underweight)*	14	12.5%
2.	18.5 – 24.9	Normal (*Normal Weight)*	92	82.4%
3.	25 – 29.9	Gemuk (*Overweight)*	6	5.35%
4.	>30	Obesitas (O*besity*)	-	0%
	Jumlah		**112**	**100%**

Hasil perhitungan peneliti berdasarkan rumus dan pengelompokan tingkat kegemukan BMI , subjek dengan kategori kurus (*underweight*) 14 orang (12.5%), kategori normal (*normal weight)* 92 orang (82.4%), kategori gemuk (*overweight)* 6 orang (5.35%), serta tidak ada subjek yang obesitas (*obesity*) (0%). Subjek yang mendominasi penelitian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini memiliki berat badan proporsional, sehingga dapat dikatakan ideal.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Henggaryadi & Fakhrurrozi (2008) individu yang memiliki kondisi fisik atau tubuh ideal akan memiliki gambaran diri positif seperti penuh percaya diri, mempertegas harga diri, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini ditemukan bahwa subjek remaja putri penggemar selebgram didominasi dengan subjek dengan kategori tubuh yang ideal.

Begitupun pendapat Atwater (1983) yang mengungkapkan bahwa individu yang mendekati bentuk tubuh ideal,cenderung lebih siap untuk menerima *body image* dirinya. Remaja dengan bentuk tubuh proporsional akan memiliki kepuasan tersendiri. Karena perasaan puas inilah pemicu peningkatan kepercayaan diri dan *self-esteem* remaja (Hurlock, 2012).

b. Deskripsi Data

Tabel 23. Deskripsi Data

No	Variabel	N	Range	*Xmin*	*Xmax*	*Mean*	*Std. Dev.*
1.	*Body Image*	112	13	39	52	44,12	3,207
2.	*Social Comparison*	112	15	37	52	44,02	3,323
3.	*Self-esteem*	112	16	44	60	52,11	4,434

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 23 mengungkapkan bahwa total subjek pada penelitian ini yakni 112 remaja putri. Skala *Body Image* memiliki *range* sebesar 13, skor minimum sebesar 39, skor maksimal sebesar 52, mean sebesar 44,12 dan standar deviasi sebesar 3,207. Skala *Social Comparison* memiliki *range* sebesar 15, skor minimum sebesar 37, skor maksimal sebesar 52, mean sebesar 44,02 dan standar deviasi sebesar 3,323. Dan skala *Self-esteem* memiliki *range* sebesar 16, skor minimum sebesar 44, skor maksimal sebesar 60, mean sebesar 52,11 dan standar deviasi sebesar 4,434.

1) Deskripsi Data Berdasarkan Tingkat Kecondongan Rata – Rata Tiap Variabel

Muhid (2019) mengemukakan bahwasannya analisis data menurut klasifikasi pada tingkat kecondongan rata – rata di tiap variabel dengan ketentuan :

a) Tingkat kecondongan rata – rata tiap variabel dinyatakan tergolong tinggi apabila *Mean hipotetik* < *Mean empiric*

b) Tingkat kecondongan rata – rata tiap variabel dinyatakan tergolong rendah apabila *Mean hipotetik* > *Mean empiric.*

c) Rumus *mean* hipotetik

$$\mu = \left[\frac{\sum \text{skor Jawaban x} \sum \text{aitem}}{2}\right]$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 24. Hasil Mean Hipotetik

Variabel	Jumlah Skor Jawaban	Jumlah Aitem	*Mean* Hipotetik
Body Image	4	13	26
Social Comparison	4	13	26
Self-esteem	4	15	30

Berdasarkan tabel 24, *mean* hipotetik *body image* sebesar 26, *mean* hipotetik *social comparison* sebesar 26, dan *mean* hipotetik *elf-esteem* sebesar 30. Selanjutnya, peneliti menganalisis *mean empiric* untuk melihat tingkat kecondongan variabel penelitian. Sebagaimana terlampir dalam tabel 25 :

Tabel 25. Deskripsi Statistik Tiap Variabel

Variabel	Mean	*Std. Dev*	N	Ket
Body Image	44,12	3,207	112	Tinggi
Social Comparison	44,02	3,323	112	Tinggi
Self-esteem	52,11	4,434	112	Tinggi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel diatas menyatakan bahwa (1) pada variabel *body image* subjek berjumlah 112 ; memiliki mean 44,12 ; dan standar deviasi sebesar 3,207, dikarenakan mean *body image* 26 < 44,12, artinya rata – rata *body image* pada remaja putri terbilang tinggi. (2) pada variabel *social comparison* subjek berjumlah 112 ; dengan mean 44,02 ; dan standar deviasi sebesar 3,323, karena mean *social comparison* 26 < 44,02, maka rata – rata *social comparison* remaja putri terbilang tinggi. (3) pada variabel *self-esteem* responden berjumlah 112 ; dengan mean 52,11 ; serta nilai standar deviasi 4,434, dikarenakan mean *self-esteem* 30 < 52,11, artinya rata – rata *self-esteem* pada remaja putri terbilang tinggi.

Tabel 26. Rumus Pernomaan

Rumus	Kelompok
X < M – 1SD	Rendah
M – 1SD ≤ X M + 1SD	Sedang
M +1SD ≤ X	Tinggi
Keterangan : X = Skor Subjek, M = Mean, SD = Standar Deviasi	

Berikut hasil pernomaan untuk ketiga variabel pada penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 27. Kelompok *Body Image, Social Comparison* dan *Self-esteem*

Variabel	Rentang Nilai	Kelompok	Jumlah	%
Body Image	X < 41	Rendah	15	13,4%
	41 ≤ X < 47	Sedang	79	70,5%
	X ≥ 48	Tinggi	18	16,1%
	Total		112	100%
Social Comparison	X < 41	Rendah	14	12,5%
	41 ≤ X < 47	Sedang	82	73,2%
	X ≥ 48	Tinggi	16	14,3%
	Total		112	100%
Self-esteem	X < 48	Rendah	27	24,1%
	48 ≤ X < 55	Sedang	52	46,4%
	X ≥ 56	Tinggi	33	29,5%
	Total		112	100%

Tabel 26 memperlihatkan kelompok untuk pernomaan tinggi atau rendahnya tiap variabel. Didapatkan hasil pada variabel *body image*, secara keseluruhan subjek penelitian dalam kelompok penilaian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sedang, dengan perincian : kelompok rendah sebesar 15 remaja putri atau 13,4%, kelompok sedang sebesar 79 remaja putri atau 70,5%, serta kelompok tinggi sebesar 18 remaja putri atau 16,1%.

Pada variabel *social comparison*, secara keseluruhan subjek penelitian berada dalam kelompok penilaian sedang, dengan perincian : kelompok rendah sebesar 14 remaja putri atau 12,5%, kelompok sedang sebesar 82 remaja putri atau 73,2%, serta kelompok tinggi sebesar 16 remaja putri atau 14,3%.

Secara keseluruhan variabel *self-esteem* subjek penelitian berada dalam kelompok penilaian sedang, dengan perincian : kelompok rendah sebesar 27 remaja putri atau 24,1%, kelompok sedang sebesar 52 remaja putri atau 46,4%, serta kelompok tinggi sebesar 33 remaja putri atau 29,5%.

B. Pengujian Hipotesis

Tujuan dari penelitian ini untuk melihat hubungan variabel *body image* dan *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram. Menggunakan teknik analisa regresi linier berganda dan uji T. Hasil dari uji statistic penelitian ini, dipaparkan dalam tabel 28 :

Tabel 28. Hasil Uji Hipotesis (regresi linier berganda)

Variabel	Nilai Sig.	Harga	Taraf	Keterangan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		Koefisien	Sig.	
Body Image	0,000	0,534	0,05	Hipotesis Diterima
Social Comparison	0,010	0,357	0,05	Hipotesis Diterima
Self-esteem		1,000		

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis, didapatkan hasil bahwa *body image* dengan koefisien korelasi (r = 0,534) dan signifikansi 0,000 < 0,05 artinya hipotesis diterima, terdapat hubungan antara *body image* dengan *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram. Dengan melihat nilai koefisien korelasi, diungkapkan bahwasannya korelasi bersifat positif (+) yakni (r = 0,534), hasil ini membuktikan adanya arah hubungan yang positif. Semakin positif *body image* pada remaja putri penggemar selebgram, semakin tinggi pula *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.

Selanjutnya, hasil analisis pada tabel 28 juga mengungkapkan bahwa *social comparison* dengan koefisien korelasi (r = 0,357) dan signifikansi 0,010 < 0,05 maka hipotesis diterima, yang artinya terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram. Dengan melihat hasil koefisien korelasi, dapat diungkapkan bahwa korelasi bersifat positif (+) yakni (r = 0,357), hasil ini membuktikan adanya arah hubungan yang positif, semakin tinggi *social comparison* pada remaja putri penggemar selebgram, menyebabkan tingginya *self-esteem*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

remaja putri penggemar selebgram.

Hipotesis yang dikemukakan penelitian ini, memiliki hubungan secara bersamaan antara *body image, social comparison* dengan *self-esteem.* Dengan penjelasan berikut :

Tabel 29. Hasil Uji F (Kelayakan Model)

Variabel	F	Sig.	Keterangan
Body image, social comparison – self-esteem	30,239	0,000	Hipotesis Diterima

Dari tabel 29 didapatkan F-hitung sebesar 30,239 dari Sig 0,000 < 0,05, artinya hipotesis diterima. Sehingga antara variabel *body image, social comparison* secara bersamaan memiliki hubungan yang signifikan dengan *self-esteem.*

Tabel 30. Uji R2 (Koefisien Determinasi) Pengaruh Variabel Prediktor Terhadap *Self-esteem*

Model Sumarry			
R	**R *Square***	***Adjusted* R *Square***	**Keterangan**
0,597[a]	0,357	0,345	Hipotesis Diterima

Dari tabel 30, diketahui hasil R *Square* sebesar 0,357, artinya 35% variabel *self-esteem* dipengaruhi oleh variabel *body image* dan *social comparison.* Sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji pada penelitian ini. Maka hipotesis penelitian dinyatakan diterima,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terdapat hubungan antara *body image* dan *social comparison* dengan *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.

C. Pembahasan

Usia remaja merupakan usia peralihan, fase dimana individu beranjak dari masa kanak – kanak. Remaja terbagi pada tiga kategori. Remaja awal pada *range* usia 12 – 15 tahun, remaja tengah pada *range* usia 15 – 18 tahun, dan remaja akhir pada *range* usia 18 – 21 tahun (Hurlock, 2012). Subjek penelitian in yakni remaja putri penggemar selebgram pada usia 14 hingga 19 tahun, didominasi oleh usia 17 – 18 tahun. Menurut teori yang ada, pada usia ini individu ingin memiliki jati diri yang lebih baik dimasa peralihan remaja menuju dewasa.

Remaja pada *range* usia 15 sampai 18 tahun akan memiliki keinginan lebih dalam mencari sesuatu yang menarik baginya (Hurlock, 2012). Dari masing - masing inidividu akan memiliki kebutuhan yang berbeda. Adanya perbedaan keinginan serta kebutuhan pada masing – masing individu, dalam keterarikan pada selebgram pun berbeda juga. Pengguna instagram dan penggemar instagram berusaha mencari sumber media atau *public figure* yang dikatakan sebagai selebgram yang paling baik, dengan usaha memenuhi kebutuhan (Hurudin, 2007).

Oleh karena itu pada rentang usia 17 – 18 tahun individu akan memiliki keinginan yang lebih dalam mencari sesuatu yang berarti untuk menjadi gambaran ideal dari dirinya, bisa saja dengan individu melihat selebgram yang ia gemari. Berbeda dengan remaja awal (12 – 15 tahun) dimana

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu hanya didominasi oleh rasa cemas, gelisah dan bingung dalam mencari cari jati dirinya, sehingga individu belum mampu menemukan solusi dari kegelisahan yang ia alami. Sedangkan pada remaja akhir (18 – 21 tahun) emosi individu sudah terkontrol dan mampu memahami jati diri dan mengetahui arah tujuan hidupnya, dan telah memiliki pendirian yang jelas.

Pada dasarnya remaja putri dengan berat badan proporsional cenderung merasa puas, lebih percaya diri dan memiliki *body image* yang positif, dibanding remaja putri obesitas (Schwartz & Brownell, 2004) . Sedangkan remaja putri yang kelebihan berat badan, timbul perasaan kurang puas dengan keadaan fisiknya, bentuk tubuh dan mengarah pada *body image* yang negative (Shroff & Thompson, 2006).

Berdasarkan hasil deskripsi subjek yang telah dijabarkan pada tabel 19 hingga tabel 22 tentang berat badan sujek dan tinggi badan subjek berdasarkan klasifikasi *Body Mass Index*, ditarik kesimpulan jika subjek yang mendominasi pada penelitian ini memiliki berat badan yang proporsional, sehingga dapat dikatakan remaja putri penggemar selebgram pada penelitian ini memiliki berat badan ideal. Sehingga dapat dikatakan subjek penelitian ini ialah remaja dengan memiliki kepercayaan diri yang tinggi karena subjek memiliki kondisi fisik yang ideal sehingga memberikan gambaran diri positif. Kepercayaan diri yang tinggilah yang mendasari subjek memiliki *self-esteem* tinggi. Pernyataan ini didasari oleh teori yang yang dikemukakan oleh Henggaryadi & Fakhrurrozi (2008) bahwasannya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu dengan kondisi fisik atau tubuh ideal akan menumbuhkan gambaran diri positif seperti penuh percaya diri dan mempertegas harga diri. Diperkuat oleh pendapat Atwater (1983) bahwa individu yang mendekati bentuk tubuh ideal,cenderung lebih siap untuk menerima *body image* dirinya. Remaja dengan bentuk tubuh proporsional akan memiliki kepuasan tersendiri. Karena perasaan puas inilah pemicu peningkatan kepercayaan diri dan *self-esteem* remaja (Hurlock, 2012).

Dari hasil uji statistic, didapatkan hasil bahwasannya *body* image dan social *comparison* merupakan variabel yang berkontribusi terhadap *self-esteem.* Secara parsial, penelitian ini membuktikan adanya hubungan yang signifikan antar dua variabel independen terhadap *self-esteem*. Artinya semakin positif *body image* remaja putri penggemar selebgram, berdampak pada tinnginya *self-esteem*. Penelitian ini juga membuktikan bahwa semakin positif *social comparison* remaja putri penggemar selebgram, maka semakin tinggi pula *self-esteem* yang dimiliki oleh remaja putri penggemar selebgram.

Temuan tugas akhir ini mendukung serta menolak penelitian terdahulu, Hogg & Vaughan (2011) menyatakan dengan adanya *self-esteem*, individu akan merasa puas dengan dirinya sendiri, *self-esteem* yang positiflah yang membuat seseorang mampu mengatasi rasa kesepian, penolakan sosial dan perasaan cemas yang sedang dialaminya. Hal tersebut didukung oleh Sari (2012) yang mengemukakan adanya hubungan yang positif antara *body image* dan *self-esteem* . Dimana semakin positif *body image* yang dimiliki,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berkontribusi terhadap tingginya *self-esteem*, begitupun sebaliknya. *Body image* merupakan pembentuk *self-esteem.*

Penelitian yang dilakukan oleh Solistiawati & Sitasari (2015) mengungkapkan adanya hubungan siginfikan positif antara *body image* dengan *self-esteem*. Yang artinya, semakin positif *body image*, semakin tinggi pula *self-esteem*, begitupun sebaliknya. Pada penelitian ini ada temuan, ketika remaja putri memiliki kepekaan tinggi terhadap dirinya akan memunculkan pemikiran yang masuk akal tentang penampilan dan bentuk tubuhnya. Dari pikiran yang rasional akan menumbuhkan persepsi positif tentang tubuhnya sendiri, sehingga terbentuklah *body image* positif, individu menjadi bangga dan *self-esteem* menjadi tinggi.

Terdapat lima aspek umum *body image* yakni, pertama evaluasi penampilan untuk mengukur penampilan secara keseluruhan dari penilaian diri sendiri maupun orang lain, kedua orientasi penampilan merupakan kepekaan individu terhadap dirinya serta usaha untuk memperbaiki penampilan, ketiga kepuasan terhadap bagian tubuh merupakan cara individu untuk mengukur perasaan puas terhadap bagian tubuhnya secara detail, ke empat kecemasan menjadi gemuk merupakan usaha individu untuk mengukur kewaspadaan individu tentang berat badannya, dan kelima pengkategorian ukuran tubuh merupakan persepsi individu dalam menilai ukuran tubuhnya (Cash & Pruzinsky, 2002).

Gambaran tubuh ideal yang dipaparkan pada konten instagram secara tersirat akan berdampak pada persepsi individu tentang fisik dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penampilan seseorang, dan mengarah pada kesenjangan *actual self* dengan *ideal self* (Ahadzadeh et al., 2017). Sarwono & Meinarno (2015) mengungkapkan bahwa adanya kesenjangan yang dirasakan individu dapat memicu individu untuk termotivasi dan berupaya mengurangi kesenjangan yang dirasakannya. Remaja penggemar selebgram yang menjadikan gambaran ideal selebgram idolanya sebagai bentuk motivasi untuk menjadi lebih baik, dikatakan mampu mengatasi kesejangan serta menjadikan individu memiliki *body image* yang positif dan berkontribusi dalam meningkatkan harga diri.

Zhafirah & Dinardinata (2018) menjelaskan bahwa citra tubuh bepengaruh dalam meningkatkan harga diri remaja perempuan. Pendapat ini juga diperkuat oleh Van Den Berg et al (2010) dalam penelitiannya yang menunjukkan terdapat hubungan antara ketidakpuasan tubuh dan harga diri kuat dan signifikan pada semua kelompok remaja, remaja laki – laki maupun remaja perempuan. Dari hasi penelitian ini, ditemukan kesimpulan bahwasannya pentingnya mengatasi permasalahan terkait citra tubuh dari semua latar belakang serta usia, karena citra tubuh akan berpengaruh pada harga diri individu.

Social comparison merupakan proses pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh individu tentang performa dan penampilan seseorang, yang nantinya akan dibandingkan dengan dirinya sendiri (Masters, 1971). Myers & Crowther (2009), mengungkapkan bahwa individu akan melakukan perbandingan dengan melihat individu lain yang berada di

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lingkungan sekitarnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratri (2018) mengungkapkan terkait adanya hubungan antara penggunaan media sosial dengan tingkat harga diri remaja. Ketika remaja menjadi pengguna aktif, tanpa disadari remaja putri pengemar selebgram melakukan perbandingan sosial dengan tolak ukur orang yang ada dimedia sosialnya. Begitupun pada penelitian Stapleton et al., (2017) memaparkan hasil penelitian bahwasannya, dewasa awal pengguna aktif instagram yang tidak memiliki *self-esteem* yang lebih tinggi dari perbandingan sosial yang ada, akan lebih mudah telibat dalam perbandingan sosial dengan skala besar.

Penelitian lain menemukan hasil bahwa individu yang memiliki skor *social comparasion* tinggi, berdampak pada rendahnya *self-esteem* (Vogel et al., 2014). Begitupun pada penelitian Alfasi & Yitshak (2019) ditemukan hasil adanya hubungan negatif antara *social comparison self-esteem* individu.

Pada penelitian Hasanati & Aviani (2020) mengemukakan terdapat hubungan signifikan dengan arah negatif antara *social comparison* dengan *self-esteem*. Diartikan, semakin sering individu melakukan perbandingan, menyebabkan rendahnya *self-esteem*. Begitupun sebaliknya, semakin jarang individu melakukan perbandingan, *self-esteem* individu menjadi tinggi. Pada penelitian ini *social comparasion* dan *self-esteem* dilihat pada konteks subjek pengguna instagram dan daerah bukit tinggi.

Sedangkan responden pada penelitian ini adalah remaja putri yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki penggemar selebgram, remaja putri penggemar selebgram akan cenderung lebih ingin mengetahui identitas selebgram tersebut. Hal ini didukung oleh pendapat Gibbons & Buunk (1999) yang mengungkapkan bahwa motif utama dari perbandingan sosial yaitu untuk mendapatkan informasi lebih dalam tentang individu tersebut. Dengan hal ini, individu akan mengetahui lebih dalam, mengkonfirmasi ataupun menolak apa yang ada didalam dirinya dengan membanding - bandingkan, entah itu dengan orang yang setara maupun yang berbeda dengannya (Eyal & Te'eni, 2013). Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa semakin tinggi *social comparasion* yang dilakukan oleh remaja putri penggemar selebgram maka semakin tinggi pula *self-esteem* remaja putri penggemar selebgram. Artinya remaja putri yang memiliki penggemar selebgram akan membandingkan dirinya sendiri seperti selebgram yang di idolakan, dan ketika remaja putri penggemar selebgram telah merasa dirinya seperti selebgram yang di idolakan, akan mempengaruhi *self-esteem* nya. Maka *self-esteem* remaja putri penggemar selebgram menjadi tinggi.

Meskipun hasil penelitian memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya, yakni memaparkan adanya hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem*. Akan tetapi ada keunikan di penelitian tugas akhir ini, dengan hasil adanya arah hubungan positif antara *social comparison* dengan *self-esteem.* Secara umum subjek penelitian melakukan *social comparison* melalui instagram dengan melihat selebgram yang subjek idolakan dalam kategori sedang cenderung tinggi, serta memiliki *self-esteem* sedang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cenderung tinggi pula. Penjelasan kecenderungan ini dapat dilihat pada sebaran data tabel 27. Perbedaan pada hasil penelitian ini dapat terjadi karena beberapa alasan yang mendasari, salah satunya ialah karakter dari subjek yang berbeda (Gibbons & Buunk, 1999), konsep diri pada masing – masing individu (Lee, 2014), dan adanya perbedaan social media, perbedaan konten serta pembanding yang digunakan sebagai oleh masing – masing individu (Vogel et al., 2014). Yang paling penting yakni budaya – budaya yang diterapkan oleh individu serta latar belakang budaya di lingkungan subjek penelitian (Gibbons & Buunk, 1999; Baron & Bryne, 2005).

Didukung juga oleh penelitian Alfasi & Yitshak (2019) salah satu faktor yang mempengaruhi *self-esteem* ialah *social comparison*. Vogel (2014) juga mengungkapkan bahwasannya *self-esteem* individu juga dapat dipengaruhi oleh social media serta konten – konten yang sering dikonsumsi oleh individu. Festinger (Baron & Branscombe, 2012) mengemukakan bahwa *social comparison* dapat terjadi karena setiap individu memiliki dorongan untuk evaluasi diri melalui perbandingan. Ada empat aspek *social comparison*, pertama tinggi tubuh melalui tinggi tubuh individu membandingkan dirinya dengan melihat tinggi tubuh orang lain, kedua melalui berat tubuh individu membandingkan dengan melihat berat tubuh orang lain, ketiga aspek bentuk tubuh digunakan sebagai individu untuk membandingkan bentuk tubuhnya dengan bentuk tubuh orang lain, keempat aspek wajah merupakan tolak ukur individu untuk membandingkan wajanya dengan wajah orang lain, dan kelima aspek style merupakan tolak ukur

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ndividu untuk membandingkan kemampuan berdandannya dengan orang lain.

Body image dan *social comparison* yang tinggi sangat diperlukan oleh remaja putri penggemar selebgram untuk meningkatkan *self-esteem.* Karena dengan tingginya *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram akan menjadikan individu memiliki kesejahteraan hidup.

Dari hasil uji deskripsi statistic variabel *body image, social comparison* dan *self-esteem* didapatkan jumlah subjek remaja putri penggemar selebgram sebanyak 112 subjek. Dari 112 subjek penelitian, diperoleh skor *minimum* pada variabel *body image* sebesar 39, skor *maximal* sebesar 52, rata – rata (*mean*) sebesar 44,12 dan *standar deviasi* sebesar 3,207. Pada variabel s*ocial comparison* diperoleh skor *minimum* sebesar 37, skor *maximal* sebesar 52, rata - rata (*mean)* sebesar 44,02 serta *standar deviasi* sebesar 3,323. Terakhir pada variabel *self-esteem* mendapatkan skor *minimum* sebesar 44, skor maksimal sebesar 60, rata – rata *(mean)* sebesar 52,11 serta *standar deviasi* sebesar 4,434.

Dari data deskriptif ditemukan hasil, nilai nilai *mean* hipotetik < *mean* empiric variabel *self-esteem* yaitu 26 < 44,12, artinya sebanyak 112 remaja putri penggemar selebgram memiliki *body image* dalam kategori tinggi. Didapatkan data bahwa *social comparison* memiliki nilai *mean* hipotetik < *mean* empiric yaitu *26* < 44,02, artinya sebanyak 112 remaja putri penggemar selebgram memiliki *social comparasion* dalam kategori tinggi. Variabel *self-esteem* mendapatkan nilai *mean* hipotetik < *mean* empiric

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yaitu 30 < 52,11, artinya sebanyak 112 remaja putri penggemar selebgram memiliki *self-esteem* yang tergolong tinggi.

Dari hasil analisis data penelitian, menunjukkan adanya hubungan signifikan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri pengemar selebgram dengan tingkat korelasi kategori rendah (r = 0,357) (Sugiyono, 2013). Dapat diartikan jika *body image* berhubungan dengan *self-esteem*. Bagi remaja putri penggemar selebram yang memiliki *body image* yang positif, mempengaruhi tingginya *self-esteem*. Selanjutnya *social comparison* berhubungan dengan *self-esteem*, remaja putri penggemar selebram yang memiliki *social comparison* tinggi, akan memiliki *self-esteem* yang tinggi. Begitupun sebaliknya, semakin rendah *social comparison* yang dilakukan oleh remaja putri penggemar selebram, maka semakin rendah *self-esteem.* Sehingga, *body image* dan *social comparison* berkontribusi dalam membentuk *self-esteem* pada remaja putri penggemar selebgram.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini memberikan gambaran baru pada lingkup psikologi, serta memperluas ilmu pada ranah psikologi. Oleh karena itu, adanya temuan ini berimplikasi pada pentingnya remaja putri mempunyai *self-esteem* tinggi, agar remaja putri dapat meraskan hidup tentram. Pernyataan ini juga didukung oleh pendapat dari Guindon (2009) yang mengungkapkan *self-esteem* merupakan kebutuhan dasar bagi setiap manusia, karena *self-esteem* inilah yang mempengaruhi motivasi, kepuasan hidup, perilaku fungsional dan berhubungan dengan kesejahteraan hidup

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

individu. Apabila remaja putri penggemar selebgram memberikan evaluasi positif terhadap diri sendiri, membuat *self-esteem* menjadi positif. Baron & Bryne (2005) juga mendefinsikan bahwa *self-esteem* merupakan sikap evaluatif yang bisa bersikap positif maupun negative terhadap diri. Pentingnya remaja putri memiliki *self-eteem*, agar remaja putri penggemar selebgram mampu memberikan evaluasi terhadap dirinya sendiri, dapat mengetahui seberapa kompeten dalam menilai dan menggenali dirinya sendiri, apabila remaja putri penggemar selebgram mampu mengenali dirinya dengan penilaian yang positif akan berkontribusi terhadap tingginya *self-esteem.*

Saat melakukan penelitian, peneliti memiliki keterbatasan dalam uji validitas tiap variabel yang digunakan pada penelitian ini, dikarenakan peneliti tidak melakukan percobaan alat ukur sebelum finalisasi pengambilan data. Oleh karena itu uji coba perlu dilakukan terlebih dahulu agar benar – benar mengetahui aitem yang pantas digunakan pada penelitian dan aitem yang gugur. Selanjutnya keterbatasan ada pada pengambilan data pada remaja putri penggemar selebgram, karena adanya pandemic Covid-19 yang melanda dunia, sehingga peneliti tidak bisa melakukan pengambilan data secara *offline* sehingga pengambilan data hanya mampu dilakukan secara *online.* Sesuai dengan tujuan penelitian peneliti menggunakan subjek remaja putri penggemar selebgram di kota Surabaya dengan harapan data yang didapatkan menjadi global karena berada pada lingkup yang lebih besar dan hasil penelitian menjadi menarik, akhirnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peneliti memutuskan untuk menyebar kuesioner penelitian melalui *google form* dan disebarluaskan menggunakan media sosial instagram dan WhatsApp.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan analisis data, didapatkan hasil adanya hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri pengemar selebgram dengan tingkat korelasi kategori rendah. Sehingga dugaan hipotesis yang diajukan peneliti, yakni :

1. Hipotesis penelitian diterima. Terdapat hubungan antara *Body Image* dengan *Self-esteem* pada remaja putri pengemar selebgram. Dengan arah hubungan positif, artinya remaja putri penggemar selebgram yang memiliki *body image* yang positif akan membentuk *self-esteem* yang tinggi, begitupun sebaliknya.
2. Hipotesis penelitian diterima. Terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri pengemar selebgram. Dengan arah positif, artinya remaja putri penggemar selebgram yang memiliki *social comparison* yang tinggi akan membentuk *self-esteem* yang tinggi, begitupun sebaliknya.
3. Hipotesis penelitian diterima. Terdapat hubungan antara *Body Image* dan *Social Comparison* dengan *Self-esteem* pada remaja putri pengemar selebgram. Artinya *body image* dan *social comparison* berkontribusi dalam membentuk *self-esteem* yang baik pada remaja putri penggemar selebgram.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Saran

1. Bagi Tenaga Pendidikan

Tenaga pendidik hendaknya peduli dan terus memotivasi siswinya yang mengalami permasalahan terkait *body image*, *social comparison* dan *self-esteem*, agar siswi tersebut mampu mengatasi permasalahannya dan merasa jika dirinya sangat berharga.

2. Bagi subjek penelitian

Bagi subjek yang telah memiliki *self-esteem* tinggi, diharapkan mampu menjaga dan juga menempatkan diri dengan sebaik – baiknya di lingkungan. Bagi subjek yang masih memiliki *self-esteem* yang rendah, penelitian ini digunakan sebagai sarana evaluasi sehingga subjek dapat meningkatkan *self-esteem* yang dimilikinya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

a. Adanya penelitian sebagai gambaran untuk peneliti selanjutnya yang hendak meneliti dengan topik seragam namun dengan sudut pandang yang berbeda, sehingga nantinya hasil penelitian dengan topik yang serupa dapat ditemukan hasil yang sesungguhnya.

b. Disarankan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan teknik pengambilan sampel yang lebih luas, sehingga ditemukan jumlah populasi dan subjek penelitian yang lebih banyak. Dikarenakan penelitian ini terkendala pandemic Covid-19, sehingga dalam pengambilan data hanya mampu menggunakan google form, diharapkan peneliti selanjutnya mampu melakukan pengambilan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data secara langsung agar mendapatkan hasil yang lebih akurat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Adhitia. (2018). *Millennials Dominasi Penggunaan Internet, Kebanyakan untuk Chatting dan Media Sosial*. https://www.idntimes.com/news/indonesia/fitang-adhitia/millennials-dominasi-penggunaan-internet-kebanyakan-untuk-chatting-dan-media-sosial-1

Ahadzadeh, A. S., Sharif, S. P., & Ong, F. S. (2017). Self-schema and self discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior*, *6*(8), 8–16.

Alfasi, & Yitshak. (2019). The grass is always greener on my Friends' profiles: The effect of Facebook social comparison on state self-esteem and depression. *Personality and Individual Differences*, *147*(May), 111–117. https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.04.032

Ancok, D. (1999). *Wanita sendiri yang merasa dirinya rendah. Kirana lembar wanita. Kedaulatan rakyat*. Yogyakarta.

Andani, T. P. (2018). Hubungan Penerimaan Diri dan Harga Diri pada Remaja dengan Orang Tua Bercerai. *Cognicia*, *8*(2), 54–65.

Aprilia, N. (2016). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas*.

Ariawaty, R. ., & Evita, S. N. (2018). *Metode Kuantitatif Praktis*. Bandung: Bima Pratama Sejahtera.

Arikunto. (2008). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Karya.

Atwater, E. (1983). *Psychology of adjustment (2rd ed)*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.

Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Baron, R. A., & Branscombe, N. . (2012). *Social Psychology 13th Ed*. Boston : Pearson Education, Inc.

Baron, R. A., & Bryne, D. (2005). *Psikologi sosial jilid 1 edisi kesepuluh*. Jakarta : Erlangga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Branden, N. (1980). *The Psychology of Self Esteem*. California : Nash Publishing Corporation.

Branden, N. (2001). *Kiat Jitu Meningkatkan Harga Diri*. Jakarta : PT Prenhallindo.

Burn, R. B. (1993). *Konsep diri: Teori, pengukuran, perkembangan dan perilaku*. Jakarta: Pencetak Arcan.

Buunk, A. P., & Vugt, M. V. (2013). *Applying social psychology: from problems to solutions (2nd ed.)*. London: SAGE.

Calhoun, J. F., & Acocela, J. R. (1990). *Psychology of Adjusment and Human Relantionship. Ed. 3*. New York : Mc Graw Hill Publishing Company.

Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: The Guilford Press.

Cash, T. F., & Smolak, L. (2011). *Body image : A handbook of science. Practice and prevention (2nd ed)*. New York : The Guildford Press.

Cherry, K. (2020). *Social comparison theory in psychology*. https://www.verywellmind.com/what-is-the-social-comparison-process-2795872#citation-1

Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco : Freeman and Company.

Eyal, K., & Te'eni. (2013). Explaining the relationship between media exposure and earl adolescent' body image perception. *Journal of Medical Psychology*, 129–141. https://doi.org/10/1027/1864-1105/a000094

Felita, P., Siahaja, C., Wijaya, V., Melisa, G., Chandra, M., & Dahesihsari, R. (2016). Pemakaian Media Sosial dan Self Concept pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA*, *5*(1), 30–41.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*(2), 117–140. https://doi.org/doi:10.1177/001872675400700202

Fisher, E., Dunn, M. E., & Thompson, J. K. (2002). Social Comparison And Body Image : An Investigation Of Body Comparison Processes Using Multidimensional Scaling. *Jurnal of Social and Clinical Psychology*, *21*(5), 566–579. https://doi.org/10.1521/jscp.21.5.566.22618

Frey, & Carlock. (2005). *Enhancing Self Esteem*. Ohio :Accelerated Development.
Gardener, R. M. (1996). Methodological Issue In Assesment of The Perceptual

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Compenent of Body Image Distrubance. *British Journal of Psychology*, *87*, 327–337.

Gardner, R. M. (1996). *Body image : understanding body dissatisfaction in men, women and children.* London and new York : routledge.

Ghufron, M. N., & Riswanita, R. (2010). *Teori - Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

Gibbons, F. X., & Buunk, B. 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/https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129

Guindon, M. . (2009). *Self-esteem across the lifespan : Issue and Interventions*. New York : Routledge.

Gunarsa, S. D. (2009). *Dari anak sampai usia lanjut: Bunga rampai psikologi perkembangan*. Jakarta: Gunung Mulia.

Hamacheck, D. E. (1987). *Encounters with the self Ed. 3*. New York : CBS College Publishing.

Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). Hubungan Social Comparison dengan Self-Esteem pada Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *4*(3), 2391–2399. https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v4i3.721

Henggaryadi, G., & Fakhrurrozi, M. (2008). Relationship between body image and self-esteem in adolescent men taking exercise. *Journal of Faculty of Psychology Gunadarma University*, 1–24.

Hogg, & Vaughan. (2011). *Social Psychology 6th ed*. London : Prentice Hall.

Hurlock, E. B. (2012). *Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (terjemahan)*. Jakarta : Erlangga.

Hurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Husna, R., & Rusli, D. (2019). Pengaruh Body Image terhadap Self-Esteem pada Remaja Fans K-Pop. *Jurnal Riset Psikologi*, *225*(3), 1–11. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24036/jrp.v2019i3.6886

Jan, M., Soomro, S. A., & Ahmad, N. (2017). Impact of Social Media on Self-Esteem. *European Scientific Journal, ESJ*, *13*(23), 329. https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n23p329

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jersild, A. . (1979). *The psychology of adolescence*. New York : The macmillan.

Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media and Society*, *6*(2). https://doi.org/10.1177/2056305120912488

Jones, D. C. (2002). *Social Comparison and Body Image : Attractiveness Comparisons to Models and Peers Among Adolescent Girls and Boys*. *45*(November 2001), 645–664.

Kosasih, A., Reksura, B., & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Tingkat Kepuasan Hidup, Media Sosial, Harga Diri, dan Materialisme Terhadap Perilaku Mahasiswa Berkendara Sendirian Menggunakan Mobil ke Kampus. *Dimensi Pratama Teknik Sipil 6*, *6*(2), 1–5.

Lee, S. . (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, *32*, 253–260.

Lemeshow, S., W, D., J, H., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gaja Mada University Press : Yogyakarta.

Lerner, R., & Steinberg, L. (2009). *Handbook of Adolescent Psychology Third Edition*. New York : Willey.

Masters, J. . (1971). Social Comparison. *Young Children*, *27*(1), 37–60.

Mattern, J. (2017). *Instagram Series : Sosial Media Sensation*. Minnesota: Abdo Publishing.

Michener, H. ., Delamater, J. D., & Myers, D. J. (2004). *Social Psychology*. Wadsworth : Thomson Learning, Inc.

Mruk, C. J. (2006). *Self esteem research, theory, and practice*. New York : Springer Publishing Company.

Mruk, C. J. (2013). *Self-esteem and Positive Psychology: Research, Theory, and Practice 4rd Edition*. New York : Springer Publishing Company Inc.

Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik 5 Langkah Praktis Analisis Statistik Dengan SPSS For Windows (2 ed.)*. Sidoarjo : Zifatama Jawara.

Myers, T. A., & Crowther, J. H. (2009). Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *Journal of Abnormal Psychology*, *118*(4), 683–698. https://doi.org/10.1037/a0016763

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Nortje, A. (2020). *Social comparison: an unavoidable upward or downward spiral*. https://positivepsychology.com/social-comparison/

Oktavia, D. A. R., & Sudaryanto, E. (2018). Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri dalam Akun Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Foto Swafoto dalam Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Jurnal Reseprentamen*, *4*(1), 1–9.

Priyanto, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta : Gava Media.

Ratri, D. H. (2018). *Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Tingkat Harga Diri Remaja Di Sma Negeri 2 Jember*.

Riyadi, S., & Purwanto, T. (2009). *Asuhan Keperawatan Jiwa*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Rombe, S. (2014). Hubungan body image dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA negeri 5 samarinda. *EJournal Psikologi*, *2*(1), 76–91.

Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja. Jakarta: Erlangga.* Jakarta : Erlangga.

Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan Anak. Jilid 1 Edisi kesebelas*. Jakarta : PT. Erlangga.

Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup Edisi 13 Jilid 1, Penerjemah: Widyasinta,B)*. Jakarta : Erlangga.

Sari, P. N. (2012). Hubungan Antara Body Image dan Self Esteem Pada Dewasa Awal Tuna Daksa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Surabaya*, *1*(1), 1–9.

Sarwono, S. R., & Meinarno, E. A. (2015). *Psikologi sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.

Sarwono, S. W. (2011). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Schwartz, M. ., & Brownell, K. . (2004). Obesity and body image. *Rtment of Psychology*, *1*, 43–56.

Shroff, H., & Thompson, J. . (2006). Peer Influences, Body-Image Dissatisfaction, Eating Dysfunction and Self-Esteem in Adolescent Girls. *Journal of Health Psychology*, *11*, 533–551.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Singgih, S. (2005). *Buku Latihan Statistik Parametrik*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Sjabadhyni, B., & Alfarani, D. (2001). *Sikap wanita terhadap kosmetika dan kaitannya dengan diskrepansi konsep diri dan citra produk pengembangan kualitas SDM dari perspektif PIO*. Jakarta : penelitian bagian PIO Fakultas Psikologi UI.

Solistiawati, A., & Sitasari, N. (2015). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Harga Diri Remaja Akhir Putri (Studi Pada Mahasiswi Reguler Universitas Esa Unggul). *Jurnal Psikologi Esa Unggul*.

Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017). Generation Validation: The Role of Social Comparison in Use of Instagram among Emerging Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *20*(3), 142–149. https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0444

Steinberg, L. (1999). *Adolescence (6th edition)*. New York : McGraw Hill.

Stuart, G. W. (2006). *Buku Saku Keperawatan Jiwa Edisi 5*. Jakarta: EGC.

Stuart, G. W. (2013). *Principles and Practice Of Psychiatric Nursing*. Missouri: Elsevier.

Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : PT Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : PT Alfabeta.

Sunaryo. (2004). *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta : EGC.

Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Yogyakarta : UII Press Yogyakarta.

Syachfira, N., & Nawangsih, E. (2020). *Hubungan Social Comparison dan Self-Esteem pada Mahasiswa Pengguna Instagram*. *6*(2), 554–559. https://doi.org/10.29313/.v6i2.23136

Thompson, J. K., & Heinberg, L. J. (2002). *The Media's Influence on Body Image Disturbance and Eating Disorders: We've Reviled Them, Now Can We Rehabilitate Them? 51*(2), 339–353. https://doi.org/https://doi.org/10.1111/0022-4537.00119

Tiggeman, M., & McGill, B. (2004). The Role of Social Comparison in the Effect of Magazine Advertisements on Women"s Mood and Body Dissatisfaction.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Journal of Social and Clinical Psychology, *23*(1), 23–44.

Tylka, T. L., & Sabik, N. J. (2010). Integrating social comparison theory and selfesteem within the objectification theory to predict women's disorderedeating. *Sex Roles*, *63*, 18–31.

Van Den Berg, P. A., Mond, J., Eisenberg, M., Ackard, D., & Neumark-Sztainer, D. (2010). The link between body dissatisfaction and self-esteem in adolescents: Similarities across gender, age, weight status, race/ethnicity, and socioeconomic status. *Journal of Adolescent Health*, *47*(3), 290–296. https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.02.004

Vogel, E., P Rose, J., & Lindsay, R. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, *3*(4), 206–222. https://doi.org/10.1037/ppm0000047

Wangge, B. D. R., & Hartini, N. (2013). Hubungan antara penerimaan diri dengan harga diri pada remaja pasca perceraian orangtua. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, *2*(1), 1–6.

We Are Social Hootsuite. (2020). We Are Social. In *Digital 2020 Global Digital Overview*. https://wearesocial.com/digital-2020

Wilkinson, J. M. (2006). *Buku Saku Diagnosa Keperawatan dengan Intervensi NIC dan Kriteria Hasil NOC*. Jakarta : EGC.

Yusuf, A., Fitryasari, R., & Nihayati, H. (2015). *Buku Ajar Keperawatan. Kesehatan Jiwa*. Jakarta: Salemba Medika.

Zhafirah, T., & Dinardinata, A. (2018). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Harga Diri Pada Siswi Sma Kesatrian 2 Semarang. *Empati*, *7*(2), 334–340.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id