

**PENGARUH *UPWARD COMPARISON*
TERHADAP *BODY IMAGE* MAHASISWI
PENGGUNA AKTIF INSTAGRAM**

SKRIPSI



**Disusun Oleh:
Annisa Rahmawati
19.0801.0022**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
2023**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan masyarakat saat ini berhubungan erat dengan media sosial. Media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari (Nordmann, 2022). Salah satu media sosial populer di Indonesia saat ini yaitu Instagram. Instagram adalah platform media sosial berbasis gambar dan video. Penggunaan aktif bulanan Instagram di Indonesia mencapai 99,9 juta pengguna (Data Indonesia, 2022; Datareportal, 2022). Jumlah penduduk Indonesia hingga September 2022 mencapai 275,77 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022), artinya lebih dari sepertiga populasi penduduk Indonesia merupakan pengguna aktif Instagram. Didominasi oleh usia 18-24 tahun, sebanyak 38,6 juta pengguna dengan 92,1% penggunaannya adalah mahasiswa (Setiawati, 2020; Statista, 2022). Mahasiswa adalah sebutan kepada individu yang sedang menuntut pendidikan di perguruan tinggi. Mahasiswa wanita atau disebut dengan mahasiswi (Putri & Indryawati, 2019). Survei menyebutkan pengguna dengan jenis kelamin wanita lebih besar yaitu sebanyak 51,4%, sedangkan laki-laki sebesar 48,6% (Statista, 2022).

Mahasiswi adalah sebutan kepada individu yang sedang menuntut pendidikan di perguruan tinggi. Mahasiswi masuk pada masa dewasa awal dimana perkembangan fisik individu sedang berada pada puncaknya, hal ini mengakibatkan munculnya keinginan individu untuk memiliki penampilan menarik di hadapan orang lain. Saat memenuhi tugas perkembangannya, pada mahasiswi banyak terhubung dengan Instagram (Hendrickse dkk.,

2017). Mahasiswi menggunakan Instagram untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, mengekspresikan diri (Astuti & Ningsih, 2021) mencari kesenangan dan hiburan (Syahreza & Tanjung, 2018) membentuk citra diri (Zakirah, 2018), menampilkan identitas diri (Nurfalah dkk., 2021; Widiastuti, 2016) dan sebagai ajang eksistensi diri (Aprilia, 2016). Selain itu, penggunaan Instagram secara tidak bijak dapat menimbulkan permasalahan *body image* (Fardouly dkk., 2015, 2018; Tiggemann dkk., 2018). Lebih dari 80 juta gambar diunggah di Instagram setiap harinya (Fardouly dkk., 2018) memberikan kesempatan besar bagi para penggunanya untuk membandingkan penampilan mereka dengan orang lain. Hasil penelitian Tiggeman dan Zaccardo (2015) menyebutkan bahwa paparan konten *fitspiration* di Instagram dapat mendorong timbulnya ketidakpuasan tubuh dan mood negatif bagi mahasiswi. Penelitian lain menunjukkan bahwa Instagram dapat menimbulkan banyak permasalahan *body image* (Fardouly dkk., 2018; Hendrickse dkk., 2017; Tiggemann dkk., 2018; Tiggemann & Zaccardo, 2015). Berdasarkan hasil *preliminary research* kepada 20 pengguna aktif Instagram, mendapat data bahwa 16 diantaranya merupakan wanita yang tidak puas dengan penampilan tubuhnya saat ini, setelah membandingkan diri dengan *postingan* teman maupun selebriti bertubuh ideal di Instagram. Mereka merasa *insecure*, ingin diet, terlalu gemuk, kurang percaya diri, dan merasa belum memiliki tubuh standar.

Diperkuat dengan hasil wawancara terhadap 2 responden pengguna aktif Instagram berusia 20 dan 21 tahun, mereka mengatakan bahwa tidak puas dengan tubuh yang dimilikinya saat ini. Responden A dan Z mengemukakan bahwa setelah melihat foto di Instagram yang ia anggap ideal, membuat A dan Z tidak puas dengan dirinya sendiri. A menganggap dirinya terlalu kurus, payudara kecil, pantat yang rata dan kulit yang tidak putih. A merasa minder, insecure bahkan terkadang frustrasi ketika melihat foto teman wanita di Instagram yang memiliki porsi badan ideal. Sedangkan Z merasa tubuhnya terlalu berisi, sehingga tidak cocok jika memakai pakaian tebal. Z menganggap tubuhnya tidak menarik karena berat badan dengan tinggi belum sesuai standar tubuh yang ia baca di Instagram. Z ingin merubah tubuhnya, agar terlihat menarik dan pantas memakai pakaian model apapun seperti teman-teman wanita yang ia lihat di Instagram. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mereka mengalami permasalahan terhadap *body image*.

Pengguna Instagram dapat memilih gambar diri yang paling bagus untuk diunggah, juga memanipulasi gambar menggunakan filter sesuai keinginan dan menjadi lebih baik. Bentuk manipulasi dari ini dapat mempengaruhi penampilan wanita dan menyebabkan ketidakpuasan *body image* yang lebih besar dibandingkan media sosial lainnya, karena wanita lebih banyak menghabiskan waktu untuk memilih, memfilter, dan mengedit foto mereka di Instagram (Tiggemann & Barbato, 2018). Ketidakpuasan mahasiswa dengan beberapa aspek tubuhnya (setelah terpapar gambar Instagram) dapat

memperburuk kesehatan dan kesejahteraan psikologis (Usmar dkk., 2022) gangguan makan dan depresi pada wanita muda (Fardouly dkk., 2018). Permasalahan tersebut muncul karena para mahasiswi telah memiliki gambaran tubuh ideal dalam pikirannya, namun dirinya menyadari belum memenuhi standar tubuh ideal yang tergambar di dalam pikirannya (Setiawati, 2020). Tubuh langsing pada wanita secara sosial diidolakan dan dikaitkan dengan kepuasan, pencapaian, dan persetujuan sosial. Sebaliknya, kelebihan berat badan dipandang sebagai tanda kemalasan dan kurangnya pengendalian diri (Grogan, 2022). Wanita menghabiskan lebih banyak waktu dan upaya untuk mencapai tubuh ideal daripada pria seperti mengikuti program diet, rutin membeli *skincare*, produk riasan wajah, dan suplemen kecantikan. Selain itu, wanita yang sudah cemas dan tidak percaya dengan *body image* mereka, sangat mungkin melakukan perbandingan sosial (ke atas) yang mengakibatkan ketidakpuasan tubuh lebih lanjut (Tiggemann dkk., 2018).

Instagram memiliki kekuatan untuk mempengaruhi proses evaluasi *body image* seseorang (Grogan, 2022) dan digunakan secara aktif oleh mahasiswi. *Body image* didefinisikan sebagai gambaran tubuh yang meliputi pemikiran, persepsi, dan perasaan yang dibentuk dalam pikiran diri sendiri (Newman, 2018; Nordmann, 2022; Setiawati, 2020; Tiggemann & Zaccardo, 2015). Menurut Grogan (2022) *body image* adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya, berupa penilaian positif dan negatif. Seseorang dengan *body image* yang baik memiliki pandangan positif tentang tubuhnya. Begitu pula sebaliknya, seseorang dengan *body image*

negatif membuat penilaian negative, maka akan mengalami gangguan persepsi, ketidakpuasan, dan ketidaksukaan terhadap tubuhnya sendiri. Penilaian negatif umumnya melibatkan ukuran tubuh, massa otot, berat badan, dan bentuk tubuh secara keseluruhan. *Body image* negative dapat dipengaruhi oleh peran gender, berat badan, konsep diri, media sosial dan *Social comparison* (Nordmann, 2022). *Social comparison* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *body image* akan menjadi negatif ataupun positif.

Menurut Festinger (1954) *Social comparison* adalah teori yang menunjukkan bahwa adanya dorongan individu untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain, sebagai bahan evaluasi terhadap kemajuan dan kemampuan mereka sendiri. *Social comparison* terbagi menjadi dua jenis, yaitu membandingkan dengan orang yang lebih baik (*upward comparison*) dan membandingkan dengan orang yang lebih buruk/rendah (*downward comparison*) dibandingkan diri sendiri (Yuniarti & Sitinjak, 2022). Individu cenderung membuat perbandingan penampilan fisik dengan target yang lebih menarik/baik (*upward comparison*). Individu secara tidak langsung sering melakukan *upward comparison* saat menelusuri Instagram (Meier dkk., 2021) akan membawa lebih banyak dampak negatif (Fardouly dkk., 2015). *Upward comparison* menimbulkan perasaan tidak menyenangkan *unpleasant feelings* misalnya, iri hati (Luo dkk., 2018) frustrasi, kekecewaan, kecemasan, dan kemarahan (Kwak dkk., 2022).

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa terdapat pengaruh antara perbandingan sosial dengan *body image*. Penelitian sebelumnya

menunjukkan bahwa *upward comparison* berpengaruh negatif terhadap *body image* (Fardouly dkk., 2015; Usmar dkk., 2022; Wen dkk., 2022) seperti dorongan untuk kurus *harga diri* (Liu dkk., 2017), kesejahteraan mental (Meier dkk., 2021). Hal berbeda ditemukan bahwa *upward comparison* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *body image* (Thøgersen-Ntoumani dkk., 2017), pengaruh perbandingan pada kategori sedang (Astuti & Ningsih, 2021; Setiawati, 2020).

Berdasarkan beberapa hasil yang berbeda antara penelitian terdahulu, masih banyaknya penelitian yang kurang mengangkat penelitian secara spesifik mengenai gender wanita, dan spesifik penggunaan media sosial Instagram. Dari beberapa saran peneliti-peneliti sebelumnya sebaiknya lebih spesifikasi terhadap media sosial yang digunakan karena memiliki fungsi yang berbeda-beda. Dan belum melakukan spesifikasi demografi seperti gender karena pria dan wanita memiliki standar yang berbeda sehingga penelitian sebelumnya mengalami bias gender. Urgensi penelitian ini yaitu untuk memberi gambaran terkait bahaya *upward comparison* terhadap *body image*. Meningkatkan pengetahuan *body image*, sehingga dapat dilakukan intervensi yang efektif untuk mencegah permasalahan *body image*. Memberikan pemahaman tentang bagaimana mendapatkan *body image* yang positif, sehingga terhindar dari banyak permasalahan *body image* seperti gangguan makan, frustrasi, kekecewaan, kecemasan, dan kemarahan. Menyumbang solusi kepada para mahasiswa dengan permasalahan ini, sehingga bisa menerima *body image* secara positif dan lebih mencintai tubuh sendiri. Peneliti tertarik untuk

menggali lebih dalam melalui penelitian ini mengenai pengaruh *upward comparison* terhadap *body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ada pengaruh *upward comparison* terhadap *body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *upward comparison* terhadap *body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menyumbang data atau informasi dalam perkembangan keilmuan psikologi sosial dan menjadi pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber rujukan atau referensi untuk memperbarui atau mendalami teori mengenai pengaruh antara *upward comparison terhadap body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram.

E. Keaslian penelitian

Penelitian mengenai *upward comparison* dan *body image* telah dilakukan oleh penelitian-penelitian sebelumnya. Fardouly dkk (2015) melakukan penelitian tentang *Social comparisons on social media: THE impact of Facebook on young women's Body Image concerns and mood*, kepada

mahasiswa Wanita di Australia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan sosial media facebook dan permasalahan *body image* yang dimediasi oleh *social comparison*. Penelitian menjelaskan bahwa *social comparisons (Upward)* mempengaruhi para wanita pengguna Facebook dengan merasakan kepuasan *body image* pada beberapa hari tertentu dan ketidakpuasan *body image* pada hari lain.

Usmar dkk (2022) melakukan penelitian tentang Pengaruh *Upward comparison* Terhadap Citra Tubuh Pada Remaja Perempuan Pengguna Sosial Media Di Kota Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *upward comparison* berdampak pada persepsi remaja terhadap citra tubuh sehingga memicu gangguan psikologis. Artinya terdapat pengaruh negatif *upward comparison* terhadap citra tubuh pada remaja perempuan pengguna sosial media di Kota Makassar. Hal ini berarti semakin tinggi *upward comparison*, maka semakin negatif citra tubuh remaja perempuan pengguna sosial media. Makin rendah *upward comparison* maka makin positif *body image* remaja perempuan pengguna sosial media di Kota Makassar.

Thøgersen-Ntoumani dkk (2017) melakukan penelitian tentang *A Diary Study of Self-Compassion, Upward Social Comparisons, and Body Image-Related Outcomes*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-compassion* terhadap penampilan itu penting, tidak hanya ketika ada ancaman terhadap *body image* melalui mediasi *upward comparison*. Penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada efek yang signifikan antara *upward social comparisons* terhadap *body image*.

Selain itu, penelitian Tiggeman dkk tentang *The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan pengguna Instagram dalam penelitiannya memiliki berbagai masalah *body image*. Hal ini disebabkan karena mereka tidak yakin dengan *body image* yang mereka miliki, kemudian mencari standar untuk dibandingkan melalui *upward social comparisons* yang mengakibatkan ketidakpuasan *body image* lebih lanjut.

Berdasarkan penjelasan diatas tentang penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa medial sosial dapat mendorong sikap perbandingan sosial ke atas yang berpengaruh terhadap *body image* seseorang. Media sosial khususnya Instagram, memungkinkan terbentuknya standar kecantikan ideal. Standar kecantikan ideal mendorong seseorang untuk mengevaluasi tubuhnya dengan cara melakukan perbandingan dengan seseorang yang lebih baik. Berdasarkan hasil-hasil penelitian terdahulu maka peneliti ingin meneliti penelitian ini dengan beberapa persamaan yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sampel, tempat, skala penelitian yang berbeda, spesifikasi media sosial yaitu Instagram dan spesifikasi gender yaitu perempuan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Body Image

1. Definisi Body Image

Paul Schilder pada tahun 1920-an merupakan peneliti teori *body image* pertama yang mengaitkan dengan keilmuan psikologi dan sosiologi. Sebelumnya, penelitian *body image* hanya terbatas pada studi mengenai persepsi tubuh yang terdistorsi oleh kerusakan otak. Setelahnya Schilder (1950) dalam bukunya yang berjudul *The Image And Appearance Of The Human Body* mendefinisikan *body image* sebagai gambaran tubuh kita (individu) yang terbentuk dalam pikiran mengenai pengetahuan atas kondisi tubuh yang dimilikinya. Schilder berpendapat bahwa citra tubuh tidak hanya merupakan konstruksi dari kognitif (pikiran), tetapi juga merupakan bentuk refleksi dari interaksi dan sikap dengan orang.

Menurut Grogan (2022) *body image* adalah suatu konsep multidimensi, subjektif, dan dinamis mengenai persepsi, pikiran, perasaan individu mengenai tubuhnya. *Body image* menurut Cash & Pruzinsky (2002) digambarkan sebagai "citra tridimensional yang dimiliki sekitar dirinya sendiri": seseorang dapat memvisualisasikan tubuhnya dari sisi depan, samping, dan bahkan belakang, meskipun tidak semua dapat dilihat pada saat yang sama.

Body image tidak selalu sama dengan keadaan tubuh yang sebenarnya atau yang nyata. Keadaan yang dipikirkan dan dirasakan individu mengenai tubuhnya belum tentu menggambarkan keadaan yang aktual, atau hasil penilaian diri sendiri secara subyektif. *Body image* dapat diartikan sebagai kumpulan sikap atau persepsi individu yang disadari maupun tidak disadari oleh tubuhnya termasuk persepsi pada masa lalu atau sekarang mengenai ukuran, fungsi, penampilan dan potensi yang dimiliki (Fardouly dkk., 2018).

Body image merupakan pengalaman individual tentang tubuhnya, suatu gambaran mental seseorang yang mencakup pikiran, persepsi, perasaan, emosi, imajinasi, penilaian, sensasi fisik, kesadaran, dan perilaku mengenai penampilan dan bentuk tubuhnya yang dipengaruhi oleh idealisasi pencitraan tubuh di masyarakat (Newman, 2018; Nordmann, 2022; Setiawati, 2020; Tiggemann & Zaccardo, 2015).

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa *body image* merupakan sikap, pikiran, persepsi, dan perasaan individu mengenai tubuhnya sendiri. *Body image* tidak selalu sama dengan keadaan tubuh yang sebenarnya atau yang nyata. Keadaan yang dipikirkan dan dirasakan individu mengenai tubuhnya belum tentu menggambarkan keadaan yang aktual, atau hanya hasil penilaian diri sendiri secara subyektif.

2. Aspek Body Image

Kepuasan dan ketiaktepuasan terhadap kondisi tubuh dapat diukur dengan aspek-aspek pada *body image* (Cash & Pruzinsky, 2002). Aspek- aspek dalam *body image*, terdiri dari:

- a. Evaluasi penampilan (*Appearance Evaluation*)

Penilaian individu terhadap bentuk tubuh dan penampilannya, dapat berupa perasaan puas atau tidak puas, menarik atau tidak menarik terhadap penampilan keseluruhan tubuhnya. Penilaian tertuju pada penampilan diri sendiri, dan penilaian terhadap penampilan orang lain.

b. Orientasi penampilan (*Apperance Orientation*)

Bentuk perhatian individu terhadap penampilan tubuhnya. Usaha yang dilakukan berupa memperbaiki dan meningkatkan penampilan seperti perawatan terhadap beberapa bagian tubuh. Individu akan terus berusaha memberikan perhatian untuk menjaga penampilan tubuhnya.

c. Kepuasan terhadap bagian tubuh (*Body Area Satifaction*).

Menggambarkan perasaan puas atau tidak puas terhadap beberapa bagian tubuh tertentu. Mengukur kepuasan pada bagian tubuh yang spesifik seperti wajah, tubuh bagian atas (dada, bahu, lengan), tubuh bagian tengah (pinggang, perut), tubuh bagian bawah (pinggul, paha, pantat, kaki), serta bagian tubuh secara keseluruhan.

d. Kecemasan menjadi gemuk (*Overweight Preoccupation*)

Menggambarkan perasaan gelisah, kecemasan individu terhadap kegemukan, serta kewaspadaan terhadap berat badan. Individu memiliki kecenderungan untuk melakukan diet, dan membatasi pola makan.

e. Pengkategorian ukuran tubuh (*Self Classified Weight*)

Penilaian individu terhadap ukuran tubuhnya. Individu memandang dan melabel ukuran tubuhnya, apakah dalam kategori kurus atau gemuk, kategori tinggi atau pendek.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa aspek-aspek *Body Image* yaitu, evaluasi penampilan (*Appearance Evaluation*), orientasi penampilan (*Apperance Orientation*), kepuasan terhadap bagian tubuh (*Body Area Satifaction*), kecemasan menjadi gemuk (*Overweight Preoccupation*), pengkategorian ukuran tubuh (*Self Classified Weight*) (Cash & Pruzinsky, 2002).

3. Faktor Body Image

Pandangan terhadap tubuh sangat dipengaruhi oleh perubahan pertumbuhan fisik, tayangan dan tampilan media masa yang menampilkan bentuk tubuh model ideal, sehingga individu cenderung membandingkan bentuk tubuhnya dengan bentuk tubuh orang lain seusianya. Faktor-faktor yang mempengaruhi *body image* antara lain:

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *body image*, terdiri dari:

a. Usia

Usia mempengaruhi *body image* terutama terkait munculnya ketidakpuasan terhadap tubuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan dengan rentan usia 17 sampai 25 tahun memiliki ketidakpuasan terhadap *body imagenya* dibandingkan dengan perempuan usia 40 tahun sampai 60 tahun (Cash & Pruzinsky, 2002)

b. Jenis kelamin

Faktor jenis kelamin menjadi faktor penting dalam perkembangan *body image* seseorang. Perempuan memiliki *body image* negatif dari pada pria. Para perempuan lebih mempermasalahkan *body image* bila dibandingkan dengan laki-laki. Selain itu, perempuan menyadari bahwa penampilan fisik dianggap sangat penting, sehingga perempuan lebih mempersoalkan kegemukan dibandingkan pria.

c. Media massa

Media massa mempengaruhi *body image* seseorang terkait persepsi perempuan yang merasa tubuhnya tidak ideal. Media memberikan gambaran ideal mengenai fitur perempuan yang mempengaruhi gambaran tubuh seseorang. Majalah perempuan terutama majalah fashion, film, sosial media dan televisi banyak menyajikan gambar model-model yang kurus sebagai figur yang ideal, sehingga menyebabkan banyak perempuan merasa tidak puas dengan dirinya. Dari segi tingkah laku, perempuan ingin memiliki tubuh yang kurus seperti para model di media, mereka rela melakukan diet atau cara lain untuk memanipulasi serta mengurangi berat tubuh.

d. Hubungan interpersonal

Feedback terhadap penampilan dalam hubungan interpersonal mempengaruhi pandangan dan perasaan mengenai tubuh. Penerimaan *feedback* atau komen mengenai penampilan fisik berarti seseorang mengembangkan persepsi tentang bagaimana orang lain memandang dan menilai dirinya.

e. Kepribadian

Kepribadian individu juga mempengaruhi pembentukan terhadap *body image*. Menurut Cash & Pruzinsky (2002) remaja perempuan mengalami ketidakpuasan terhadap *body image* berdampak pada harga diri yang lebih rendah daripada remaja perempuan yang lain. *Body image* yang negatif merupakan penyebab utama remaja perempuan menjadi depresif.

Menurut Suryanie (2005) faktor-faktor *body image*, terdiri dari:

a. Reaksi orang lain

Manusia sebagai makhluk sosial selalu berinteraksi dengan orang lain, agar dapat diterima di lingkungan. Ia akan memperhatikan pendapat atau reaksi yang dikemukakan oleh lingkungannya termasuk pendapat mengenai fisiknya.

b. Perbandingan dengan orang lain atau *cultural ideal*

Wanita cenderung lebih peka terhadap penampilan dirinya dan selalu membandingkan dirinya dengan orang lain. Stereotype mengenai budaya kecantikan ideal yang dapat disampaikan melalui masukan orang tua, teman sebaya, media massa dan media sosial.

c. Identifikasi terhadap orang lain

Individu memiliki kecenderungan untuk menjadi mirip dengan idola atau orang lain yang dikaguminya. Seseorang merasa perlu, sehingga menyulap diri agar serupa atau mendekati idola atau simbol

kecantikan yang dianut agar merasa lebih baik dan lebih menerima keadaan fisiknya.

d. Faktor-faktor sosiokultural

Standar kecantikan ideal yang diciptakan oleh masyarakat sosiokultural seperti: tubuh ramping, berkulit putih, kaki panjang, dan wajah menarik. *Trend* mengenai tubuh ideal dapat mempengaruhi persepsi individu mengenai tubuhnya, sehingga tidak jarang mereka cenderung melakukan perbandingan diri dengan orang lain yang dilihat sesuai dengan standar kecantikan yang diciptakan oleh sosiokultural yang telah menjadi *trend*.

Menurut Hall (2009) faktor ketidakpuasan *body image*, terdiri dari:

a. *Peer relationship (hubungan dengan teman sebaya)*

Hubungan individu dengan teman sebaya merupakan suatu hal yang sangat penting. Membanding-bandingkan diri dengan temannya dapat mempengaruhi peningkatan rasa kekhawatiran terhadap *body imagenya*, sehingga berdampak pada ketidakpuasan terhadap tubuhnya.

b. *Social environment and media (lingkungan sosial dan media)*

Lingkungan sosial dan media merupakan salah satu sumber tekanan untuk menjadi bahan objek perbandingan tubuh ideal. Hal ini dilakukan secara langsung maupun tidak langsung melalui tokoh yang dikaguminya dengan tubuh lebih baik.

c. *Internalization of thinnes (mindset untuk kurus)*

Keyakinan bahwa memiliki tubuh kurus dapat memberikan banyak kelebihan, seperti lebih diterima di masyarakat, cocok memakai pakaian model apapun, banyak dikagumi, terlihat seksi, sukses dalam bidang karir.

d. *Social support deficits* (kurangnya dukungan sosial)

Lingkungan sekitar sering memberikan banyak tekanan yang menyatakan bahwa tubuh kurus jauh lebih baik dibandingkan bertubuh berisi/gemuk. Tekanan dari lingkungan sekitar ini dapat meningkatkan pikiran-pikiran negative. Kurangnya dukungan-dukungan dari orang-orang sekitar seperti orang tua dan teman sebaya membuat individu semakin tidak menghargai dan tidak puas dengan bentuk tubuh yang dimilikinya.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa faktor-faktor *body image* yaitu: usia, jenis kelamin, lingkungan sosial dan media, hubungan dengan orang lain, kepribadian, *culture ideal*, sosiokultural, perbandingan dengan orang lain, *mindset* untuk kurus dan kurangnya dukungan sosial.

B. Upward comparison

1. Definisi Upward comparison

Social comparison atau perbandingan sosial menurut Festinger (1954) merupakan proses seseorang membandingkan kemampuan dan penampilan dirinya dengan orang lain dalam lingkungannya. Menurut teori, perbandingan sosial diklasifikasikan menjadi dua tipe yaitu *upward comparison* (perbandingan ke atas) dan *downward comparison* (perbandingan ke bawah).

Dengan adanya teori perbandingan sosial, peneliti terdahulu melakukan penelitian untuk memperluas teori perbandingan sosial melalui atribut personal termasuk penampilan fisik. Menurut Arigo dkk, (2014) seseorang cenderung membandingkan dan mengevaluasi penampilan mereka dengan target yang lebih baik darinya atau disebut dengan *upward comparison*.

Menurut Festinger (1954) *upward comparison* (perbandingan ke atas) merupakan suatu bentuk evaluasi diri sendiri dengan orang lain yang lebih baik seperti tubuh, pengetahuan, kemampuan, dan karir.

Menurut Thøgersen-Ntoumani dkk., (2017) *upward comparison* (perbandingan ke atas) mengacu pada proses di mana individu mengevaluasi diri terhadap mereka yang dianggap lebih unggul pada dimensi tertentu seperti pada penampilan fisik.

Menurut Tiggemann dkk, (2018) *upward comparison* yaitu tindakan membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih baik atau superior. Seorang wanita cenderung sering melakukan *upward comparison*, yaitu membandingkan dirinya dengan gambar ideal yang disajikan media, dimana mereka menemukan ada yang kurang dalam diri mereka sehingga mengarah pada suasana hati yang buruk dan ketidakpuasan pada tubuh.

Berdasarkan beberapa pemaparan di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa *upward comparison* merupakan suatu bentuk evaluasi diri dengan cara membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih baik atau superior, dari segi kemampuan, pengetahuan, karir, fisik dan lain sebagainya.

2. Aspek Upward comparison

Menurut Festinger (1954) *upward comparison* merupakan salah satu jenis dari *social comparison*, keduanya memiliki aspek yang terdiri dari:

a. *Evaluate opinions and abilities accurately*

Individu melakukan evaluasi terhadap pendapat serta menilai kemampuan diri secara akurat dengan cara membandingkan diri dengan kemampuan orang lain. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kemampuan kinerja yang mencerminkan diri dengan orang lain. Contohnya yaitu ketika seseorang ingin mengevaluasi kemampuan bernyanyinya, maka ia akan membandingkan dengan orang lain yang bisa menyanyi. Kemudian dilanjutkan dengan memberikan pendapat dan evaluasi terhadap kemampuan bernyanyinya.

b. *Evaluate through comparisons with other people*

Individu mengevaluasi diri melalui kegiatan membandingkan-bandingkan dirinya dengan orang lain. Evaluasi biasanya dilakukan dengan membandingkan dengan target yang lebih baik darinya atau target yang lebih buruk darinya.

c. *Prefer to compare with similar other*

Individu cenderung memilih membandingkan diri dengan orang-orang yang memiliki sedikit kesamaan atau orang yang sebaya dengannya. Individu melakukan perbandingan terhadap sesuatu seperti fisik/tubuh, kemampuan, sikap, karir, pencapaian dan beberapa aspek diri lainnya.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa aspek *sosial comparison*, terdiri dari: *evaluate opinions and abilities accurately, evaluate through comparisons with other people, prefer to compare with similar other.*

3. Faktor Upward comparison

Menurut Festinger (1954) terdapat 3 faktor yang mempengaruhi perbandingan, diantaranya:

a. Evaluasi diri

Individu memiliki kecenderungan melakukan perbandingan terhadap diri mereka dengan orang lain dan motif mengevaluasi diri. Evaluasi diri merupakan suatu kumpulan informasi mengenai pengalaman hidup seseorang terhadap kedudukan, atribut, keterampilan, dan harapan sosial.

b. Perbaikan diri

Perbaikan diri adalah motif perbandingan untuk menjadikan orang lain sebagai contoh untuk lebih banyak belajar tentang kemampuan dirinya, sehingga hal ini menjadi suatu alasan bagi seseorang untuk dapat menjadi individu yang lebih baik dari sebelumnya.

c. Peningkatan diri

Peningkatan diri didefinisikan oleh Festinger (1954) secara eksplisit. Akan tetapi motif peningkatan diri dari perilaku perbandingan yang dimaksud adalah untuk meningkatkan harga diri atau konsep diri individu, sehingga motif peningkatan diri bisa sangat bervariasi

terkait fungsi dari konteks atau lingkungan dimana perbandingan itu terjadi.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, peneliti menarik kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi *upward comparison* yaitu: evaluasi diri, perbaikan diri, dan peningkatan diri.

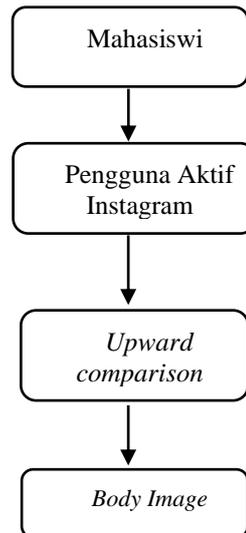
C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan latar belakang dan teori yang telah di paparkan sebelumnya, maka peneliti dapat merangkum dalam kerangka berfikir bahwa para mahasiswi masuk pada masa dewasa awal dimana perkembangan fisik individu sedang berada di puncaknya, hal ini mengakibatkan munculnya keinginan individu untuk memiliki penampilan menarik dan ideal di hadapan orang lain. Penampilan ideal merupakan daya tarik fisik yang didambakan oleh setiap individu, sehingga wajar jika mahasiswi lebih memperhatikan penampilan mereka. Maka, dapat diketahui bahwa memperhatikan penampilan merupakan hal yang penting bagi mahasiswi, sehingga tanpa disadari sering melakukan evaluasi diri dengan melakukan perbandingan dengan target perbandingan yang lebih baik atau disebut dengan *upward comparison*.

Upward comparison (perbandingan ke atas) merupakan suatu bentuk evaluasi diri dengan cara membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih baik atau superior. Mahasiswi yang melakukan *upward comparison* dapat menimbulkan permasalahan pada ketidakpuasan tubuh. Hal ini disebabkan karena target perbandingannya mempunyai bentuk tubuh

yang lebih baik seperti para model dan teman sebaya melalui postingan Instagram. Sehingga tidak heran, jika para mahasiswi banyak melakukan *upward comparison* di Instagram hingga menimbulkan *body image* negatif.

Gambar 1. Kerangka berfikir



D. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini, yaitu negatif atau berbanding terbalik: “Ada pengaruh negatif antara *upward comparison* dan *body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram” atau berbanding terbalik. Artinya, semakin tinggi *upward comparison* maka akan semakin negatif *body image*, atau semakin rendah *upward comparison* maka akan semakin positif *body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menguji dua variabel. Menurut Sugiyono (2017) penelitian kuantitatif adalah penelitian berupa data yang berbentuk angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Pendekatan ini dipilih karena peneliti mengolah data dalam bentuk angka-angka ke dalam analisis statistik. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian non-eksperimental dengan melakukan pengukuran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tanpa memberikan perlakuan-perlakuan khusus terhadap variabel terikat.

B. Definisi Operasional Variabel

1. Identifikasi Variabel

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, diantaranya adalah variabel independent dan variabel dependent.

a. Variabel Independen atau bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *upward comparison* (X).

b. Variabel dependen atau terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *body image* (Y).

2. Definisi operasional

- a. *Upward comparison* merupakan tingkat sejauh mana individu melakukan evaluasi diri dengan cara membandingkan diri dengan orang lain yang dianggap lebih baik atau superior, dari segi kemampuan, pengetahuan, karir, fisik dan lain sebagainya. Pada penelitian ini, subjek membandingkan dirinya dengan orang lain melalui sosial media Instagram. Aspek *upward comparison* terdiri dari aspek *social comparison* yaitu: *evaluate opinions and abilities accurately, evaluate through comparisons with other people, prefer to compare with similar other.*
- b. *Body image* merupakan tingkat sejauh mana individu bersikap, berpikiran, berpersepsi, dan berprasangka menilai tubuhnya sendiri. Keadaan yang dipikirkan dan dirasakan individu mengenai tubuhnya belum tentu menggambarkan keadaan yang aktual, atau hanya hasil penilaian diri sendiri secara subyektif. Aspek-aspek *body image* terdiri dari: evaluasi penampilan (*Appearance Evaluation*), orientasi penampilan (*Apperance Orientation*), kepuasan terhadap bagian tubuh (*Body Area Satifaction*), kecemasan menjadi gemuk (*Overweight Preoccupation*), pengkategorian ukuran tubuh (*Self Classified Weight*) (Cash & Pruzinsky, 2002).

C. Lokasi dan Subjek

1. Lokasi dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus 1 dan kampus 2 Universitas Muhammadiyah Magelang. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-Juni 2023, pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2023.

2. Subjek penelitian

a. Populasi subjek

Populasi adalah himpunan semua individu yang dapat memberikan data dan informasi untuk suatu penelitian (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswi Universitas Muhammadiyah Magelang dengan jumlah populasi 2.650 pada Tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 1. Populasi Subjek

Program studi	Jumlah Mahasiswi	
	Kota Magelang	Luar kota Magelang
Manajemen (S1)	32	337
Akuntansi (S1)	22	181
Ilmu Hukum (S1)	32	175
Bimbingan dan Konseling (S1)	10	103
Pendidikan Guru PAUD (S1)	14	93
Pendidikan Guru SD (S1)	34	495
Pendidikan Agama Islam (S1)	16	141
Hukum Ekonomi Syariah (S1)	2	52
Pendidikan Guru MI (S1)	4	49
Manajemen Pendidikan Islam (S2)	1	28
Teknik Industri (S1)	1	31
Teknik Informatika (S1)	11	74
Teknik Mesin (S1)	-	-
Teknologi Informasi (D3)	-	8
Mesin Otomotif (D3)	-	1
Ilmu Keperawatan (S1)	10	135
Farmasi (S1)	2	155
Keperawatan (D3)	13	112
Farmasi (D3)	8	55
Profesi Ners	-	81
Psikologi (S1)	11	68
Ilmu Komunikasi (S1)	5	48
Teknik Mesin (D3)	-	-
	228	2.422
Total		2.650 Mahasiswi

b. Sampel subjek

Sampel adalah sebagian dari jumlah populasi yang dipilih untuk sumber data penelitian. Suatu sampel dikatakan ideal jika dapat mewakili atau menggambarkan keadaan populasinya (Sugiyono, 2017). Karakteristik subjek yaitu mahasiswi berusia 18-24 tahun, pengguna aktif Instagram minimal “1 jam” per-hari. Subjek penelitian diperoleh melalui perhitungan menggunakan rumus slovin dari banyaknya populasi dengan

rumus:
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e: Batas kesalahan yang masih bisa ditoleran; e=0,1

$$n = \frac{2.650}{1 + (2.650 \times 0,0025)} \qquad n = \frac{2.650}{1 + (6,625)}$$

$$n = \frac{2.650}{7,625} \qquad n = \underline{347,54}$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus slovin maka didapatkan sampel sebanyak 348 mahasiswi.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prosedur sistematis dan standar yang digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan peneliti. Metode dalam pengumpulan data merupakan hal penting, karena data merupakan bagian penting dalam penelitian. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner atau angket

Kuesioner atau angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2017). Kuesioner yang akan digunakan adalah angket skala *upward comparison* dan angket skala *body image*. Peneliti akan menyebarkan kuesioner yang telah disusun berdasarkan item masing-masing variabel. Bentuk pernyataan bersifat favourable dan unfavourable menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi tentang suatu fenomena (Usmar dkk., 2022). Terdapat alternatif jawaban skala *Upward comparison* yaitu selalu, sering, kadang-kadang, jarang, tidak pernah. Alternatif jawaban skala *body image* yaitu “SS” sangat sesuai, “S” sesuai, “TS” tidak sesuai, “STS” sangat tidak sesuai.

2. Skala

c. Skala *upward comparison*

Skala *upward comparison* dalam penelitian ini adalah konstruk skala baru berdasarkan aspek yang disusun oleh (Festinger, 1954). Aspek *upward comparison* terdiri dari aspek *social comparison* yaitu: *evaluate opinions and abilities accurately, evaluate through comparisons with other people, prefer to compare with similar other* yang terdiri dari 13 aitem. Berikut blueprint dari skala *upward comparison* pada Tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 2. *Blue print Upward comparison*

Aspek	Indikator	Pernyataan Item	
		Favorable	Unfavo
<i>Upward comparison in evaluate opinions and abilities accurately</i>	Memberikan pendapat terhadap penampilan orang lain yang lebih baik, lalu memberi evaluasi terhadap diri sendiri	1,9	4,6
<i>Upward comparison in evaluate opinions and abilities accurately</i>	Membandingkan bentuk, ukuran tubuh dan penampilan sendiri dengan orang lain yang lebih baik di Instagram	3, 2, 11, 10	7
<i>Upward comparison in evaluate opinions and abilities accurately</i>	Membandingkan penampilan atau jumlah followers, like dan komen dengan akun-akun sejenis dan teman sebaya	12, 8	13, 15

Skala *upward comparison* tersebut berisi item dengan lima

alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3. *Keterangan Skoring Upward comparison*

Pilihan	Pernyataan	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Selalu	5	1
Sering	4	2
Kadang-kadang	3	3
Jarang	2	4
Tidak pernah	1	5

d. Skala *Body Image*

Skala *body image* dalam penelitian ini adalah konstruk skala baru berdasarkan aspek yang disusun oleh (Cash & Pruzinsky, 2002) mencakup lima aspek, yaitu *appearance evaluation*, *appearance orientation*, *body area satisfaction*, *overweight preoccupation*, dan *self-classified weight* yang terdiri dari 23 aitem. Berikut blueprint dari skala *body image* pada Tabel 3.4 dibawah ini:

Tabel 4. Blue Print Body Image

Aspek	Indikator	Pernyataan Aitem	
		Favorable	Unfavo
<i>Appearance Evaluation</i> (Evaluasi penampilan)	Merasa penampilannya menarik	1	14,
<i>Appearance Orientation</i> (Orientasi penampilan)	Menyukai penampilannya	5	12
<i>Body Area Satisfaction</i> (Kepuasan terhadap bagian tubuh)	Memperhatikan penampilan	-	27
	Melakukan perawatan pada tubuh	6	8
	Merasa puas dengan penampilan wajah, rambut	2	24
	Merasa puas dengan penampilan tubuh bagian dada, bahu, lengan	16	22
	Merasa puas dengan penampilan tubuh bagian perut, pinggul, pantat.	9	15
	Merasa puas dengan penampilan tubuh bagian paha, betis, kaki.	28	30
	Merasa puas dengan penampilan secara keseluruhan	11	29
<i>Overweight Preoccupation</i> (Kecemasan menjadi gemuk)	Melakukan diet	-	7
	Merasa gelisah dengan kondisi badan	17	-
<i>Self-Classified weight</i> (Pengkategorian ukuran tubuh)	Merasa mempunyai tubuh ideal, menurut pendapat sendiri	10	4
	Merasa tubuhnya ideal, menurut pendapat orang lain	13	18

Skala *body image* tersebut berisi item dengan empat alternatif

jawaban sebagai berikut:

Tabel 5. Keterangan Skoring Body Image

Pilihan	Pernyataan	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju "SS"	4	1
Setuju "S"	3	2
Tidak Setuju "TS"	2	3
Sangat Tidak Setuju "STS"	1	4

E. Teknik pengujian data instrument

1. Uji Validitas Isi

Validitas isi merupakan bentuk validitas yang berfokus pada elemen-elemen yang terdapat pada alat ukur. Menurut Azwar (2009) suatu alat ukur memiliki validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga alat ukur tersebut dikatakan valid (Astuti & Ningsih, 2021). Validitas dalam penelitian memiliki yaitu sejauh mana hasil penelitian sesuai dan menggambarkan keadaan sebenarnya.

Alat ukur *upward comparison dan body image* tentu sudah teruji validitasnya, namun dalam penelitian ini perlu dilakukan uji validitas kembali, sebab memiliki subjek yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perhitungan koefisien validitas isi pada penelitian ini menggunakan rumus Aiken's, item skala penelitian akan dikatakan valid berdasarkan hasil penilaian *professional judgment* yaitu dosen. Penilaian item-item alat ukur pada proses CVR menggunakan skala penilaian 1-5 yaitu sangat tidak relevan, tidak relevan, sedikit relevan, relevan dan sangat relevan. Uji validitas isi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for IOS versi 25,0.

2. Uji Reabilitas

Reliabilitas skala menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut konsisten dan dapat dipercaya. Reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari koefisien reliabilitasnya. Menurut Azwar (2009), suatu skala dikatakan reliabel apabila jawaban responden konsisten dan stabil meskipun dalam waktu yang berbeda (Astuti & Ningsih, 2021). Uji reliabilitas ini menggunakan teknik *koefisien Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS for

IOS versi 25,0. Pendekatan ini digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Secara umum, reliabilitas dianggap memuaskan apabila koefisien konsistensinya mencapai $\geq 0,70$. Semakin mendekati angka 1 maka menunjukkan semakin tinggi pula konsistensi internal reliabilitasnya.

F. Analisis Data Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual telah terstandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 0.05 ($p > 0.05$) maka distribusi dikatakan normal dan jika nilai signifikan kurang dari 0.05 ($p < 0.05$) maka distribusi dikatakan tidak normal (Wahyu, 2022).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk membuktikan bahwa apakah variabel bebas memiliki hubungan secara linier atau tidak linier dengan variabel terikat (Wahyu, 2022). Jika nilai signifikan lebih besar $\text{Sig} > 0,05$ maka data yang digunakan dapat dijelaskan oleh regresi linier. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan software SPSS (*Statistical Program for Social Science*). Selanjutnya apabila telah terpenuhi seluruh syarat uji prasyarat analisis, maka dilakukanlah pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

2. Uji hipotesis

Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan uji statistik parametrik dengan teknik regresi linier sederhana yang bertujuan untuk menguji pengaruh *upward comparison* terhadap *body image*. Uji regresi linier sederhana digunakan karena dalam penelitian ini hanya terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Program for Social Science*) for IOS versi 25,0.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: Tingkat *upward comparison* subjek sebagian besar berada pada kategori sedang sebanyak 244 subjek (66,1%). Tingkat *body image* subjek sebagian besar berada pada kategori sedang sebanyak 222 subjek (60,2%). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ada pengaruh negatif antara *upward comparison* dan *body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram atau berbanding terbalik. Artinya, semakin tinggi *upward comparison* maka akan semakin negatif *body image*, atau semakin rendah *upward comparison* maka akan semakin positif *body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram di Universitas Muhammadiyah Magelang. *Upward comparison* berpengaruh negatif terhadap *body image* pada mahasiswi pengguna aktif Instagram di Universitas Muhammadiyah Magelang sebanyak 14,4% dan sisanya 85,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Keterbatasan penelitian

1. Keterbatasan waktu menjadi faktor yang mempengaruhi pengumpulan data. Karena waktu yang terbatas, penelitian ini tidak dapat melibatkan periode waktu yang lebih panjang untuk mengamati perubahan yang lebih signifikan.
2. Keterbatasan responden menjadi masalah dalam generalisasi hasil penelitian ini. Responden yang digunakan dalam penelitian ini lebih banyak dari mahasiswi semester baru bukan semester lama, sehingga

hasilnya mungkin bisa berbeda jika bisa mendapatkan responden yang seimbang antar semester.

3. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner self-report, yang dapat memunculkan bias dan subjektivitas dalam jawaban responden. Hal ini dapat mempengaruhi validitas dan keakuratan data yang dikumpulkan
4. Penelitian ini terbatas pada variabel-variabel yang telah ditentukan dan diukur. Beberapa faktor yang dapat berpotensi mempengaruhi hasil penelitian mungkin tidak termasuk dalam lingkup penelitian ini.

C. Saran

1. Bagi subjek penelitian

- a. Bagi mahasiswi pengguna *Instagram* sebaiknya tidak terlalu banyak melakukan *upward comparison* karena berdampak pada ketidakpuasan *body image*.
- b. Bagi mahasiswi disarankan untuk mengurangi tingkat penggunaan *Instagram* sebagai salah satu cara menghindari penurunan *body image* sehingga dapat meningkatkan kepuasan terhadap tubuhnya..
- c. Bagi mahasiswi akan lebih baik jika *upward comparison* dilakukan untuk meningkatkan motivasi dalam memperbaiki penampilan, karena pada dasarnya jika sering melakukan *upward comparison* tetapi tidak menimbulkan motivasi atau tindakan positif untuk memperbaiki penampilan maka akan terus menerus merasa tidak puas dengan kondisi tubuh yang dimiliki saat ini.

2. Bagi Penelitian selanjutnya

- a. Penelitian ini tidak mengidentifikasi jenis-jenis tontonan yang dilihat subjek (secara spesifik) yang mendorong individu untuk melakukan *upward comparison*, sehingga penelitian selanjutnya akan lebih baik jika dapat menyelidiki jenis-jenis tontonan di instagram (gambar spesifik) yang mendorong *upward comparison* yang berkaitan dengan *body image*.
- b. Peneliti selanjutnya disarankan menelusuri lebih jauh faktor-faktor apa saja yang lebih memberikan pengaruh terhadap *body image* dan melihat lebih lanjut konteks budaya dan perbedaan jenis kelamin yang dapat berpengaruh untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antar budaya ataupun antar jenis kelamin.
- c. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan lagi penelitianin dengan menambahkan variabel lain yang terindikasi berhubungan dengan *body image*, misalnya variabel objektifitas diri atau internalisasi ideal.

REFERENSI

- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. Dalam *Current Opinion in Psychology* (Vol. 9, hlm. 44–49). Elsevier.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>
- Aprilia, N. (2016). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas*. Universitas Pasundan.
- Arigo, D., Schumacher, L., & Martin, L. M. (2014). Upward appearance comparison and the development of eating pathology in college women. *International Journal of Eating Disorders*, 47(5), 467–470.
<https://doi.org/10.1002/eat.22240>
- Astuti, S. T., & Ningsih, Y. T. (2021). *Hubungan Social Comparison Dan Body Image Pada Wanita Dewasa Awal Pengguna Instagram*. 3(3), 254–264.
<http://ejournal.pamaaksara.org/index.php/sohum>
- Badan Pusat Statistik. (2022, September). *Jumlah penduduk Indonesia 2022*.
<https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>.
- Cash, T. F. (2012). Encyclopedia of body image and human appearance. Dalam *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. Academic Press.
<https://doi.org/10.1016/b978-0-12-384925-0.09001-5>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *BODY IMAGE: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. Guilford Press.
- Data Indonesia. (2022, Agustus). *Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>.
- Datareportal. (2022, Oktober). *Global Social Media Statistics*.
<https://datareportal.com/social-media-users>.
- El Ghoch, M., Milanese, C., Calugi, S., Pellegrini, M., Battistini, N. C., & Dalle Grave, R. (2014). Body composition, eating disorder psychopathology, and psychological distress in anorexia nervosa: A longitudinal study. *American Journal of Clinical Nutrition*, 99(4), 771–778.
<https://doi.org/10.3945/ajcn.113.078816>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: THE impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media and Society*, 20(4), 1380–1395.
<https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Festinger, L. (1954). *A Theory of Social Comparison Processes* (7 ed.). Human Relations.
- Gerner, B., & Wilson, P. H. (2005). The relationship between friendship factors and adolescent girls' body image concern, body dissatisfaction, and

- restrained eating. *International Journal of Eating Disorders*, 37(4), 313–320.
<https://doi.org/10.1002/eat.20094>
- Grogan, S. (2022a). " *Body Image: understanding body dissatisfaction in men, women and children* " (Fourth edition). Library of Congress Cataloguing-in-Publication Data .
- Grogan, S. (2022b). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children* (S. Grogan, Ed.; Fourth). Routledge Abingdon, Oxon.
- Hall, M. (2009). *Predictors of Body Dissatisfaction among Adolescent Females*. paper based on a program presented at the american counseling association annual conference and exposition. <http://www.counseling.org/>
- Hendrickse, J., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Instagram and college women's body image: Investigating the roles of appearance-related comparisons and intrasexual competition. *Computers in Human Behavior*, 74, 92–100. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.04.027>
- Kwak, E., Park, S., & Ko, J. W. (2022). The Effects of Academic Stress and Upward Comparison on Depression in Nursing Students during COVID-19. *Healthcare (Switzerland)*, 10(10).
<https://doi.org/10.3390/healthcare10102091>
- Liu, Q. Q., Zhou, Z. K., Yang, X. J., Niu, G. F., Tian, Y., & Fan, C. Y. (2017). Upward social comparison on social network sites and depressive symptoms: A moderated mediation model of self-esteem and optimism. *Personality and Individual Differences*, 113, 223–228.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.03.037>
- Luo, Y., Eickhoff, S. B., Héту, S., & Feng, C. (2018). Social comparison in the brain: A coordinate-based meta-analysis of functional brain imaging studies on the downward and upward comparisons. *Human Brain Mapping*, 39(1), 440–458. <https://doi.org/10.1002/hbm.23854>
- Meier, A., Gilbert, A., Börner, S., & Possler, D. (2021). Instagram inspiration: How upward comparison on social network sites can contribute to well-being. *Journal of Communication*, 70(5), 721–743.
<https://doi.org/10.1093/JOC/JQAA025>
- Newman, E. L. (2018). Female Body Image in Contemporary Art Dieting, Eating Disorders, Self-Harm, and Fatness. Dalam *Routledge*.
- Nordmann, N. (2022). *Bachelor Thesis Social Media Use and Body Image in Young Adults Mediated by Social Comparison*. 1–27.
- Nurfalah, F., Kholil, I. H., Kom, M., Lestari, P., & Widaningsih, T. (2021). *Model Identitas Diri Mahasiswa Dalam Media Sosial Instagram* (1 ed.). PUSTAKA AKSARA. www.pustakaaksara.co.id
- Putri, D. A., & Indryawati, R. (2019). Body Dissatisfaction Dan Perilaku Diet Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 88–97.
<https://doi.org/10.35760/psi.2019.v12i1.1919>
- Rizkiyah, I., & Apsari, N. C. (2020). Strategi Coping Perempuan Terhadap Standarisasi Cantik Di Masyarakat. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama dan Jender*, 18(2), 133. <https://doi.org/10.24014/marwah.v18i2.7371>

- Sachdeva, S., Sachdeva, R., & Goswami, S. (2012). Body image satisfaction among female college students. *Industrial Psychiatry Journal*, 21(2), 168. <https://doi.org/10.4103/0972-6748.119653>
- Setiawati, N. A. (2020). *Hubungan Antara Perbandingan Sosial Dan Citra Tubuh Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram Skripsi*.
- Solistiawati, A., & Novendawati. (2015). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Harga Diri Remaja Akhir Putri (Studi Pada Mahasiswi Reguler Universitas Esa Unggul). *Jurnal Psikologi*, 13(1).
- Statista. (2022, September). *Share of Instagram users in Indonesia as of August 2022, by age group*. <https://www.statista.com/statistics/1078350/share-of-instagram-users-by-age-indonesia/>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (26 ed.). Alfabeta.
- Suryanie, K. (2005). *Hubungan antara citra raga dengan narsisme pada para model*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). *Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed*.
- Thøgersen-Ntoumani, C., Dodos, L., Chatzisarantis, N., & Ntoumanis, N. (2017). A Diary Study of Self-Compassion, Upward Social Comparisons, and Body Image-Related Outcomes. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 9(2), 242–258. <https://doi.org/10.1111/aphw.12089>
- Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women’s body image. *Body Image*, 27, 61–66. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.009>
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90–97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body Image*, 15, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Usmar, P. M., Dewi, E. M., & Hamid, H. (2022). *Pengaruh Upward Comparison Terhadap Citra Tubuh Pada Remaja Perempuan Pengguna Sosial Media Di Kota Makassar* (Vol. 1, Nomor 4).
- Wahyu, S. (2022). *Uji Normalitas dan Penelitian Kuantitatif*. <https://www.dqlab.id/teknik-analisis-data-ragam-jenis-uji-normalitas-dalam-asumsi-klasik>.
- Wen, H., Kong, X., & Feng, Y. (2022). The relationship between cyber upward social comparison and cyberbullying behaviors: A moderated mediating model. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1017775>
- Widiastuti, T. (2016). *Rekayasa Gambar Diri Remaja dalam Mencapai Pengakuan Sosial di Instagram*.
- Yuniarti¹, R., & Sitinjak², C. (2022). Upward Comparison at the Workplace: A Review. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 1(7), 1377–1394. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/eajmr/index>

Zakirah, D. M. A. (2018). Mahasiswa Dan Instagram (Study Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga). *jurnal S1 sosiologi Fisip Universitas Airlangga*.