

Hubungan *Body Dissatisfaction* Dan Adiksi Media Sosial Instagram Pada Wanita Dewasa Awal

Hasna Sakinah, Indri Utami Sumaryanti

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

hasnasakinah22@gmail.com, indri.usumaryanti@gmail.com

Abstract. Instagram social media is one of the social media that is very popular among early adult women. Early adult women who have a negative body image show body dissatisfaction, which can cause social barriers, low self-esteem and cause anxiety in their social environment. Activities in using Instagram are used by early adult women to build their presentations. The acceptance of a positive response from the use of Instagram social media allows early adult women to experience addiction. The purpose of this study was to obtain empirical data regarding the closeness of the relationship between body dissatisfaction and Instagram social media addiction in early adult women in Bandung. The research method used is correlational using purposive sampling technique, obtained a sample of 214 early adult women who are indicated to have experienced Instagram social media addiction. The measuring instrument used is Multiple Body-Self Related Questionnaire Appearance Scales (MBSRQ-AS) from Cash, et al. (2002) to measure body dissatisfaction and the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) from Andreassen, et al. (2016) to measure Instagram social media addiction. The statistical analysis technique used is Rank Spearman. The results of this study obtained a correlation value of 0.282 and a value of $p = 0.000$ ($p < 0.05$), indicating a positive and significant relationship between body dissatisfaction and Instagram social media addiction in early adult women in Bandung.

Keywords: *Body Dissatisfaction, Instagram Social Media Addiction, Early Adult Women*

Abstrak. Media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat populer di kalangan wanita dewasa awal. Wanita dewasa awal yang memiliki citra tubuh yang negatif menunjukkan ketidakpuasan tubuh (*body dissatisfaction*) sehingga dapat menimbulkan hambatan sosial, rendahnya *self-esteem* maupun menimbulkan kecemasan dalam lingkungan sosialnya. Aktivitas dalam menggunakan Instagram digunakan wanita dewasa awal untuk membangun presentasi mereka. Penerimaan berupa respon positif dari penggunaan media sosial Instagram memungkinkan wanita dewasa awal mengalami adiksi. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris mengenai keeratn hubungan antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram pada wanita dewasa awal di kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional dengan menggunakan teknik sampling *purposive*, didapatkan sampel sebanyak 214 wanita dewasa awal yang terindikasi mengalami adiksi media sosial Instagram. Alat ukur yang digunakan adalah *Multiple Body-Self Related Questionnaire Appearance Scales* (MBSRQ-AS) dari Cash, dkk. (2002) untuk mengukur *body dissatisfaction* dan *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS) dari Andreassen, dkk. (2016) untuk mengukur

adiksi media sosial Instagram. Adapun teknik analisis statistik yang digunakan adalah *Rank Spearman*. Hasil penelitian ini memperoleh nilai korelasi sebesar 0,282 dan nilai $p=0,000$ ($p<0,05$), menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram pada wanita dewasa awal di Kota Bandung.

Kata Kunci : *Body Dissatisfaction, Adiksi Media Sosial Instagram, Wanita Dewasa Awal*

I. PENDAHULUAN

Selama dekade terakhir ini, internet telah menjadi bagian penting dalam kehidupan dan kebutuhan sehari-hari sebagian besar individu. Berbagai kalangan usia telah menggunakan internet, dari rentang usia dewasa hingga anak-anak pun mulai menggunakan internet. Penggunaan internet yang semakin pesat telah menghasilkan peningkatan jumlah dan jenis media sosial yang tersedia. Media sosial yang tersebar di Indonesia sangat beragam, diantaranya Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, LINE, Whatsapp, dll. Media sosial tersebut mempunyai keunggulannya masing-masing yang menarik banyak penggunaannya. Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial Instagram terbanyak dengan memiliki 800 juta pengguna aktif, dengan penggunaan tertinggi berasal dari usia 18-24 tahun (Instagram, 2017). Berdasarkan studi sebelumnya yang menyelidiki penggunaan Instagram telah melaporkan berbagai motivasi seperti hiburan, kenyamanan, ekspresi diri, menghadirkan diri lebih populer, interaksi antarpribadi, dokumentasi, dan kreativitas (Alhabash dan Ma 2017; Sheldon dan Bryant 2016 dalam Kircaburun et al., 2018). Namun, menjadi tergolong negatif apabila penggunaan Instagram menjadi adiksi.

Andreassen (2015) mendefinisikan adiksi terhadap media sosial sebagai perilaku individu yang terlalu memperhatikan media sosial yang ia miliki, didorong oleh motivasi yang sangat kuat untuk masuk atau menggunakan media sosial, dan menghabiskan banyak waktu serta tenaga untuk bermain jejaring sosial. Individu dengan adiksi media sosial Instagram memungkinkan penggunaannya hanya berselancar di Instagram ataupun mengunggah aktivitas pribadinya seperti mengambil, memfilter, dan berbagi foto, serta memungkinkan siaran langsung (*ig-live*) dan pembuatan cerita (*instastory*) (Kircaburun, K., Alhabash,

S., Tosuntas, S. B., & Griffiths, M. D., 2018). Penggunaan media sosial Instagram secara adiksi akan mengganggu hubungan interpersonal seperti kurang melakukan interaksi dengan lingkungan sekitar dan cenderung menghiraukan temannya karena hanya terfokus pada Instagram masing-masing, selain itu mengganggu pekerjaan/akademik seperti lupa waktu dalam mengerjakan tugas, rasa malas untuk belajar, serta mengganggu kesejahteraan/kesehatan psikologis individu seperti memiliki perasaan gelisah ketika penggunaan media sosial dibatasi, serta kurang tidur akibat terlalu larut dalam bermain Instagram.

Pemicu ternyata adiksi media sosial Instagram ini memungkinkan berhubungan dengan masalah *body dissatisfaction* (ketidakpuasan pada tubuh). Pada wanita khususnya wanita dewasa awal kekhawatiran tentang bentuk tubuh sering terjadi (Confalonieri, Gatti, Ionio, & Traficante 2008). Ketidakpuasan tubuh atau *body dissatisfaction* ini terkait dengan penilaian negatif pada ukuran tubuh, bentuk tubuh dan berat badan, dan merupakan ketidaksesuaian dalam penilaian terhadap tubuh sendiri dengan tubuh ideal yang diinginkannya (Cash & Szymanski; dalam Grogan, 2008). Bagi para wanita dewasa awal pada umumnya ingin menampilkan dirinya sebaik mungkin karena pada usia ini wanita dewasa awal sangat memperhatikan penampilan fisiknya. Ketertarikan terhadap tampilan fisik ini menyebabkan individu melakukan perbandingan penampilan, baik dengan orang lain di sekitarnya maupun dengan figur-figur tubuh ideal yang sering ditampilkan di media sosial, terutama media sosial Instagram.

Beberapa foto selebriti Instagram (selebgram) dengan menampilkan figur tubuh ideal '*body goals*' yang merujuk pada intensi untuk membuat bentuk tubuh serupa dengan target tersebut. Target lain yang biasanya ditentukan sebagai sumber penilaian pengguna media sosial Instagram adalah teman sebaya yang dianggap memiliki penampilan menarik (Hall, 2009). Dengan adanya target itu, membuat seseorang berusaha menyamai atau setidaknya mendekati target yang mereka tetapkan. (Cash dan Pruzinsky, 2002). Perbandingan keatas dari penampilan seseorang terhadap fisik ideal yang dinilai sangat dihargai diperkirakan dapat menimbulkan adanya ketidakpuasan pada penampilan seseorang (Thompson, et al., 1999; dalam Schaefer, 2013).

Wanita yang memiliki ketidakpuasan pada tubuh mengalami harga diri (*self esteem*) yang rendah dan lebih cenderung mencari respon positif melalui media sosial Instagram. Media sosial Instagram dapat memberikan kesempatan untuk secara selektif mempresentasikan aspek positif dan membangun citra tubuh yang diinginkan (Kim & Lee, 2011). Wanita dewasa awal akan membuat pilihan foto pribadi yang ingin mereka posting dengan tujuan untuk membangun citra diri (Dumas, Maxwell-smith, Davis, & Giulietti, 2017). Individu yang merasakan ketidakpuasan tubuh juga akan selalu memperhatikan penampilan yang dijadikan individu tersebut pada sosok ideal. Sehingga individu seringkali mencoba mendapatkan gambar yang sempurna untuk mendapatkan respon positif. Sehingga, foto

yang tidak realistis dapat muncul pada jaringan media sosial Instagram. Hal ini karena ketika pengguna berbagi foto diri mereka sendiri, cenderung meningkatkan penampilan mereka di profil media sosial dengan menggunakan filter dan mengedit gambar mereka (Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan, 2008). Penerimaan yang didapatkannya berupa respon positif dari penggunaan ini, menyebabkan penggunaan Instagram sebagai alat kepuasan baginya, individu akan merasa dipandang oleh lingkungan sekitar. Fasilitas yang menyebabkan efek yang menyenangkan ini memungkinkan individu menjadi terus menerus menggunakan media sosial Instagram bahkan hingga mengalami adiksi media sosial Instagram.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Seberapa erat hubungan antara *body dissatisfaction* dengan adiksi media sosial Instagram pada wanita dewasa awal di Kota Bandung?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk memperoleh data empiris mengenai gambaran *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal di Kota Bandung.
2. Untuk memperoleh data empiris mengenai gambaran adiksi media sosial Instagram pada wanita dewasa awal di Kota Bandung.
3. Untuk memperoleh data empiris mengenai keeratan hubungan antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram pada wanita dewasa awal di Kota Bandung.

II. LANDASAN TEORI

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002), *body image* ialah suatu konsep yang berhubungan dengan persepsi, kognitif dan perasaan terhadap tubuh. Menurut Cash dan Szymanski (1995) bahwa ketidakpuasan tubuh terkait dengan penilaian negatif pada ukuran tubuh, bentuk tubuh, bentuk otot dan berat badan, dan merupakan ketidaksesuaian dalam penilaian terhadap tubuh sendiri dengan tubuh ideal yang diinginkannya (dalam Grogan, 2008). Cash (2002) mengemukakan bahwa ketidakpuasan tubuh berkembang karena beberapa faktor. Beberapa faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan seseorang terhadap bentuk tubuhnya, yaitu: media massa, budaya dan hubungan interpersonal .

Menurut Cash (2000), terdapat lima aspek dalam *Body dissatisfaction*, yaitu:

1. Evaluasi penampilan (*appearance evaluation*). Individu melakukan evaluasi terhadap penampilan fisiknya dengan mengukur ada atau tidaknya daya tarik fisik yang dimiliki.
2. Orientasi penampilan (*appearance orientation*). Individu begitu memperhatikan penampilan dirinya dan melakukan berbagai usaha untuk memperbaiki dan meningkatkan penampilan diri.
3. Kepuasan terhadap bagian tubuh (*body areas satisfaction*). Penilaian individu mengenai kepuasan dan ketidakpuasan terhadap bagian tubuh tertentu

yang dimilikinya secara spesifik. Misalnya bagian wajah, rambut, pinggul dan bagian tubuh lainnya.

4. Kecemasan akan kegemukan (*overweight preoccupation*). Individu merasa cemas akan kegemukan sehingga individu akan melakukan diet, serta membatasi pola makan.
5. Klasifikasi berat tubuh (*self classified weight*). Individu membuat klasifikasi terhadap ukuran tubuhnya dan adanya persepsi tersendiri mengenai bagaimana sudut pandang orang lain menilai ukuran tubuhnya.

Andreassen (2015) mendefinisikan adiksi terhadap media sosial sebagai perilaku individu yang terlalu memperhatikan media sosial yang ia miliki, didorong oleh motivasi yang sangat kuat untuk masuk atau menggunakan media sosial, dan menghabiskan banyak waktu serta tenaga untuk bermain jejaring sosial sehingga mengganggu aktivitas sosial, pekerjaan/akademik, hubungan interpersonal, serta kesejahteraan/kesehatan psikologis individu tersebut.

Andreassens (2016) mencantumkan enam dimensi kecanduan media sosial yang yaitu sebagai berikut:

1. *Salience*, penggunaan internet menjadi aktivitas yang paling penting dalam kehidupan individu dibandingkan aktivitas lain serta mendominasi pikiran individu tersebut (kecanduan), mendominasi perasaan (merasa sangat butuh) dan tingkah laku (kemunduran perilaku sosial).
2. *Tolerance*, menunjukkan terjadinya peningkatan jumlah penggunaan internet, dimana individu akan menghabiskan waktu lebih lama menggunakan internet dari sebelumnya.
3. *Mood modification*, mengarah pada pengalaman subjektif dalam diri individu yang mengalami kecanduan internet, dimana individu melaporkan adanya perasaan positif yang didapatkan dari penggunaan internet, yang dapat dilihat sebagai strategi coping.
4. *Relapse*, merupakan pengulangan perilaku penggunaan internet yang lebih tinggi setelah adanya kontrol, sehingga membuat individu menjadi kecanduan.
5. *Withdrawal symptoms*, adanya perasaan tidak menyenangkan yang terjadi karena penggunaan internet dikurangi atau dibatasi. Misalnya mudah marah, cemas, kecewa, sakit kepala dan juga kesulitan tidur.
6. *Conflict*, adanya konflik yang terjadi antara pengguna internet dengan lingkungan sekitarnya (konflik interpersonal), konflik dalam tugas lainnya (pekerjaan, tugas, kehidupan sosial, hobi) atau konflik yang terjadi dalam dirinya sendiri (konflik intrafisik atau merasa kurangnya kontrol) yang diakibatkan karena terlalu banyak menghabiskan waktu bermain internet.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hubungan Antara Body Dissatisfaction (X) dengan Adiksi Media Sosial Instagram (Y)

Berikut ini hasil penelitian mengenai hubungan antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi *Rank Spearman*. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

TABEL 1. HUBUNGAN ANTARA *BODY DISSATISFACTION* DENGAN ADIKSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

		Adiksi Media Sosial	Body Dissatisfaction
Adiksi Media Sosial	Correlation Coefficient	1.000	.282**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
Body Dissatisfaction	Correlation Coefficient	.282**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.000	.

Sumber: Data penelitian yang sudah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa besarnya hubungan antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram sebesar 0.282 dengan nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0.05$, dimana nilai Sig. (2-tailed) $< 0,05$, artinya terdapat hubungan yang bersifat positif antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram, sehingga hipotesis penelitian menunjukkan H1 diterima.

Berdasarkan perolehan angka korelasi antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram menurut kategori derajat korelasi Guilford menunjukkan korelasi yang lemah. Lemahnya hubungan antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram dapat disebabkan oleh korelasi antara aspek dengan variabel yang mengukur korelasi antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram memiliki hubungan yang dominan lemah.

TABEL 2. UJI KORELASI VARIABEL *BODY DISSATISFACTION* DENGAN ASPEK ADIKSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Variabel	Aspek Adiksi Media Sosial Instagram	Koefisien Korelasi	Nilai Sig. (2-tailed)
Body Dissatisfaction	<i>Salience</i>	0.214	.002
	<i>Telorange</i>	0.114	.095
	<i>Mood Modification</i>	0.220	.001
	<i>Relapse</i>	0.208	.002
	<i>Withdrawal</i>	0.178	.009
	<i>Conflict</i>	0.187	.006

Sumber: Data penelitian yang sudah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa terdapat lima aspek adiksi media sosial Instagram yang memiliki

hubungan dengan variable *body dissatisfaction*, dengan nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0.05$. Pada aspek *salience* memiliki koefisien korelasi sebesar 0.214 yang menunjukkan korelasi lemah. Pada aspek *mood modification* memiliki koefisien korelasi sebesar 0.220 yang menunjukkan korelasi lemah. Pada aspek *withdrawal* memiliki koefisien korelasi sebesar 0.178 yang menunjukkan korelasi sangat lemah. Pada aspek *conflict* memiliki koefisien korelasi sebesar 0.187 yang menunjukkan korelasi sangat lemah. Sedangkan pada aspek *tolerance* memiliki nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.095 > 0.05$ menunjukkan tidak adanya korelasi dengan variabel *body dissatisfaction*.

Aspek adiksi media sosial Instagram yang memiliki koefisien korelasi terbesar dengan *body dissatisfaction* yaitu aspek *mood modification*, yaitu penggunaan media sosial Instagram sebagai strategi *coping*. Hal ini menunjukkan bahwa wanita dewasa awal yang mengalami ketidakpuasan tubuh menggunakan media sosial Instagram sebagai cara untuk menurunkan *mood* negatif dan meningkatkan harga dirinya (*self-esteem*). Hal ini dapat dilakukan dengan memanipulasi dan mengevaluasi foto yang akan diunggah di akun media sosial Instagram dan memberikan hasil visual yang lebih baik dalam fotografi, sehingga mengurangi ketidakpuasan terhadap citra tubuh mereka (Kleemans et al., 2018). Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Andreassens dan Pallesen (2014) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat gejala kecanduan media sosial tinggi cenderung menggunakan media sosial sebagai jalan keluar mengatasi masalah atau menghilangkan perasaan perasaan negatif melalui media sosial.

TABEL 3. HASIL DERAJAT *BODY DISSATISFACTION*

Kategori	<i>Body Dissatisfaction</i>	%
Tinggi	128	59.81%
Rendah	86	40.19%
Total	214	100%

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, dari 214 wanita dewasa awal yang mengalami adiksi media sosial Instagram terdapat 128 orang atau sebesar 59.81% memiliki nilai derajat *Body Dissatisfaction* yang tinggi dan terdapat 86 wanita atau sebesar 40.19% yang memiliki nilai derajat *Body Dissatisfaction* yang rendah.

Banyaknya wanita dewasa awal yang mengalami *body dissatisfaction* yang tinggi menunjukkan bahwa wanita dewasa awal memiliki penilaian negatif pada ukuran tubuh, bentuk tubuh, berat badan dan adanya ketidak sesuaian dalam penilaian terhadap tubuh sendiri dan tubuh idealnya. Menurut Cash & Pruzinsky (2000) faktor yang mempengaruhi tingginya ketidakpuasan tubuh pada wanita dewasa awal, salah satunya adalah faktor hubungan interpersonal. Hubungan interpersonal membuat seseorang cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain dan umpan balik yang diterima mempengaruhi konsep diri termasuk bagaimana perasaannya terhadap penampilan fisiknya. Wanita dewasa awal yang merasa tidak puas

dengan tubuhnya memungkinkan menggunakan media sosial Instagram sebagai alat untuk membentuk citra tubuh (Grebner, Gross, Morgan, Signorielli, & Shanahan, 2002).

TABEL 4. UJI KORELASI VARIABEL ADIKSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN ASPEK *BODY DISSATISFACTION*

Variabel	Aspek <i>Body Dissatisfaction</i>	Koefisien Korelasi	Nilai Sig. (2-tailed)
Adiksi Media Sosial Instagram	<i>Appearance Evaluation</i>	0.138	.044
	<i>Apparance Orientation</i>	0.352	.000
	<i>Body Areas Satisfaction</i>	-0.51	.456
	<i>Overweight Preoccupation</i>	0.323	.000
	<i>Self-Classified Weight</i>	0.138	.044

Sumber: Data penelitian yang sudah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa empat aspek *body dissatisfaction* memiliki hubungan dengan dengan adiksi media sosial Instagram dengan nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.000 < 0.05$. Pada aspek *appearance evaluation* memiliki koefisien korelasi sebesar 0.138 yang menunjukkan korelasi sangat lemah. Pada aspek *appearance orientation* memiliki koefisien korelasi sebesar 0.352 yang menunjukkan korelasi cukup. Pada aspek *overweight preoccupation* memiliki koefisien korelasi sebesar 0.323 yang menunjukkan korelasi cukup. Pada aspek *self-classified weight* memiliki koefisien korelasi sebesar 0.138 yang menunjukkan korelasi sangat lemah. Sedangkan pada aspek *body areas satisfaction* memiliki nilai Sig. (2-tailed) sebesar $0.456 > 0.05$ menunjukkan tidak adanya korelasi dengan variabel adiksi media sosial Instagram.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, aspek *body dissatisfaction* diperoleh korelasi yang cukup dengan adiksi media sosial Instagram pada aspek *appearance orientation*. Pada aspek *appearance orientation* dimana pada aspek ini wanita dewasa awal yang mengalami adiksi media sosial Instagram lebih memperhatikan penampilan dirinya dengan sosok ideal yang dikaguminya di media sosial Instagram dan melakukan berbagai usaha untuk memperbaiki dan meningkatkan penampilan diri. Hal ini sesuai dengan penelian Manago, Graham, Greenfield, & Salimkhan (2008) yang menyatakan bahwa individu yang merasakan ketidakpuasan tubuh akan selalu memperhatikan penampilan yang dijadikan individu tersebut pada sosok ideal. Sehingga individu akan seringkali mencoba mendapatkan gambar yang sempurna untuk mendapatkan respon positif. *Positive reinforcement* berupa respon positif dari orang lain mengenai foto yang diunggahnya memunculkan kenyamanan, menghadirkan diri lebih populer, dan juga dapat meningkatkan *self-esteem*.

Selain itu, pada aspek *body dissatisfaction* diperoleh juga korelasi yang cukup dengan adiksi media sosial

Instagram pada aspek *overweight preoccupation*, hal ini menunjukkan bahwa wanita dewasa awal memiliki kecemasan menjadi gemuk dan kewaspadaan terhadap berat badan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa pada wanita masalah citra tubuh umumnya berpusat pada masalah berat badan, kelebihan lemak tubuh, dan keinginan untuk menjadi lebih kurus (Brown & Slaughter, 2011; Dunn, et al., 2010; Field, et al., 1999; Striegel-Moore & Franko, 2002; dalam Schaefer, 2013). Wanita dewasa awal yang mengalami adiksi media sosial Instagram akan menginternalisasi penampilan mereka sebagai standar penerimaan yang ideal di masyarakat dengan memiliki tubuh yang ramping, dan membuat mereka merasa tertekan untuk memiliki penampilan dan bentuk yang diinginkannya, sehingga menurunkan kepuasan tubuh individu tersebut (Fardouly et al., 2015).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada variabel *body dissatisfaction* menunjukkan aspek *appearance orientation* memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan adiksi media sosial Instagram, dimana wanita dewasa awal yang mengalami adiksi yang tinggi cenderung akan mengikuti penampilan yang menjadi sosok ideal di laman Instagram, hal ini dilakukannya untuk memperbaiki dan meningkatkan penampilan diri.
2. Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada variabel adiksi media sosial Instagram menunjukkan aspek mood modification memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan *body dissatisfaction*, dimana wanita dewasa awal yang mengalami ketidakpuasan tubuh menggunakan media sosial Instagram sebagai cara untuk menurunkan mood negatif dan meningkatkan harga dirinya (*self-esteem*), yang dilakukan dengan memanipulasi dan mengevaluasi foto yang akan diunggah di akun media sosial Instagram dan memberikan hasil visual yang lebih baik dalam fotografi, sehingga mengurangi ketidakpuasan terhadap citra tubuh.
3. Berdasarkan hasil analisis korelasi, diperoleh hasil koefisien korelasi antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram sebesar 0.282 yang menunjukkan terdapat hubungan positif yang lemah dan signifikan antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial Instagram pada wanita dewasa awal di kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa *body dissatisfaction* merupakan salah satu predictor munculnya adiksi media sosial Instagram.

V. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan di atas, peneliti mengajukan beberapa

saran sebagai berikut:

1. Bagi subjek penelitian

Bagi subjek penelitian, khususnya wanita dewasa awal di kota Bandung diharapkan untuk mengakses media sosial Instagram secara bijak dengan frekuensi maupun durasi yang tidak berlebihan. Wanita dewasa awal juga diharapkan untuk lebih bisa menerima diri dan lebih menerapkan rasa bersyukur mengenai penampilan diri.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan mengukur variable lain yang memiliki hubungan yang lebih erat dengan adiksi media sosial Instagram, seperti control diri, regulasi diri maupun kecemasan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M., & Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31, 18–31. <https://doi.org/10.1017/edp.2014.2>
- [2] Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction: An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053–4061. <http://dx.doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- [3] Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current Addiction Reports*, 2, 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- [4] Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- [5] Aristantya, E. K., & Helmi, A. F. (2019). Citra Tubuh pada Remaja Pengguna Instagram. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 5(2), 114. <https://doi.org/10.22146/gamajop.50624>
- [6] Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- [7] Bappenas. (2014). *Buku III Agenda Pembangunan Wilayah-Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019*. Bappenas.
- [8] Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 2010–2030. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- [9] Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- [10] Cheng, H.L. (2006). *Body Image Dissatisfaction of College Women: Potential Risk and Protective Factors*. Dissertation: University of Missouri Columbia. <https://doi.org/10.32469/10355/4493>
- [11] Dumas, T. M., Maxwell-smith, M., Davis, J. P., & Giulietti, P. A. (2017). Computers in human behavior lying or longing for likes? Narcissism, peer belonging, loneliness and normative versus deceptive like-seeking on Instagram in emerging Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 395 89 adulthood. *Computers in Human Behavior*, 71, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.037>
- [12] De Vries, D. A., Vossen, H. G. M., & van der Kolk – van der Boom, P. (2019). Social Media and Body Dissatisfaction: Investigating the Attenuating Role of Positive Parent-Adolescent Relationships. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(3), 527–536. <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0956-9>

- [13] Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12, 82-88. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- [14] Ghaznavi, J., & Taylor, L. D. (2015). Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, 14, 54-61. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.006>
- [15] Griffiths, M. D. (2000) Internet addiction—time to be taken seriously?. *Addiction Research and Theory*, 8 (5), 413-418. <https://doi.org/10.3109/16066350009005587>
- [16] Griffiths, M., & Banyard, P. (2005). Prevalence of pathological internet use among university students and correlations with self-esteem, the General Health Questionnaire (GHQ), and disinhibition. *CyberPsychology & Behavior*, 8(6), 562- 570. <https://doi.org/10.1089/cpb.2005.8.562>
- [17] Grebner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. *Media Effects. Advances in Theory and Research*, 43, 53-78. London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- [18] Grogan, S. (2008). *Body image and health: Contemporary perspective.* *Journal of Health Psychology*, 11(4), 523-530. doi: 10.1177/1359105306065013
- [19] 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, Charlotte: North Carolina.
- [20] Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi perkembangan; Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan, edisi kelima.* Jakarta : Penerbit Erlangga.
- [21] Hendrickse, J., A. M., Arpan, L. M., Clayton, R. B., & Ridgway, J. L. (2017). Computers in human behavior 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>
- [22] Kim, J., & Lee, J. E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *CyberPsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6), 359-364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0374>
- [23] Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2018). Uses and Gratifications of Problematic Social Media Use Among University Students: a Simultaneous Examination of the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-23. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-239940-6>
- [24] Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., Anschütz, D., & Published, A. (2018). Picture perfect : The direct effect of manipulated Instagram photos on body image in adolescent girls. *Media Psychology*, 21(1), 93-110. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>
- [25] Kuss, D. J., Van Rooij, A. J., Shorter, G. W., Griffiths, M. D., & Van De Mheen, D. (2013). Internet addiction in adolescents: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 1987-1996. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.04.002>
- [26] Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). *Internet addiction in psychotherapy.* Basingstoke: Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137465078>
- [27] Lasmi, Nafisah Siti. (2018). Perbandingan Penampilan Sebagai Prediktor Ketidakpuasan Tubuh Pada Wanita Yang Diet Di Kota Bandung; Perbandingan Penampilan Sebagai Prediktor Ketidakpuasan Tubuh Pada Wanita Yang Diet Di Kota Bandung. Bandung: Fakultas Psikologi Unisba
- [28] Latief, N. S. A., & Retnowati, E. (2019). Loneliness and Self Esteem as Predictor of Internet Addiction In Adolescents. *Jurnal Ecopsy*, 5. <https://doi.org/10.2991/iccie-18.2019.65>
- [29] Lee, M. (2019). The Effects of Appearance-Related Photo Activity and Appearance Comparison on Body Satisfaction-Focusing on the Moderating Effects of Instagram Addiction-. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 43(01), 81-94. <https://doi.org/10.5850/jksct.2019.43.1.8>
- [30] Liu, Q., Sun, J., Li, Q., & Zhou, Z. (2020). Body dissatisfaction and smartphone addiction among Chinese adolescents: A moderated mediation model. *Children and Youth Services Review*, 108, 104613. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.104613>
- [31] Manago, A. M., Graham, M. B., Green, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 446-458. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>
- [32] Marlatt, G. A., & VandenBos, G. R. (Eds.). (1997). *Addictive behaviors: Readings on etiology, prevention, and treatment.* American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10248-000>
- [33] Rodgers, R. F., McLean, S. A., & Paxton, S. J. (2015). Longitudinal relationships among internalization of the media ideal, peer social comparison, and body dissatisfaction: Implications for the tripartite influence model. *Developmental Psychology*, 51(5), 706-713. <https://doi.org/10.1037/dev0000013>
- [34] Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can you guess who i am? Real, ideal, and false self presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*, 1-10. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- [35] Mustikasari, D. S., & Rahayu, E. W. (2020). What Happened on Instagram: Instagram Usage Activities and Body Image in Adolescent. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 395(Acpch 2019), 87-90. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200120.019>
- [36] 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>
- [37] Nirmala. (1996). Hubungan antara Pengalaman Diejek dengan Citra Tubuh pada Wanita Bertubuh Gemuk. Jakarta : Fakultas Psikologi UI.
- [38] Pierewan, A. C., & Tampubolon, G. (2014). Internet use and well-being before and during the crisis in Europe. *Social Indicators Research*, 119(2), 647662. <https://doi.org/10.1007/s11205-013-0535-0>
- [39] Pruzinsky, T., & Cash, T. F. (2002). Understanding body images: Historical and contemporary perspective. In T. Pruzinsky & T. F. Cash (Eds.), *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practise* (pp. 3-12). NY: Guilford Press.
- [40] Santrock, J. W. 1999. *Life span development.* 7th edition. USA: McGraw.
- [41] Schaefer, L.M. (2013). *The Development and Validation of the Physical Appearance Comparison Scale-Revised.* Thesis, Department of Psychology College of Arts and Sciences University of South Florida.
- [42] Silberstein, L.R., Striegel-More, R.H., Timko, C., Rodin, J. (1988). Behavioral and Psychological Implications of Body Dissatisfaction: Do Men and Women Differ? *Sex Roles*, 19: 219-232. <https://doi.org/10.1007/BF00290156>
- [43] Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif & RND.* Bandung: Alfabeta.
- [44] Sumaryanti. Et al., Kepribadian dan Kecanduan Media Sosial Di Antara Mahasiswa. (International Proceeding Bandung Annual International Conference, waiting publish in 2020)
- [45] Szymanski, M., & Cash, T. (1995). Body-Image Disturbances and Self-Discrepancy Theory: Expansion of the Body-Image Ideals

Questionnaire. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 14(2), 134-146.

- [46] Young, S., & Kimberly, C. (2011). *Internet addiction - A handbook and guide to evaluation and treatment*. Canada: JohnWiley & Sons Inc.