

**HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN HARGA DIRI  
PADA REMAJA PENGGUNA INSTAGRAM**

**Firjanti Nabilla Az'Zahrario**

15010114140137

Fakultas Psikologi

Universitas Diponegoro

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara citra tubuh dengan harga diri pada remaja yang menggunakan media sosial Instagram. Subjek pada penelitian ini adalah 384 pengguna Instagram aktif laki-laki dan perempuan yang berusia 18-21 tahun. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *convenience sampling*. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala Harga Diri (23 aitem,  $\alpha = 0,275$ ) dan Skala Citra Tubuh (26 aitem,  $\alpha = 0,300$ ). Berdasarkan analisis data menggunakan *Spearman's Rho*, diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara citra tubuh dengan harga diri pada remaja pengguna Instagram ( $r_s=0,340$ ;  $p<0,001$ ). Semakin positif citra tubuh maka akan semakin tinggi harga dirinya. Citra tubuh memberikan sumbangan efektif pada harga diri sebesar 12,3% sementara 87,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

***Kata kunci:*** harga diri, citra tubuh, Instagram, remaja

# BAB I

## PENDAHULUAN

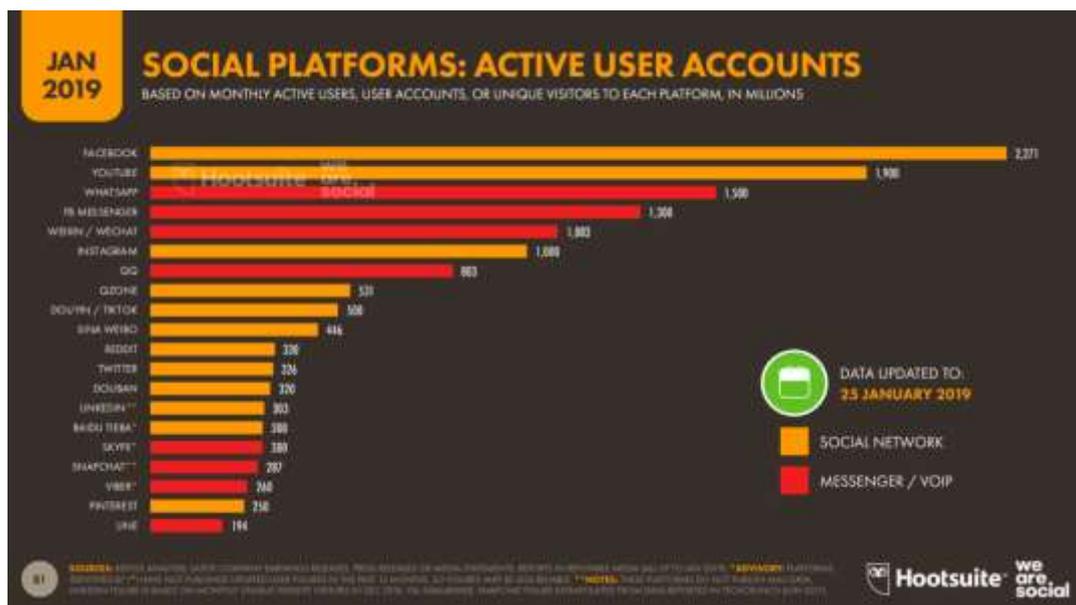
### A. Latar Belakang

Dewasa ini, internet merupakan media yang populer di berbagai kalangan yang berguna untuk komunikasi maupun mencari informasi penting. Menurut siaran pers Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2017), jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 143,26 juta jiwa atau 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia. Data terbaru tahun 2019 menyebutkan bahwa pengguna media sosial di Indonesia mencapai 56% dari total populasi sebesar 268,2 juta orang dan terus mengalami peningkatan sebesar 56% (We Are Social & Hootsuite, 2019a) (Gambar 1). Hal ini berarti lebih dari setengah populasi masyarakat Indonesia memiliki akun media sosial.



. **Gambar 1.** Populasi dan Persentase Populasi Pengguna Aktif Media Sosial

Media sosial yang sedang banyak digunakan saat ini salah satunya ialah Instagram. Instagram merupakan *platform* jejaring sosial dimana penggunanya dapat saling berbagi dengan pengguna lainnya melalui unggahan berbentuk visual (Mattern, 2017). Saat ini Instagram menempati peringkat keenam media sosial yang paling diminati diseluruh dunia dengan total pengguna sebesar 1 miliar orang (We Are Social & Hootsuite, 2019b) (Gambar 2).



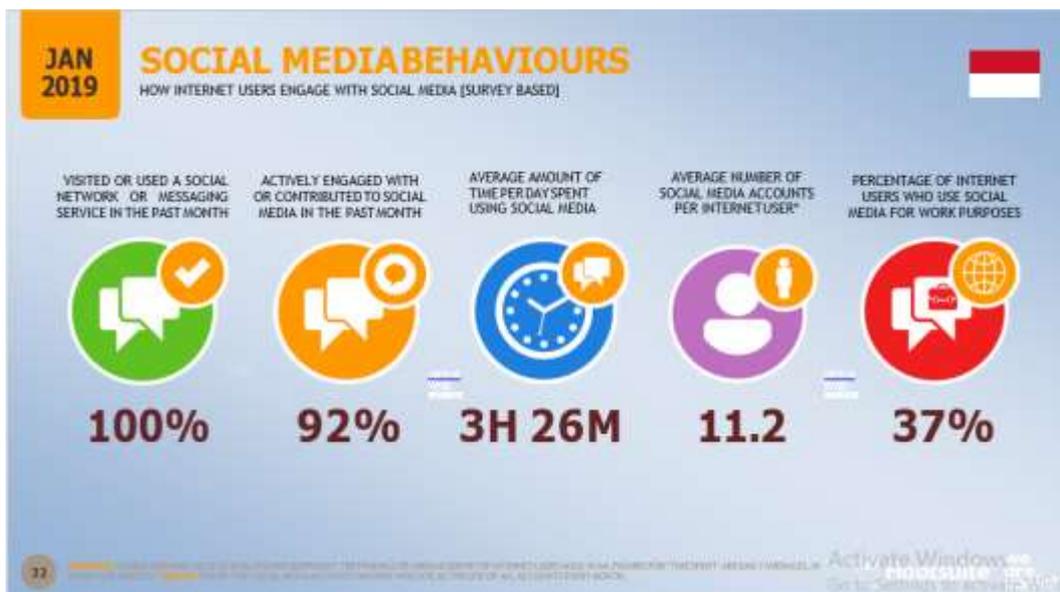
**Gambar 2.** Tingkatan Media Sosial yang Paling Diminati di Seluruh Dunia

Per Januari 2019, Indonesia menempati peringkat keempat negara yang mengalami pertumbuhan tertinggi pengguna aktif Instagram dengan kenaikan pengguna hingga 62 juta dari tahun 2018 (We Are Social & Hootsuite, 2019b) (Gambar 3).



**Gambar 3.** Ranking Pertumbuhan Pengguna Aktif Media Sosial di Berbagai Negara

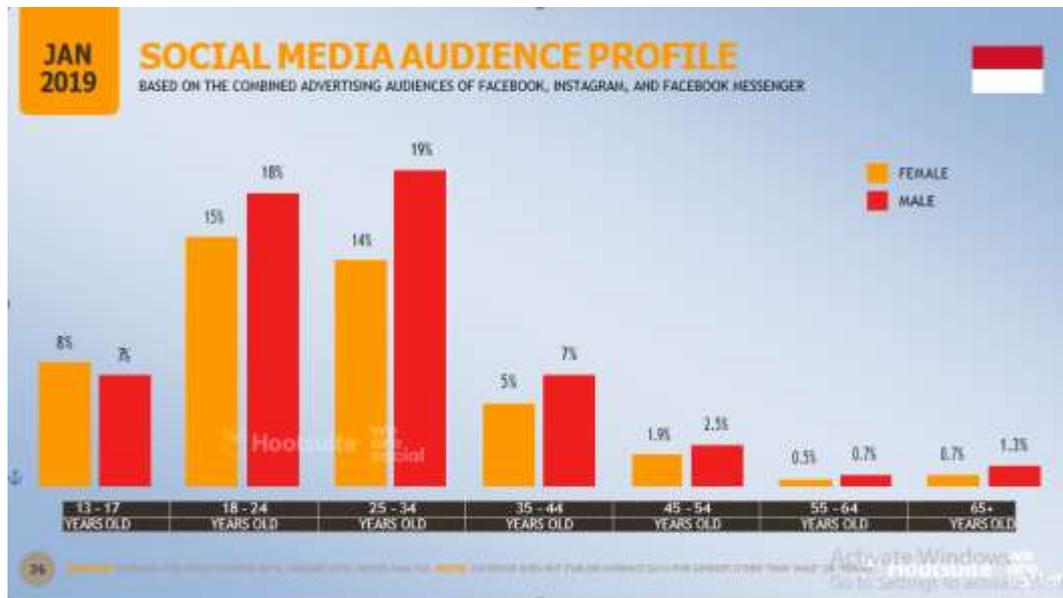
Rata-rata orang menghabiskan waktu untuk membuka media sosial ialah 3 jam 26 menit (We Are Social & Hootsuite, 2019a) (Gambar 4).



**Gambar 4.** Rata-rata Perilaku Media Sosial di Indonesia

Pengguna Instagram tertinggi berada pada usia 18-24 tahun serta 25-34 tahun dengan total persentase sebesar 33% (We Are Social & Hootsuite, 2019a) (Gambar

5). Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna Instagram di Indonesia didominasi oleh remaja.



**Gambar 5.** Persentase Usia Pengguna Aktif Instagram di Indonesia

Remaja pada era global ini semakin bergantung pada internet. Adhithia (2018) menyebutkan bahwa 87,1% layanan internet yang digunakan ialah layanan media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lain-lainnya dengan dominasi pengguna berada di usia remaja (13-21 tahun). Mikami dan kawan-kawan (dalam Santrock, 2012) menyebutkan bahwa remaja cenderung aktif menggunakan media sosial pada usia 19-21 tahun. Lebih lanjut, menurut Schouten, Valkenburg, & Peter (dalam Santrock, 2012) satu dari tiga remaja lebih membuka diri secara online dibandingkan secara langsung. Melalui media sosial, remaja yang memiliki harga diri rendah untuk dapat mengungkapkan dirinya secara lebih terbuka (Forest & Wood, 2012). Selain itu, media sosial dapat membantu seseorang untuk menampilkan citra konsep diri yang baik pada pengikutnya (Felita, Siahaja, Wijaya, Chandra, & Dahesihsari, 2016). Media sosial seperti Instagram dapat digunakan

untuk mengunggah foto atau video, berinteraksi dengan pengguna Instagram lainnya, meningkatkan rasa percaya diri dan menjadi ajang eksistensi diri (Aprillia, 2016). Oktavia dan Sudaryanto (2018) juga menemukan bahwa mahasiswa yang suka mengunggah swafotonya di Instagram memiliki motif tertentu, yaitu harapan untuk mendapatkan respon sosial yang dapat mempengaruhi eksistensi diri, mengikuti tren yang berkembang, serta keberadaannya diakui oleh orang lain.

Namun, selain membuat remaja dapat mengungkapkan dirinya secara lebih terbuka, media sosial juga dapat menimbulkan masalah terkait dengan harga diri remaja. Harga diri merupakan kebutuhan dasar pada setiap manusia sebab harga diri mempengaruhi motivasi, perilaku fungsional, kepuasan dalam hidup, serta berhubungan dengan kesejahteraan disepanjang kehidupan. (Epstein, dalam Guindon, 2009; Greenberg, 2008; Guindon, 2009). Rosenberg (dalam Mruk, 2006) mendefinisikan harga diri sebagai sikap evaluatif yang bersifat positif atau negatif terhadap diri. Seperti yang disebutkan oleh Santrock (2012) bahwa harga diri remaja cenderung menurun di masa remaja. Menurut survey yang dilakukan oleh *Dove Self-Esteem Project* (2016) kepada remaja putri, media sosial dapat membuat remaja berpikir bahwa orang-orang yang mem-posting kebahagiaan mereka membuat remaja tidak nyaman dengan dirinya sendiri dan mempertanyakan kenapa mereka tidak bisa menjadi seperti orang yang bahagia tadi. Lebih lanjut survey yang dilakukan Handoko (2016) menyebutkan bahwa remaja yang sering melihat-lihat foto *selfie* orang lain, harga dirinya cenderung menurun. Hal ini disebabkan oleh remaja yang melihat-lihat foto *selfie* orang lain yang terlihat menarik cenderung

berpikir bahwa kehidupannya tidak lebih sempurna dari orang yang mengunggah foto *selfie* tersebut.

Instagram dapat digunakan untuk memperlihatkan foto-foto yang terlihat menarik, walaupun telah disunting sedemikian rupa sehingga terlihat sempurna. Hal ini berkaitan dengan citra tubuh seseorang (Cash, Fleming, Alindogan, Steadman, & Whitehead, 2002). Citra tubuh (*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, 2008). Hamilton (2008) menyebutkan bahwa pada kehidupan sekarang ini dipenuhi oleh stereotipe 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 citra tubuh negatif yang dapat memprediksi rendahnya harga diri (Ghufron & Risnawita, 2012).

Terdapat banyak penelitian yang membahas tentang hubungan antara citra tubuh dengan harga diri seseorang. Sari (2012) menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra tubuh dengan harga diri pada tuna daksa, dimana terjadi adanya komparasi sosial karena subjek membandingkan dirinya dengan teman mereka sehingga membuat harga diri menjadi rendah. Temuan lain dari Nurvita dan Handayani (2015) menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *self esteem* dengan *body image* pada remaja awal yang mengalami obesitas. Wiraningtyas (2017) juga menyebutkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *body image* dengan *self esteem* pada perempuan usia dewasa awal,

dimana semakin tinggi *body image* yang dimiliki maka *self esteem* akan semakin tinggi. Zhafirah dan Dinardinata (2018) mengungkapkan bahwa citra tubuh mempunyai korelasi yang positif dengan harga diri dengan sumbangan efektif citra tubuh terhadap harga diri sebesar 5,4%. Jan, Soomro, dan Ahmad (2017) menyebutkan dalam hasil penelitiannya bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara penggunaan media sosial dengan harga diri, dimana penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan penurunan skor harga diri. Kosasih, Reksura, dan Setiawan (2017) juga menyebutkan dalam penelitiannya bahwa media sosial dapat memengaruhi seseorang untuk membeli mobil terbaru dan memamerkannya di media sosial, sehingga ia merasa diakui dan meningkatkan harga dirinya. Ratri (2018) juga menyebutkan dalam penelitiannya bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan tingkat harga diri remaja, dimana saat menggunakan media sosial remaja mendapatkan banyak umpan balik dan melakukan perbandingan sosial dengan teman-teman di media sosialnya tanpa ia sadari.

Meskipun begitu, terdapat penelitian lain yang membuktikan bahwa citra tubuh tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap harga diri dan media sosial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap harga diri seseorang. Ermanza (2008) menyebutkan dalam penelitiannya bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara citra tubuh dengan harga diri. Fuller-Tyszkiewics, McCabe, Skouteries, Richardson, Nihill, Watson, dan Solomon (2015) mengungkapkan bahwa citra tubuh yang negatif tidak mempengaruhi harga diri secara kuat. Selain itu, disebutkan dalam penelitian Ndaomanu (2015), Rizki (2017), Rohmani (2018)

bahwa media sosial Instagram secara signifikan tidak mempengaruhi harga diri dan citra tubuh. Hal ini berarti harga diri tidak selalu dipengaruhi oleh citra tubuh remaja pengguna.

Sebagian besar penelitian mengenai citra tubuh dan harga diri dilakukan pada remaja putri (Zhafirah & Dinardinata, 2018), wanita dewasa awal (Sari, 2012), dan individu yang mengalami obesitas (Ermanza, 2008). Selain itu, sebagian besar penelitian serupa dilakukan hanya pada satu komunitas tertentu seperti pada penelitian Kharizta (2018) yang memakai satu komunitas bernama *Baby Demon* atau berkaitan dengan variabel harga diri saja seperti pada penelitian Tohap (2011), Rizki (2017), dan Ratri (2018).

Harga diri membuat seseorang merasa nyaman dengan dirinya sendiri serta harga diri yang positif membuat orang dapat mengatasi kecemasan, kesepian, dan penolakan sosial (Vaughan & Hogg, dalam Sarwono & Meinarno, 2015). Namun, remaja yang menganggap mereka tidak mempunyai daya tarik secara fisik akan mempunyai evaluasi diri dan harga diri yang rendah (Lerner & Steinberg, dalam Guindon, 2009). Remaja sangat meyakini bahwa media sosial seperti Instagram memiliki pengaruh yang kuat terkait keyakinan (*belief*) dan hal yang menyangkut tentang penampilan dan citra tubuh (Polcelynych dkk, dalam Guindon, 2009; Nasiha, 2017; Fardouly, Willburger, & Vartanian, 2017). Seperti yang disebutkan Kharizta (2018) bahwa terdapat hubungan yang positif antara *body image* dengan *self esteem* pada remaja yang mengikuti akun *body goals* membuat remaja memiliki gambaran ideal yang mereka inginkan. Hal ini dapat menimbulkan kesenjangan antara *actual*

*self* dan *ideal self*. Jika tidak dapat diatasi, maka akan memicu timbulnya *dejection-related emotions* atau *agitation-related emotions* (Sarwono & Meinarno, 2015).

Remaja yang mengungkapkan diri melalui media sosial cenderung melakukan rekayasa gambar diri. Rekayasa gambar diri yang dilakukan individu dalam Instagram dapat berupa kegiatan berfoto yang menampilkan seluruh atau sebagian tubuh dengan kamera dan menambahkan efek tertentu sehingga foto tersebut dapat diunggah dan disukai oleh pengguna lainnya. Melalui rekayasa gambar diri, remaja dapat menunjukkan versi ideal dari diri mereka sendiri, memaksimalkan sisi positif, dan meminimalisir sisi negatif yang dimiliki kepada orang lain (Widiastuti, 2016). Hal ini akan membuat sebuah kesenjangan antara *actual self* dan *ought self* (Sarwono & Meinarno, 2015). Individu tentu dapat menjadikan kesenjangan tersebut sebagai motivasi untuk berubah menjadi lebih baik. Namun, jika individu tidak dapat mengatasi kesenjangan tersebut, maka akan memicu timbulnya *agitation-related emotions* atau *dejection-related emotions*.

Berdasarkan penjabaran diatas, dapat diketahui bahwa citra tubuh dapat memprediksi harga diri remaja dimana jika remaja terus menerus melihat visualisasi ideal tubuh maka mereka cenderung merasa tidak lebih baik jika tidak dapat terlihat menarik seperti gambaran ideal yang mereka lihat. Pentingnya harga diri bagi remaja membuat peneliti tertarik untuk menambahkan kajian mengenai permasalahan tersebut melalui penelitian yang berjudul “Hubungan antara Citra Tubuh dengan Harga Diri pada Remaja Pengguna Instagram”.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini ialah apakah terdapat hubungan antara citra tubuh dengan harga diri pada remaja yang menggunakan media sosial Instagram.

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra tubuh dengan harga diri pada remaja pengguna Instagram.

## **D. Manfaat Penelitian**

- 1) Manfaat teoritis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi di bidang keilmuan khususnya di bidang psikologi perkembangan dan kesehatan mental.
- 2) Manfaat praktis : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi para remaja, khususnya pengguna Instagram mengenai hubungan antara citra tubuh dengan harga diri serta bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang citra tubuh dengan harga diri pada pengguna media sosial lain.