

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Penggunaan Instagram

2.1.1 Pengertian Penggunaan Media Sosial Instagram

Instagram merupakan situs jejaring sosial untuk mengirim foto yang saat ini sedang populer (Saputro, 2024). Instagram adalah situs online yang dapat berbagi video, foto dan layanan jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar dan vidio. Saat ini Instagram telah menjadi aplikasi berbagi foto yang ada perangkat mobile dan memiliki lebih dari 200 juta pengguna yang telah terdaftar. Penemu Instagram adalah Kevin Systrom dan Michel Krieger pada oktober 2010 di bawah naungan perusahaan Burbn, yang merupakan sebuah teknologi startup dan hanya berfokus pada pengembangan aplikasi telepon genggam (Devi, 2021)

Instagram adalah aplikasi berbasis internet dan seluler yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video secara langsung didalam aplikasi sehingga dapat langsung membagikan hal tersebut kepada *follower* (pengikut) akun (Utari & Rummyeni, 2017). Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi dari aplikasi ini sendiri. Kata “insta” berasal dari kata “instan” yang memiliki lambang seperti kamera polaroid pada zamannya dikenal dengan “foto instan”. Seperti polaroid aslinya, Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan atau langsung. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang mana berfungsi untuk mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain Instagram harus menggunakan jaringan internet untuk mengunggah foto, sehingga Instagram dipandang mampu untuk menyebarkan informasi secara cepat (Untari & Fajariana, 2018).

2.1.2 Tujuan Penggunaan Instagram

Penggunaan Instagram menjadi media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat khususnya remaja. Para penggunanya bisa mengunggah foto atau video mereka sehingga dapat dilihat oleh pengguna lain untuk meningkatkan kepercayaan diri pada para remaja sesuai dengan penilaian dari pengikut di Instagram (Sakti & Yulianto, 2018). Pada awalnya Instagram sebuah aplikasi *chek-in* sosial dimana pengguna dapat berbagi foto dilokasi pengguna saat itu. Setelah peluncurannya, ternyata Instagram menemukan bahwa pengguna kebanyakan lebih tertarik pada fitur berbagi foto saja dari pada untuk *chek-in*. berikut ini merupakan menurut beberapa peneliti tentang penggunaan instagram

Menurut Landsverk (2014), Penguan Instagram dapat meliputi :

a. *Feed*

Pada fitur feed, pengguna dapat melihat foto yang diunggah oleh pengguna yang diikuti sebagai teman.

b. *Popular “tab”*

Pada fitur ini, popular “tab” digunakan untuk melihat foto yang diunggah oleh pengguna lain dan yang paling banyak disukai setiap waktunya.

c. *News and updates*

Pada fitur ini, pengguna dapat berinteraksi dengan teman yang diikuti melalui foto yang diunggah dengan cara menyukai atau “like” dan memberikan komentar pada foto tersebut.

d. *Like and comment*

Pada fitur ini, pengguna dapat memberikan apresiasi dan penghargaan bagi pengguna instagram lainnya. Apabila pengguna tertarik pada suatu foto tertentu, maka pengguna dapat memberikan *like* atau memberikan komentar.

e. *Your profile*

Pada profil, pengguna dapat melihat foto yang sudah diunggah dan mengubah informasi pribadi tentang dirinya.

f. *Posting*

Fitur ini merupakan istilah untuk mengunggah foto. Foto yang akan diunggah dapat diberikan efek-efek tertentu dengan filter yang ada agar terlihat lebih menarik. Terdapat sekitar delapan kategori tipe foto Instagram berdasarkan konten penggunanya yaitu, foto diri sendiri, teman, kegiatan yang dilakukan, gambar yang disertai dengan teks atau gambar. Pengguna dapat melihat foto atau video dengan melihat halaman utama yang menampilkan foto dan video terbaru dari teman-temannya dan mereka bisa memberikan komentar atau *like*.

Menurut Instagram (2017), beberapa kegiatan pengguna Instagram :

a) Mengunggah foto dan video

Pengguna dapat mengunggah foto dan video yang akan tersimpan kedalam akun pengguna secara otomatis. Pengguna juga dapat menambahkan filter yang tersedia di aplikasi sebelum mengunggah foto maupun video ke akun Instagram sesuai keinginan

b) Pencarian foto dan video

Pengguna dapat mencari foto dan video dari pengguna lain, baik yang diikuti maupun tidak. Pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain yang mengunggah foto atau video yang tidak diikuti dengan meninggalkan komentar di postingan.

c) Membagikan foto dan video di *Instastory*

Pengguna dapat berbagi foto atau video menggunakan fitur *story* dalam aplikasi. Pengguna juga dapat berkreasi dengan menambahkan teks, stiker, lagu, menggambar dan bisa menambahkan efek yang disukai.

d) Melakukan *live video*

Instagram juga memberikan fitur siaran video secara langsung, agar pengguna dapat berinteraksi dengan pengikutnya. Selain itu, pengguna juga dapat melakukan siaran langsung bersama dengan pengguna lain dan dapat memberi komentar selama siaran berlangsung.

e) Mengirim pesan

Fitur dm (*direct message*) memungkinkan pengguna untuk bertukar pesan secara pribadi. Pengguna juga dapat mengirim foto atau video yang dilihat di Instagram kepada pengguna lain melalui fitur ini.

f) Melihat story atau *live video*

Pengguna dapat melihat *story* dan siaran langsung dari pengguna lain melalui panel yang sudah disediakan dalam aplikasi.

g) Mencari informasi

Selain berbagi foto, video, atau *story*, pengguna dapat melihat hal tersebut melalui fitur explore. Pengguna juga dapat mencari informasi yang diminati melalui *hashtag* yang ada di fitur pencarian.

2.1.3 Aspek Penggunaan Instagram

Menurut Del Bario, (Andrawati, 2016) mengemukakan aspek yaitu *frequency* (frekuensi) , *duration* (durasi), dalam menggunakan internet.

a. *Frequeuny* (frekuensi)

Frekuensi *adalah* seberapa sering seorang individu menggunakan internet dengan tujuan tertentu. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu misal perhari, perminggu, perbulan. Menurut kriteria pengukuran yang digunakan oleh (Shafa Andini, 2023) adalah kategori tinggi > 4 kali/hari dan rendah < 4 kali/hari

b. *Duration (durasi)*

Durasi adalah seberapa lama waktu yang digunakan individu untuk mengakses internet dengan tujuan tertentu. Durasi dinyatakan dalam satuan kurun waktu misal per menit, per jam. Menurut kriteria pengukuran yang digunakan oleh Shafa Andini (2023) adalah kategori tinggi > 2 jam/hari dan rendah < 2 jam/hari.

2.1.4 Dampak Penggunaan Instagram

Menurut Amedie, (2015), dampak penggunaan media sosial baik secara umum maupun secara khusus aplikasi Instagram adalah sebagai berikut:

1. Dampak positif

- a. Memudahkan individu membentuk komunitas yang memiliki bakat dan minat sama untuk mengembangkan potensi diri melalui postingan yang diunggah ke akun Instagram.
- b. Media sosial juga dapat menjadi sarana pemasaran produk bagi seseorang dalam bentuk iklan sehingga mendorong pengguna akun berdiskusi atau bahkan membeli produk tersebut.
- c. Media sosial menyebarkan informasi lebih cepat daripada media yang bersifat konvensional.
- d. Membantu pengguna menyebarluaskan konten yang telah dibuat melalui aplikasi atau layanan yang tersedia.
- e. Mempermudah pengguna berinteraksi dengan teman, keluarga, kolega, dan kerabat atau bahkan membuat pertemanan dengan orang diseluruh dunia.
- f. Mempermudah pengguna menggunakan fitur Instagram untuk mencari informasi yang disukai melalui konten yang diunggah pengguna lain.

2. Dampak Negatif

a. Kecemasan

Kecemasan disebabkan oleh stress yang ditimbulkan karena keinginan individu untuk terus membentuk citra diri sesuai dengan konsep kesempurnaan yang tidak dapat dicapai melalui media sosial.

b. Depresi

Depresi disebabkan oleh stress yang terus-menerus dan berkelanjutan. Hal ini terjadi karena individu tidak mampu membangun keintiman, sehingga seseorang cenderung menunjukkan sisi bahagia daripada harus menjadi diri sendiri.

c. Aktivitas Kriminal

Media sosial juga menjadi salah satu tempat orang untuk melakukan kriminal seperti *cyber bullying*, penipuan, dan pemasaran barang terlarang. Selain itu, hanya demi pakaian yang dilihat di media sosial ada yang rela mencuri.

2.1.5 Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial

Menurut Shatuti (Muna, 2016) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial yaitu sebagai berikut :

1. Faktor Internal Penggunaan Instagram

a. Emosional *Coping*

Individu akan mengakses Instagram sebagai pengalihan dari kesepian, keterasingan, kebosanan, melepaskan stres, relaksasi, pembebasan dari rasa marah dan frustrasi. Kemudian hal tersebut yang kemudian menjadikan media sosial sebagai pengalihan dari lama kelamaan akan mempengaruhi intensitas dalam menggunakan media sosial.

b. Keluar dari dunia nyata

Saat individu mengalami sesuatu yang tidak sesuai dengan harapannya di dunia nyata, Internet menawarkan berbagai fasilitas yang lebih menyenangkan. Hal inilah yang kemudian menjadi faktor dalam mempengaruhi penggunaan media sosial.

2. Faktor Eksternal Penggunaan Instagram

a. Lingkungan

Lingkungan yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial dapat dibedakan menjadi dua yaitu lingkungan keluarga dan lingkungan sosial.

b. Memuaskan Kebutuhan sosial dan komunikasi interpersonal

Melalui media sosial individu dapat berkomunikasi lebih efektif, menambah teman, memperkuat persahabatan dan menghasilkan rasa memiliki dan pengakuan. Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial Instagram yaitu faktor kebutuhan dari dalam, motif sosial, faktor emosional, emotional coping, keluar dari dunia nyata, lingkungan dan memuaskan kebutuhan sosial dan komunikasi interpersonal.

2.1.6 Pengukuran Penggunaan Instagram

Menurut Umami & Rosdiana (2022) menyebutkan bahwa :

1. Waktu dalam mengakses Instagram

Kategori kriteria pengukuran durasi dalam penelitian ini mengadaptasi kriteria pengukuran yang dilakukan oleh Hidayatun (2015) dengan melakukan penyesuaian terkait penelitian ini. Kategori kriteria ukur durasi yakni:

- a. Rendah : 1 – 3 jam perhari
 - b. Tinggi > 3 jam perhari
2. Seberapa sering mengakses akun Instagram

Banyaknya suatu perilaku terulang atau juga bisa diartikan perilaku berulang yang disengaja maupun tidak disengaja. Kategori kriteria ini ukur frekuensi mengadaptasi kategori kriteria yang digunakan oleh Hidayatun (2015) yakni:

- a. Rendah 1 - 4 Kali perhari
- b. Tinggi > 4 kali perhari

Berdasarkan intensitas internet yang digunakan the graphic, visualization and usability center, the Georgia Institute of Technology (2014) menggolongkan menjadi tiga kategori, yakni:

- a. *Heavy user* (lebih dari 40 jam perbulan)
- b. *Medium user* (10-40 jam perbulan)
- c. *Light user* (kurang dari 10 jam perbulan)

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan merujuk pada besarnya kekuatan perilaku yang ditunjukkan, durasi waktu yang *dihabiskan* untuk menggunakan sesuatu, dan tingkat seberapa sering individu melakukan pengulangan perilaku.

2.2. Konsep *Body Image*

2.2.1 Pengertian *Body Image*

Body image adalah gambaran psikologis individu kepada bentuk dan ukuran tubuh serta bagaimana individu memandang dan mempersepsikan apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya dan serta bagaimana orang lain menilai dirinya. Namun, apa yang dipikirkan dan dirasakan belum tentu sesuai dengan keadaannya, melainkan penilaian subjektif terhadap

diri sendiri. Menurut Arthur (2010) *body image* adalah imajinasi subyektif yang di miliki seseorang tentang tubuhnya, khususnya yang terkait dengan penilaian orang lain, dan seberapa baik tubuhnya harus disesuaikan dengan persepsi-persepsi ini (Denich & Ifdil, 2015). *Body image* merupakan gambaran seseorang mengenai bagian-bagian tubuhnya maupun keadaan fisiknya secara keseluruhan yang menyangkut ketepatan mengestimasi tubuh (Syahla Aqylla, 2023). *Body image* adalah seluruh pengalaman manusia yang berkaitan dengan tubuh meliputi persepsi, emosi dan perilaku (Fatimah, 2023).

Dari beberapa penelitian atau pikiran menggunakan istilah ini hanya terkait tampilan fisik, sementara yang lain mencakup pula penilaian tentang fungsi tubuh, gerak tubuh, koordinasi tubuh, dan sebagainya dan dapat dilihat dari beberapa definisi diatas, dapat diketahui bahwa *body image* adalah pandangan subjektif seorang individu dalam melihat tubuh remaja dan dapat mempengaruhi rasa puas maupun ketidakpuasan kepada diri sendiri, yang didukung oleh faktor sosial yang ada disekitarnya.

2.2.2 Ciri-Ciri *Body Image*

Menurut Cash, Smolak, (2002) menyebutkan terdapat dua jenis *body image* yaitu *body image* positif dan *body image* negatif, yang masing-masing memiliki ciri-ciri :

1. Ciri-ciri *Body Image* Positif
 - a. Individu mengapresiasi bentuk tubuhnya dengan menghargai fungsi, kesehatan, dan bagian-bagian tubuhnya.
 - b. Individu menerima, merasa nyaman dan mencintai tubuhnya dengan memilih untuk fokus pada aset tubuh daripada kekurangan tubuhnya.
 - c. Individu merasa senang dengan diri sendiri, bersikap optimis dan selalu merasa bahagia.

d. Individu merasa percaya diri dengan keunikan tubuhnya dan percaya bahwa kecantikan seseorang terpancar dari dalam diri bukan hanya memikirkan tentang berat dan bentuk tubuh.

e. Individu menyadari bahwa gambar di media tidak realistis dan palsu.

Menciptakan *body image* positif dimulai dari menjalin hubungan baik dengan diri sendiri, hal ini membutuhkan kepercayaan diri, sikap positif, dan stabilan emosi. Di bawah ini adalah cara meningkatkan *body image* yang positif:

a) Perbaiki kepercayaan diri.

Rasa percaya diri akan muncul ketika memiliki pandangan yang baik terhadap kepribadian dan menemukan bahwa orang lain juga merasa nyaman dengan diri kita. Jadi, jika kita masih menilai kepribadian secara negatif mungkin kita terlalu memikirkan bagaimana orang lain melihat diri kita.

b) Tumbuhkan sikap positif.

Sikap positif akan muncul ketika menerima kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Sikap negatif cenderung membuat seperti seorang perfeksionis, senang membandingkan, dan sangat kritis atau menghakimi baik terhadap diri sendiri maupun orang lain. Sikap seperti itu merupakan karakteristik orang anoreksia dan orang dengan gangguan mental terhadap citra tubuh.

c) Fokus pada bagian yang disukai.

Menghargai apa yang tubuh dapat lakukan seperti berlari, menari, bernapas, tertawa, dan sebagainya. Melihat tubuh sebagai satu kesatuan jaringan jangan berfokus pada salah satu anggota tubuh saja.

d) Kuatkan emosi saat menghadapi orang lain.

Kestabilan emosi akan muncul ketika mampu mempertahankan hubungan antara perasaan, pikiran, dan keinginan ketika berbagi pengalaman orang lain. Memulai mengelilingi diri dengan orang-orang positif, hal itu mempermudah merasa nyaman dengan diri sendiri dan orang lain akan memberikan dukungan terhadap diri kita untuk mencintai diri kita sendiri.

2. Ciri-ciri *Body Image* Negatif

- a. Individu tidak menyukai bagian-bagian tertentu dari dirinya.
- b. Individu tidak merasa bahagia ketika berat badannya tidak ideal.
- c. Individu merasa tidak nyaman dengan seluruh bagian tubuhnya.
- d. Individu mencemaskan bagian tubuhnya yang menurutnya tidak sesuai dengan standar kecantikan.
- e. Individu selalu membandingkan bentuk tubuhnya dengan orang lain tanpa memperhatikan kelebihan yang dia miliki.

Menurut Tissa Adelia Prestia (2023), orang yang memiliki *body image* negatif akan cenderung mengalami hal-hal sebagai berikut :

- a) Cemas, depresi, rendah diri, dan sulit berkonsentrasi
- b) Terdorong untuk melakukan tindakan yang berisiko mengenai kesehatannya
- c) Memutuskan kehidupan sosialnya dengan orang lain akibat rasa minder dan rendah dirinya tersebut
- d) Menjadi malas untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang mengharuskannya untuk menunjukkan bentuk tubuhnya seperti berolahraga, pergi ke dokter, dan melakukan hubungan intim dengan suami/istri

- e) Penyakit-penyakit mental yang cukup serius seperti *anoreksia* (gangguan nafsu makan), *bulimia* (gangguan nafsu makan yaitu mengonsumsi makanan dalam jumlah banyak sekaligus, kemudian dimuntahkan).

2.2.3 Faktor-faktor yang memengaruhi *Body Image*

Menurut Alfian dkk (2020) faktor-faktor yang mempengaruhi *body image* adalah:

1. Faktor Internal *Body Image*

a. Pengaruh berat badan.

Berat badan berpengaruh pada *body image* seseorang, seseorang cenderung berusaha untuk memiliki berat badan yang optimal dengan cara mengatur pola makan.

b. Persepsi gemuk/kurus.

Keinginan seseorang untuk menjadikan berat badan tetap optimal dengan menjaga pola makan yang teratur, sehingga persepsi terhadap *body image* yang baik yang sesuai dengan keinginannya.

c. Konsep diri

Gambaran seseorang terhadap dirinya, yang meliputi penilaian diri dan sosial.

d. Pengaruh disorsi *body image* pada diri seseorang

Perasaan dan persepsi seseorang yang bersifat negatif terhadap tubuhnya yang dapat diikuti oleh sikap yang buruk.

2. Faktor Eksternal *Body Image*

a. Budaya

Cara lingkungan sekitar dan budaya berkomunikasi mengenai penampilan adalah salah satu faktor yang menjadi pengaruh pada perkembangan *body image* seseorang.

b. Siklus Hidup

Manusia memiliki kecenderungan yaitu menginginkan hidup pada bentuk tubuh dimasa lalu.

c. Sosialisasi

Adanya pengaruh dari teman sebaya serta orang disekitarnya yang menjadikan seseorang dapat terpengaruh.

d. Peran gender

Dalam hal ini peran orangtua sangat penting bagi *body image* seseorang, sehingga menjadikan seseorang jadi terpengaruh.

Menurut Denich dan Ifdil (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi *body image* adalah:

1. Jenis Kelamin

Persepsi *body image* yang buruk sering berhubungan dengan perasaan kelebihan berat badan terutama pada wanita.

2. Media Sosial

Media sosial yang muncul dimana-mana memberikan gambaran ideal mengenai figur perempuan yang dapat mempengaruhi gambaran tubuh seseorang.

3. Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal membuat seseorang cenderung membandingkan diri dengan orang lain dan *feedback* yang diterima dapat mempengaruhi bagaimana perasaan terhadap *body image*.

Menurut Rofida dan Puspitosari (2014) faktor yang mempengaruhi *Body image* adalah: Perseptual, afektif, kognitif, behaviorual. Dari uraian diatas faktor-faktor dari *body image* adalah jenis kelamin, media sosial, hubungan interpersonal, perseptual, afektif, kognitif, behaviorial, pengaruh berat badan,

budaya, persepsi gemuk dan kurus, siklus hidup, masa kehamilan, konsep diri, sosialisasi dan sosialisasi.

2.2.4 Aspek-Aspek *Body Image*

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) terdapat 10 aspek yang terdapat pada *body image* yaitu:

1. *Appearance evaluation* (evaluasi penampilan)

Evaluasi penampilan adalah ulasan terhadap penampilan secara keseluruhan kepada tubuh. Penilaian tingkat kepuasan maupun ketidakpuasan terhadap penampilan secara keseluruhan, apakah individu merasa bahagia dan sudah memiliki bentuk tubuh yang sesuai dengan keinginan individu.

2. *Appearance Orientation* (orientasi penampilan)

Orientasi penampilan didefinisikan sebagai pandangan seseorang yang paling mendasar terhadap penampilannya dan upaya individu untuk memperbaiki penampilannya sebaik mungkin dengan cara perawatan maupun memodifikasi penampilannya.

3. *Fitness Evaluation* (evaluasi kebugaran fisik)

Memiliki perasaan sehat atau tidak sehat.

4. *Fitness Orientation* (orientasi kebugaran fisik)

Peningkatan investasi terhadap kesehatan fisik

5. *Health Evaluation* (evaluasi kesehatan)

Perasaan mempunyai kesehatan atau bebas dari penyakit secara fisik.

6. *Health Orientation* (orientasi kesehatan)

Peningkatkan investasi terhadap gaya hidup sehat secara fisik.

7. *Illness Orientation* (orientasi tentang penyakit)

Meningkatkan kewaspadaan atau ketanggapan terhadap penyakit

8. *Body Area Satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh)

Kepuasan terhadap bagian tubuh adalah untuk mengukur kepuasan individu secara menyeluruh kepada setiap bagian tubuh dari bagian tubuh atas, bagian tengah sampai bagian tubuh paling bawah yang bersifat subjektif terhadap penampilan fisiknya. Misalkan dibagian wajah, tubuh bagian atas seperti lengan, dada, kemudian bagian tengah seperti perut dan pinggang dan bagian bawah seperti paha, betis.

9. *Overweight Preoccupation* (Cemas menjadi gemuk)

Kecemasan menjadi gemuk adalah kecemasan dan ketakutan seseorang menjadi gemuk atau bertambahnya berat badan yang menyebabkan seorang individu fokus untuk menurunkan berat badan dengan mengurangi porsi makannya.

10. *Self-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh)

Pengkategorian ukuran tubuh adalah mengklasifikasikan dan mengelompokkan bagian tubuh sesuai dengan ukuran tubuh dari kurus sampai gemuk. Individu hanya membandingkan dengan ego terhadap standar ideal yang berlaku di masyarakat.

Menurut Grogan (2008), *body image* (Citra Tubuh) meliputi beberapa aspek-aspek sebagai berikut ini yakni:

a. Aspek persepsi

Seorang individu mengklasifikasikan dan menginterpretasikan kondisi fisik mereka dengan membandingkan bentuk dan ukuran tubuhnya sesuai pemahaman terhadap dirinya sendiri, kemudian ditandai dengan munculnya keinginan dan berharap untuk memiliki tubuh dan penampilan yang menarik dan lebih baik.

b. Aspek perasaan

Emosi atau perasaan yang dimiliki seorang individu terhadap tubuh. Perasaan tersebut bisa datang dalam bentuk perasaan negatif ataupun positif terhadap tubuh yang dimiliki individu.

c. Aspek penilaian

Evaluasi dan penilaian terhadap tubuh dapat berupa pemikiran tentang perbandingan fisik seorang individu dengan orang lain dan bagaimana persepsi dan pandangan seseorang dalam menilai ukuran tubuhnya.

Dari penjelasan yang dijabarkan di atas menyambung dengan aspek yang diungkapkan oleh Cash yang di sebutkan sebagai berikut : *appearance evaluation* (evaluasi penampilan), *appearance orientation* (orientasi penampilan), *body area satisfaction* (kepuasan terhadap area tubuh), *overweight preception* (kecemasan menjadi gemuk), *self-classified weight* (pengkategorian terhadap tubuh).

2.2.5 Pengukuran *Body Image*

Instrumen pengukuran *Body Image* menggunakan skala penampilan yaitu *self relationship multimensional* (MBSRQ). Alat ukur *Multidimensional Body Image Self Relationship Questionnaire* dikembangkan oleh Thoman F. Cash (2002). Yang terdiri dari 10 Item.

2.3. Hubungan Penggunaan Instagram Dengan *Body Image* Pada Remaja

Penelitian Sari, Urfiyah, (2023) membuktikan terdapat Hubungan Positif yang signifikan antara penggunaan Instagram dengan *body image* remaja akhir putri di desa Sepulu, tingkat penggunaan Instagram remaja akhir putri di desa Sepulu dominan berada pada tingkat sedang dengan presentase sebesar 68,7% (57 remaja akhir putri), sedangkan tingkat *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepulu berada pada tingkat sedang dengan presentase 67,5% (56 remaja akhir putri) (Sari, 2023). Penelitian yang lain juga menyatakan bahwa terdapat

hubungan positif antara *body image* dengan kepercayaan diri pada korban *body shaming* pengguna Instagram di kota Surabaya (Simanjuntak et al., n.d., 2020).

Penelitian Veronica, (2023) membuktikan terdapat hubungan yang positif yang signifikan antara *body Image* dengan Intensitas penggunaan Instagram berkonten *fitpiration* pada mahasiswa yang berasal dari Manado yang berkuliah di Universitas Kristen Satya Wacana. Penelitian yang dilakukan oleh Prilia, Nur, (2020) menunjukkan hasil bahwa ada hubungan negatif antara intensitas penggunaan Instagram dengan *body image* pada remaja dan dewasa awal dengan subjek penelitian berjumlah 400 responden remaja dan dewasa awal dengan rentan usia 16 – 30 tahun. Penelitian yang dilakukan oleh Adindah Galih (2016), menunjukan bahwa tidak terdapat hubungan antara penggunaan Instagram dan *body image* pada mahasiswa yang mengikuti akun Instagram artis dan Instagram kecantikan penelitian ini dilakukan kepada mahasiswi yang berada di Universitas Airlangga Surabaya dengan jumlah subjek yang diperoleh adalah sebanyak 64 orang.

Penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara harga diri dan *body image* dengan *online self-presentation*, penelitian tersebut dilakukan dengan subjek sebanyak 389 orang pengguna *Instagram* yang mengisi kuesioner penelitian secara *online* (Rozika & Ramdhani, 2016). Penelitian yang lain juga menyebutkan bahwa terdapat hubungan signifikan negatif antara *social comparison* dan *body image*, mengindikasikan semakin tinggi tingkat *Social comparison*, semakin rendah *Body Image* (Aqillah, 2024). Studi ini mengungkapkan dampak negatif penggunaan Instagram berlebihan untuk perbandingan sosial dan menekankan pentingnya program intervensi dan edukasi untuk mengurangi efek negatif ini dan mendorong *body Image* yang lebih sehat, penelitian tersebut dilakukan kepada 212 partisipan mahasiswa pengguna Instagram. Terdapat hubungan positif signifikan yang lemah antara *body image*

dengan *self-esteem* sebesar $r_s = 0,245$ dengan signifikanSI $0,000 < 0.05$. ini berarti bahwa semakin tinggi *body image* mahasiswa, maka semakin tinggi pula *self-esteem* pada mahasiswa, populasi penelitian tersebut adalah mahasiswa fakultas ilmu Pendidikan Unnes Angkatan 2018 dan 2019 yang berjumlah 1.832 mahasiswa (Munawaroh, 2023).

