

**Ranah Research**  
Journal of Multidisciplinary Research and Development  
082170743613 ranahresearch@gmail.com <https://jurnal.ranahresearch.com>

E-ISSN: 2655-0865



DOI: <https://doi.org/10.38035/rj.v8i6>  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## Pengaruh *Body Image* terhadap *Self-Esteem* pada Remaja pengguna Instagram

Sri Wahyuningsih<sup>1</sup>, Elis Yulia Ningsih<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Psikologi, Universitas Paramadina, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Psikologi, Universitas Paramadina, Indonesia

Corresponding Author: [sri.wahyuningsih21.sw@gmail.com](mailto:sri.wahyuningsih21.sw@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** *The rapid development of information technology has brought significant changes to adolescents' patterns of interaction and socialization. Globally, Instagram has become one of the most popular social media platforms among adolescents and young adults. The widespread use of Instagram not only affects communication patterns but also has significant psychological implications, particularly for Self-esteem. Within the context of social media, especially Instagram, the development of Self-esteem is closely related to how individuals perceive their bodies, commonly referred to as Body image. As a highly visual platform, Instagram continuously exposes users to idealized standards of beauty and body appearance, which may influence individuals' self-evaluation. This study aimed to examine the influence of Body image on Self-esteem among adolescent Instagram users. This study employed a quantitative research method with a descriptive approach. The participants consisted of 101 adolescent Instagram users selected using a non-probability sampling technique, specifically purposive sampling. The findings revealed that the majority of respondents demonstrated a moderate level of Self-esteem (66 respondents; 65.3%), while the majority also reported a moderate level of Body image (72 respondents; 71.3%). The results of the simple linear regression analysis indicated a significance value of 0.000 ( $p < 0.05$ ), leading to the rejection of the null hypothesis ( $H_0$ ) and the acceptance of the alternative hypothesis ( $H_1$ ). These findings indicate that Body image has a positive and statistically significant influence on Self-esteem among adolescent Instagram users. Furthermore, the coefficient of determination ( $R^2$ ) was 0.149, indicating that Body image accounted for 14.9% of the variance in Self-esteem, while the remaining 85.1% was explained by other factors beyond the scope of this study. Therefore, the more positive adolescents perceive their Body image, the higher their level of Self-esteem tends to be. The findings are expected to provide valuable insights for adolescents, parents, educators, and mental health professionals in promoting Self-esteem through the development of a positive Body image while also considering other psychological and social factors that contribute to adolescent development.*

**Keywords:** *Body image, Self-esteem, adolescents, Instagram, social media.*

**Abstrak:** Perkembangan teknologi informasi saat ini telah membawa perubahan yang sangat besar dalam pola interaksi dan sosialisasi remaja. Secara global, Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan remaja dan dewasa muda. Tingginya

penggunaan Instagram pada remaja tidak hanya berdampak pada pola komunikasi, tetapi juga memiliki implikasi psikologis yang signifikan, khususnya terhadap *Self-esteem*. Dalam konteks media sosial, khususnya Instagram, pembentukan *Self-esteem* tidak terlepas dari bagaimana individu memandang tubuhnya atau *Body image*. Instagram sebagai platform visual secara intens menampilkan standar kecantikan dan bentuk tubuh ideal yang kemudian menjadi acuan dalam proses evaluasi diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Body image* terhadap *Self-esteem* pada remaja pengguna Instagram. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* jenis *purposive sampling* terhadap 101 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa tingkat *Self-esteem* mayoritas responden berada pada kategori sedang dengan jumlah 66 responden (65,3%), sedangkan *Body image* mayoritas juga berada pada kategori sedang dengan jumlah 72 responden (71,3%). Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Body image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Self-esteem* pada remaja pengguna Instagram. Selain itu, diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,149, yang berarti *Body image* memberikan kontribusi sebesar 14,9% terhadap variasi *Self-esteem*, sedangkan 85,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, semakin positif *Body image* yang dimiliki remaja, semakin tinggi pula *Self-esteem* yang dimilikinya. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi remaja, orang tua, pendidik, dan praktisi psikologi untuk meningkatkan *Self-esteem* melalui pembentukan *Body image* yang positif serta memperhatikan faktor-faktor psikologis dan sosial lainnya yang memengaruhi perkembangan remaja.

**Kata kunci:** *Body image*, *Self-esteem*, remaja, Instagram, media sosial.

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi masa kini telah memberi pengaruh yang begitu besar dalam pola interaksi dan sosialisasi para remaja. Mudah-mudahan akses informasi memungkinkan individu untuk terhubung tanpa batas ruang dan waktu, sehingga menciptakan ruang digital yang intens dalam membentuk interaksi sosial. Salah satu platform yang paling dominan dalam kehidupan remaja adalah Instagram, yang berbasis visual dan memungkinkan pengguna untuk menampilkan serta mengelola representasi diri secara aktif. Data global menunjukkan bahwa kelompok usia 18–24 tahun secara konsisten menjadi salah satu segmen pengguna terbesar Instagram, diikuti oleh kelompok usia 25–34 tahun, yang menandakan dominasi pengguna usia muda dalam ekosistem platform tersebut (Nguyen, 2025). Selain itu, survei internasional juga menunjukkan bahwa Instagram termasuk dalam platform media sosial yang paling sering dipergunakan remaja dengan usia 15–17 tahun daripada dengan platform media sosial lainnya (Anderson dkk., 2023). Di Indonesia, Instagram digunakan oleh 25,33% remaja dan menempati urutan kedua setelah TikTok (APJII, 2025).

Tingginya penggunaan Instagram pada remaja tidak hanya memengaruhi pola komunikasi, tetapi juga memiliki implikasi psikologis yang signifikan, terutama terhadap *Self-esteem* (harga diri). Rosenberg (1965) memaparkan, *Self-esteem* ialah sikap negatif atau positif yang dimiliki individu terhadap dirinya secara keseluruhan. Saat periode remaja, *Self-esteem* menjadi aspek krusial karena individu ada dalam tahap perkembangan *identity versus role confusion* (Erikson, 1968). Pada fase ini membangun identitas diri sekaligus mencari validasi sosial dari lingkungan sekitarnya. Interaksi dan umpan balik dari teman sebaya merupakan faktor yang berkontribusi terhadap pembentukan *Self-esteem* (Valkenburg dkk., 2021), di mana *Self-esteem* juga berfungsi sebagai indikator persepsi individu terhadap penerimaan sosial dalam lingkungannya (Orth & Robins, 2014).

Dalam konteks media sosial, khususnya Instagram, pembentukan *Self-esteem* tidak terlepas dari bagaimana individu memandang tubuhnya atau *Body image*. Instagram sebagai platform visual secara intens menampilkan standar kecantikan dan bentuk tubuh ideal, yang kemudian menjadi acuan dalam proses evaluasi diri. Paparan terhadap konten tersebut mendorong munculnya perbandingan sosial, terutama *upward comparison*, yang merupakan perilaku mengkomparasikan diri dengan seseorang yang dinilai lebih ideal atau menarik (Pedalino & Camerini, 2022). Proses ini berkontribusi langsung terhadap penurunan *Self-esteem* saat seseorang menilai tidak mampu memenuhi standar tersebut.

*Body image* didefinisikan selaku penggambaran internal seseorang pada penampilan fisiknya yang meliputi persepsi, perasaan, pikiran, serta perilaku yang berkaitan akan tubuh. Persepsi tersebut berperan penting dalam pembentukan penilaian individu terhadap dirinya, sehingga *Body image* ialah salah satu faktor yang memengaruhi tingkat *Self-esteem*. Seseorang dengan *Body image* positif punya kecenderungan memperlihatkan penerimaan diri yang lebih optimal dan memiliki *Self-esteem* yang lebih tinggi, sementara *Body image* negatif sering kali dikaitkan akan minimnya *Self-esteem* (Cash, 2004). Penelitian oleh Mancin dkk. (2024) menemukan bahwa paparan standar kecantikan di media sosial meningkatkan ketidakpuasan tubuh, yang pada akhirnya menurunkan *Self-esteem*. Hal tersebut selaras dengan temuan Glaser dkk. (2024) yang memperlihatkan bahwasanya makin tinggi frekuensi perbandingan sosial di Instagram, makin rendah taraf *Self-esteem* individu.

Dalam konteks remaja Indonesia, temuan serupa juga ditemukan. Putri & Astuti (2023) menunjukkan adanya korelasi antara penggunaan Instagram serta *Body image* negatif terhadap remaja perempuan, yang berdampak terhadap rendahnya *Self-esteem*. Penelitian Jannah dkk. (2023) juga menemukan hubungan signifikan antara *Body image* serta *Self-esteem* terhadap remaja pengguna filter Instagram, yang mana persepsi tubuh yang lebih positif berkaitan akan tingkat *Self-esteem* yang lebih tinggi. Sejalan dengan hal tersebut, Fadhillah & Indrijati (2022) menemukan adanya korelasi positif yang kuat antara *Body image* dan *Self-esteem* pada remaja perempuan pengguna Instagram. Selanjutnya, Liu dkk. (2025) mengungkapkan bahwa *self-esteem* dan perbandingan sosial secara simultan dapat memprediksi tingkat kepuasan terhadap *body image*.

Secara teoritis, hubungan ini bisa dijelaskan oleh Teori Perbandingan Sosial (Festinger, 1954), yang memaparkan bahwasanya seseorang mengevaluasi diri melalui proses perbandingan antara dirinya sendiri dengan orang lain. Dalam lingkungan Instagram yang sarat dengan konten visual ideal, proses ini terjadi secara terus-menerus dan intens. Ketika individu menginternalisasi standar kecantikan yang tidak realistis, maka muncul ketidakpuasan terhadap tubuh, yang kemudian berdampak langsung pada penurunan *Self-esteem* (Vuong dkk., 2021). Rendahnya *Self-esteem* akibat *Body image* negatif memiliki implikasi luas terhadap kehidupan remaja, di antaranya kecemasan sosial, depresi ringan, hingga gangguan makan (Bi dkk., 2024).

Meskipun demikian, temuan-temuan tersebut masih menyisakan ruang untuk dikaji lebih lanjut. Penelitian Fadhillah dan Indrijati (2022) menunjukkan adanya korelasi antara *body image* dan *self-esteem*, tetapi belum secara khusus menjelaskan sejauh mana *body image* dapat menjadi faktor yang memengaruhi *self-esteem*. Selain itu, penelitian mengenai *body image* dan *self-esteem* umumnya masih lebih banyak berfokus pada hubungan atau korelasi antara kedua variabel, sementara penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram masih perlu diperkuat. Padahal, mekanisme seperti perbandingan sosial, internalisasi standar kecantikan, serta jenis konten yang dikonsumsi diketahui berperan dalam membentuk evaluasi diri remaja (Mahendra dkk., 2017).

Dengan demikian, *research gap* dalam penelitian ini tidak hanya terletak pada masih terbatasnya penelitian mengenai kedua variabel, tetapi pada belum optimalnya penelitian terdahulu dalam menguji pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* secara spesifik pada remaja pengguna Instagram. Penelitian ini menjadi penting karena tidak sekadar mengulang temuan mengenai adanya hubungan antara *body image* dan *self-esteem*, melainkan berupaya

memberikan pemahaman mengenai kontribusi *body image* terhadap *self-esteem* pada kelompok remaja yang secara aktif berinteraksi dengan media sosial berbasis visual. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai “*Pengaruh Body Image terhadap Self-esteem pada Remaja Pengguna Instagram*” menjadi relevan untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan dalam literatur dengan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram.

## Kajian Pustaka

### *Self-esteem*

*Self-esteem* ialah salah satu konstruk psikologis yang fundamental untuk memahami cara individu memandang, menilai, dan menghargai dirinya sendiri. Konsep ini merujuk kepada evaluasi subjektif seseorang pada nilai, kemampuan, serta keberhargaan dirinya dalam berbagai aspek kehidupan. Evaluasi tersebut menggambarkan seberapa jauh seseorang menilai dirinya mampu, berharga, sekaligus layak untuk dihargai, sehingga merupakan salah satu indikator fundamental pada perwujudan kesejahteraan psikologis. Dengan begitu, *Self-esteem* berperan penting dalam memengaruhi cara individu berpikir, merasakan, dan berperilaku ketika menghadapi berbagai pengalaman serta tantangan dalam kehidupan sehari-hari.

### *Body image*

*Body image* merupakan konsep psikologis yang menjelaskan bagaimana individu memersepsikan, merasakan, dan menilai tubuhnya sendiri. Konsep ini bukan sekadar terkait akan keadaan fisik yang objektif, namun sekaligus melibatkan aspek kognitif, afektif, dan perilaku yang dipengaruhi oleh pengalaman pribadi serta konteks sosial-budaya. Cash, (2004) mendefinisikan *Body image* sebagai representasi internal individu mengenai penampilan fisiknya yang meliputi pikiran, persepsi, tindakan, serta perasaan yang terkait akan tubuh. Definisi ini menegaskan bahwasanya *Body image* sifatnya subjektif serta dapat bergantung dari evaluasi diri serta respons emosional terhadap tubuh yang dimiliki.

## METODE

pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional non-eksperimen dan *cross-sectional* untuk mengetahui pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* pada remaja pengguna Instagram. Penelitian dilaksanakan secara daring dan luring pada remaja pengguna Instagram berusia 13–20 tahun di Indonesia, dengan pengumpulan data selama dua pekan menggunakan *Google Form* dan *paper form*. Populasi penelitian adalah seluruh remaja pengguna Instagram berusia 13–20 tahun di Indonesia, sedangkan sampel berjumlah minimal 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dan dipilih melalui teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, berdasarkan kriteria berusia 13–20 tahun, memiliki akun Instagram aktif, serta bersedia menjadi responden. Instrumen penelitian menggunakan *Rosenberg Self-Esteem Scale* (RSES) untuk mengukur *self-esteem* dan *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scales* (MBSRQ-AS) untuk mengukur *body image*, dengan skala Likert 4 poin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS *Statistics* dengan uji validitas melalui korelasi *Pearson Product Moment*, uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*, serta uji hipotesis menggunakan analisis regresi sederhana. Pengujian hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi 0,05 dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui pengaruh dan kontribusi *body image* terhadap *self-esteem* remaja pengguna Instagram.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Validitas Konten

#### Hasil Analisis Pilot Study

Sebelum instrumen digunakan pada penelitian utama, peneliti melakukan pilot study (uji coba instrumen) terhadap 33 responden yang mempunyai karakteristik sejenis dengan subjek penelitian. *Pilot study* bertujuan untuk mengevaluasi kualitas instrumen dengan analisis daya diskriminasi item, reliabilitas, dan validitas item. Analisis diselenggarakan memakai program IBM SPSS Statistics 26.

Pilot study pada penelitian ini melibatkan 33 responden yang mempunyai ciri serupa dengan populasi penelitian, yakni remaja pengguna Instagram. Jumlah responden tersebut dipilih karena tujuan pilot study bukan untuk melakukan generalisasi hasil penelitian, melainkan untuk mengevaluasi kualitas psikometrik instrumen melalui analisis daya diskriminasi item, validitas item, dan reliabilitas instrumen sebelum digunakan pada penelitian utama.

Pemilihan jumlah responden mengacu pada pendapat Johanson & Brooks, (2010) yang menyatakan bahwa 30 responden merupakan jumlah minimum yang memadai untuk penelitian pilot (*pilot study*) ketika tujuan penelitian adalah menguji kelayakan instrumen dan mengidentifikasi kelemahan item sebelum pelaksanaan penelitian utama. Oleh karena itu, penggunaan 33 responden dalam penelitian ini telah memenuhi jumlah minimum yang direkomendasikan untuk pelaksanaan uji coba instrumen.

Selain itu, Hertzog, (2008) menjelaskan bahwa pilot study berfungsi untuk mengevaluasi kualitas instrumen, mengidentifikasi item yang kurang berfungsi, serta memperoleh estimasi awal reliabilitas dan validitas sebelum penelitian utama dilakukan. Dengan demikian, jumlah 33 responden dinilai memadai untuk menghasilkan informasi awal mengenai kualitas instrumen tanpa bertujuan melakukan pengujian model pengukuran atau inferensi terhadap populasi yang lebih luas.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penggunaan 33 responden pada tahap pilot study dinilai telah sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu melakukan seleksi item dan memastikan instrumen mempunyai kualitas psikometrik yang cukup sebelum dipakai dalam tahap pengumpulan data utama.

#### Hasil Daya Diskriminasi Item

Analisis daya diskriminasi item bertujuan guna memahami keterampilan tiap butir pernyataan untuk membedakan responden dengan taraf konstruk tinggi serta rendah. Pada penelitian ini, daya diskriminasi item dianalisis menggunakan nilai *Corrected Item-Total Correlation* (CITC). Azwar (2021) memaparkan, suatu item dikatakan berdaya diskriminasi yang baik bila memiliki koefisien korelasi item-total minimal 0,30.

Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya semua item dalam instrumen *Self-esteem* mempunyai nilai korelasi item-total di atas batas minimal hingga semua item dikatakan memiliki daya diskriminasi yang baik dan dipertahankan untuk analisis selanjutnya.

Pada instrumen *Body image*, sebagian besar item juga memiliki daya diskriminasi yang baik. Namun, terdapat tiga item yang memiliki kemampuan diskriminasi rendah sehingga tidak memenuhi kriteria, yaitu item 14, item 15, dan item 17. Oleh karena itu, ketiga item tersebut dieliminasi sehingga instrumen *Body image* yang dipergunakan pada penelitian utama mencakup 19 item.

#### Hasil Reliabilitas Item

Tabel 1. Hasil Reliabilitas *Self-esteem*

| Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|------------------|------------|------------|
| 0,835            | 10         | Reliabel   |

Hasil pengujian memperlihatkan bahwasanya instrumen *Self-esteem* memperoleh nilai Cronbach's Alpha yakni 0,835, sehingga termasuk dalam kategori reliabel serta mempunyai konsistensi internal yang baik.

**Tabel 2. Hasil Reliabilitas *Body image***

| Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|------------------|------------|------------|
| 0,831            | 22         | Reliabel   |

Sementara itu, instrumen *Body image* memperoleh nilai Cronbach's Alpha yakni 0,831, yang juga memperlihatkan bahwasanya instrumen dengan taraf reliabilitas yang baik. Nilai tersebut melebihi batas minimum yang disyaratkan hingga instrumen dikatakan layak dipergunakan selaku instrumen pada penelitian utama.

### Hasil Validitas Item

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen *Self-esteem***

| Item | r Hitung | Sig.  | r Tabel | Keterangan |
|------|----------|-------|---------|------------|
| X1   | 0,658    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X2   | 0,659    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X3   | 0,639    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X4   | 0,636    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X5   | 0,634    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X6   | 0,695    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X7   | 0,640    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X8   | 0,703    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X9   | 0,608    | 0,000 | 0,344   | Valid      |
| X10  | 0,492    | 0,004 | 0,344   | Valid      |

Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya semua 10 item pada instrumen *Self-esteem* memenuhi kriteria validitas dengan nilai r hitung berkisar antara 0,492-0,703 dan semua nilai sig. < 0,05. Maka, semua item *Self-esteem* dikatakan layak serta valid dipergunakan pada studi.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen *Body image***

| Item | r Hitung | Sig.  | r Tabel | Keterangan  |
|------|----------|-------|---------|-------------|
| X1   | 0,658    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X2   | 0,659    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X3   | 0,639    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X4   | 0,636    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X5   | 0,634    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X6   | 0,695    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X7   | 0,640    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X8   | 0,703    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X9   | 0,608    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X10  | 0,492    | 0,004 | 0,344   | Valid       |
| X11  | 0,497    | 0,003 | 0,344   | Valid       |
| X12  | 0,602    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X13  | 0,599    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X14  | 0,210    | 0,242 | 0,344   | Tidak Valid |
| X15  | 0,186    | 0,300 | 0,344   | Tidak Valid |
| X16  | 0,367    | 0,036 | 0,344   | Valid       |
| X17  | 0,320    | 0,069 | 0,344   | Tidak Valid |
| X18  | 0,464    | 0,006 | 0,344   | Valid       |
| X19  | 0,794    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X20  | 0,592    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X21  | 0,683    | 0,000 | 0,344   | Valid       |
| X22  | 0,562    | 0,001 | 0,344   | Valid       |

Pada instrumen *Body image*, sebagian besar item juga memenuhi kriteria validitas. Nilai  $r$  hitung item yang valid berkisar antara 0,367-0,794 dengan nilai  $\text{sig.} < 0,05$ . Namun demikian, terdapat tiga item, yaitu item 14, item 15, dan item 17, yang tidak memenuhi kriteria validitas karena memiliki nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel (0,344) dan/atau nilai  $\text{sig.} < 0,05$ . Dengan begitu, ketiga item tersebut tidak dipergunakan dalam penelitian utama. Setelah proses seleksi, instrumen *Body image* dinyatakan valid dan layak digunakan dengan jumlah item yang telah disesuaikan.

Berdasarkan keseluruhan hasil pilot study, instrumen *Self-esteem* memenuhi seluruh kriteria psikometrik dengan semua item dikatakan valid serta reliabel. Sementara itu, instrumen *Body image* menunjukkan kualitas psikometrik yang baik setelah dilakukan seleksi item melalui analisis daya diskriminasi dan validitas, sehingga instrumen yang digunakan pada penelitian utama hanya terdiri atas item-item yang memenuhi kriteria psikometrik.

## Hasil Analisis Field Study

### Hasil Daya Diskriminasi Item

Berdasarkan hasil analisis, seluruh item pada instrumen *Self-esteem* menunjukkan daya diskriminasi yang baik, sehingga seluruh 10 item dipertahankan dalam penelitian utama. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tiap item bisa membedakan responden berlandaskan taraf *Self-esteem* yang dimiliki.

Pada instrumen *Body image*, seluruh 19 item yang telah lolos seleksi pada tahap pilot study juga menunjukkan kemampuan diskriminasi yang memadai. Dengan demikian, tidak terdapat item yang dieliminasi pada tahap field study dan seluruh item tetap dipergunakan pada analisis penelitian.

### Hasil Reliabilitas Item

Tabel 4. Hasil Reliabilitas *Self-esteem*

| Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|------------------|------------|------------|
| 0,837            | 10         | Reliabel   |

Hasil analisis menunjukkan bahwa instrumen *Self-esteem* memperoleh nilai Cronbach's Alpha yakni  $0,837 > 0,70$ . Nilai tersebut memperlihatkan bahwasanya instrumen mempunyai taraf konsistensi internal yang tinggi hingga bisa memberi hasil pengukuran yang konstan.

Tabel 5. Hasil Reliabilitas *Body image*

| Cronbach's Alpha | N of Items | Keterangan |
|------------------|------------|------------|
| 0,783            | 19         | Reliabel   |

Sementara itu, instrumen *Body image* memperoleh nilai Cronbach's Alpha yakni 0,783. Nilai itu juga melampaui batas minimal reliabilitas sebesar 0,70, hingga instrumen dikatakan mempunyai konsistensi internal yang baik serta reliabel untuk dipergunakan pada studi ini.

Secara keseluruhan, kedua instrumen mempunyai nilai reliabilitas yang memenuhi kriteria hingga layak dipergunakan menjadi sarana perhimpunan data pada penelitian utama.

### Hasil Validitas Item

Tabel 6. Hasil Uji Validitas *Self-esteem*

| Item | $r$ Hitung | Sig.  | $r$ Tabel | Keterangan |
|------|------------|-------|-----------|------------|
| X1   | 0,662      | 0,000 | 0,195     | Valid      |
| X2   | 0,593      | 0,000 | 0,195     | Valid      |
| X3   | 0,481      | 0,000 | 0,195     | Valid      |
| X4   | 0,585      | 0,000 | 0,195     | Valid      |
| X5   | 0,753      | 0,000 | 0,195     | Valid      |
| X6   | 0,563      | 0,000 | 0,195     | Valid      |
| X7   | 0,672      | 0,000 | 0,195     | Valid      |
| X8   | 0,718      | 0,000 | 0,195     | Valid      |

| Item | r Hitung | Sig.  | r Tabel | Keterangan |
|------|----------|-------|---------|------------|
| X9   | 0,781    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X10  | 0,518    | 0,000 | 0,195   | Valid      |

Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya semua 10 item dalam instrumen *Self-esteem* memenuhi kriteria validitas dengan nilai r hitung berkisar antara 0,481-0,781 dan seluruh nilai sig. yakni 0,000 ( $<0,05$ ). Maka, semua item *Self-esteem* dikatakan valid serta bisa menelaah konstruk yang diteliti dengan tepat.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas *Body image*

| Item | r Hitung | Sig.  | r Tabel | Keterangan |
|------|----------|-------|---------|------------|
| X1   | 0,542    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X2   | 0,615    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X3   | 0,256    | 0,010 | 0,195   | Valid      |
| X4   | 0,661    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X5   | 0,423    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X6   | 0,364    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X7   | 0,218    | 0,028 | 0,195   | Valid      |
| X8   | 0,438    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X9   | 0,658    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X10  | 0,608    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X11  | 0,462    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X12  | 0,423    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X13  | 0,466    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X14  | 0,525    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X15  | 0,400    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X16  | 0,471    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X17  | 0,459    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X18  | 0,364    | 0,000 | 0,195   | Valid      |
| X19  | 0,484    | 0,000 | 0,195   | Valid      |

Dalam instrumen *Body image*, seluruh 19 item juga memenuhi kriteria validitas. Nilai r hitung ada dalam rentang 0,218 hingga 0,661, semuanya melampaui nilai r tabel (0,195), sekaligus memiliki nilai sig.  $< 0,05$ . Meskipun item X7 memiliki nilai korelasi paling rendah ( $r = 0,218$ ), nilai tersebut masih berada di atas r tabel hingga tetap dikatakan valid. Hasil tersebut menunjukkan bahwasanya semua item bisa menggambarkan konstruk *Body image* yang diukur.

Berdasarkan hasil analisis field study, seluruh item pada instrumen *Self-esteem* dan *Body image* memenuhi kriteria daya diskriminasi, validitas, dan reliabilitas. Maka, kedua instrumen mempunyai kualitas psikometrik yang baik serta layak dipergunakan menjadi alat ukur pada analisis korelasi antara *Body image* serta *Self-esteem* terhadap remaja pengguna Instagram.

## Hasil Analisis Deskriptif

### Demografi Responden Penelitian

Tabel 8. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

| Usia         | Frekuensi  | Persentase (%) |
|--------------|------------|----------------|
| 13 tahun     | 1          | 1,0%           |
| 14 tahun     | 1          | 1,0%           |
| 15 tahun     | 15         | 14,9%          |
| 16 tahun     | 21         | 20,8%          |
| 17 tahun     | 11         | 10,9%          |
| 18 tahun     | 5          | 5,0%           |
| 19 tahun     | 12         | 11,9%          |
| 20 tahun     | 35         | 34,7%          |
| <b>Total</b> | <b>101</b> | <b>100,0%</b>  |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Dari Tabel 9, sebagian besar responden berusia 20 tahun, yakni sejumlah 35 orang (34,7%), sementara jumlah responden paling sedikit berasal dari kelompok usia 13 tahun dan 14 tahun, masing-masing sejumlah 1 orang (1,0%).

**Tabel 9. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Frekuensi  | Persentase (%) |
|---------------|------------|----------------|
| Laki-laki     | 31         | 30,7%          |
| Perempuan     | 70         | 69,3%          |
| <b>Total</b>  | <b>101</b> | <b>100,%</b>   |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Dari Tabel 10, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yakni sejumlah 70 orang (69,3%), sementara responden laki-laki sejumlah 31 orang (30,7%).

**Tabel 10. Distribusi Responden Berdasarkan Domisili**

| Domisili     | Frekuensi  | Persentase (%) |
|--------------|------------|----------------|
| Bekasi       | 58         | 57,4 %         |
| Bandung      | 7          | 6,9%           |
| Jakarta      | 6          | 5,9%           |
| Yogyakarta   | 4          | 4%             |
| Pekalongan   | 4          | 4%             |
| Solo         | 4          | 4%             |
| Semarang     | 4          | 4%             |
| Kediri       | 3          | 3%             |
| Karawang     | 1          | 1%             |
| Batam        | 1          | 1%             |
| Cirebon      | 1          | 1%             |
| Temanggung   | 1          | 1%             |
| Tegal        | 1          | 1%             |
| Cilacap      | 1          | 1%             |
| Pontianak    | 1          | 1%             |
| <b>Total</b> | <b>101</b> | <b>100,0</b>   |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Dari Tabel 11 mayoritas responden berdomisili di Bekasi, yaitu sebanyak 58 orang (57,4%). Berikutnya, responden yang bertempat tinggal di Bandung yakni 7 orang (6,9%), diikuti Jakarta sebanyak 6 orang (5,9%). Responden yang berasal dari Yogyakarta, Pekalongan, Solo, dan Semarang masing-masing berjumlah 4 orang (4,0%), sedangkan responden dari Kediri berjumlah 3 orang (3,0%). Adapun responden yang berasal dari Karawang, Batam, Cirebon, Temanggung, Tegal, Cilacap, dan Pontianak masing-masing berjumlah 1 orang (1,0%). Hasil itu memperlihatkan bahwasanya meskipun responden penelitian berasal dari beragam wilayah di Indonesia, mayoritas responden berdomisili di wilayah Bekasi.

**Tabel 11. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| Pendidikan                     | Frekuensi  | Persentase (%) |
|--------------------------------|------------|----------------|
| SMP/MTs                        | 9          | 8,9%           |
| SMA/MA/SMK/MAK                 | 44         | 43,6%          |
| Mahasiswa                      | 41         | 40,6%          |
| Diploma                        | 1          | 1,0%           |
| Bekerja/Fresh Graduate/Lainnya | 6          | 5,9%           |
| <b>Total</b>                   | <b>101</b> | <b>100,%</b>   |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Dari Tabel 12, sebagian besar responden sedang menempuh pendidikan SMA/MA/SMK/MAK, yaitu sebanyak 44 orang (43,6%), diikuti oleh responden yang berstatus

mahasiswa sebanyak 40 orang (40,6%). Sementara itu, responden lainnya berasal dari jenjang SMP/MTs, diploma, pascasarjana, serta kategori bekerja atau *fresh graduate*.

### Kategorisasi

**Tabel 13. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

| Variabel               | Minimum | Maximum | Mean  | Standar Deviasi |
|------------------------|---------|---------|-------|-----------------|
| <i>Body image</i> (X)  | 48      | 86      | 67,19 | 8,98            |
| <i>Self-esteem</i> (Y) | 23      | 50      | 37,78 | 6,35            |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Dari Tabel 13 variabel *Body image* mempunyai skor minimum yakni 48 serta skor maksimum yakni 86, dengan nilai rata-rata (*mean*) yakni 67,19 dan standar deviasi yakni 8,98. Di sisi lain, variabel *Self-esteem* mempunyai skor minimum yakni 23 serta skor maksimum yakni 50, dengan nilai rerata yakni 37,78 dan standar deviasi yakni 6,35. Nilai rerata serta standar deviasi tersebut berikutnya digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kategori skor responden menggunakan norma empiris.

Kategorisasi dalam studi ini merujuk kepada norma empiris yang dipaparkan oleh Azwar (2021). Norma empiris digunakan untuk mengelompokkan skor responden berdasarkan distribusi skor aktual dalam sampel penelitian dengan memanfaatkan nilai rata-rata (*mean*) serta standar deviasi. Pendekatan ini memberi penggambaran yang lebih representatif terkait kondisi responden dibandingkan dengan menggunakan rentang skor teoritis, karena kategori disusun berdasarkan karakteristik data yang diperoleh dalam penelitian. Kriteria kategorisasi berdasarkan norma empiris disajikan pada Tabel 14 berikut.

**Tabel 12. Kriteria Kategorisasi Berdasarkan Norma Empiris**

| Kategori | Rumus                                               |
|----------|-----------------------------------------------------|
| Rendah   | $X < (M - 1 \text{ SD})$                            |
| Sedang   | $(M - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (M + 1 \text{ SD})$ |
| Tinggi   | $X > (M + 1 \text{ SD})$                            |

Keterangan:

- a) X = skor responden
- b) M = Mean (rata-rata)
- c) SD = Standar Deviasi

### Kategorisasi Variabel *Self-esteem*

Hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwasanya variabel *Self-esteem* punya nilai mean sebesar 37,78 serta standar deviasi senilai 6,35. Berdasarkan rumus norma empiris diperoleh batas kategori sebagai berikut.

Perhitungan:

- a) Rendah =  $X < (37,78 - 6,35) = X < 31,43$
- b) Sedang =  $31,43 \leq X \leq 44,13$
- c) Tinggi =  $X > (37,78 + 6,35) = X > 44,13$

**Tabel 13. Distribusi Kategorisasi *Self-esteem***

| Kategori     | Frekuensi (f) | Persentase (%) |
|--------------|---------------|----------------|
| Rendah       | 18            | 17,8%          |
| Sedang       | 66            | 65,3%          |
| Tinggi       | 17            | 16,8%          |
| <b>Total</b> | <b>101</b>    | <b>100%</b>    |

Dari Tabel 15 tampak bahwasanya mayoritas responden mempunyai tingkat *Self-esteem* dalam kategori sedang, yakni sejumlah 66 responden (65,3%). Berikutnya, sejumlah 18 responden (17,8%) ada dalam kategorisasi rendah, sementara 17 responden (16,8%) ada dalam kategorisasi tinggi. Hasil tersebut memperlihatkan bahwasanya sebagian besar remaja pengguna Instagram pada studi ini mempunyai taraf *Self-esteem* yang berada dalam kategorisasi sedang. Hal demikian mengindikasikan bahwasanya mayoritas responden mempunyai penilaian yang cukup positif terhadap diri sendiri, mampu menerima kekurangan dan kelebihan yang dimiliki, serta mempunyai rasa percaya diri yang cukup baik. Sekalipun begitu, masih ada responden yang berada dalam kategorisasi *Self-esteem* rendah, yang memperlihatkan adanya individu dengan kecenderungan memberikan penilaian negatif terhadap dirinya. Sebaliknya, responden yang ada dalam kategorisasi tinggi memperlihatkan tingkat penghargaan diri yang lebih baik, ditandai dengan penerimaan diri, keyakinan, serta rasa percaya diri pada keterampilan diri yang lebih tinggi.

### Kategorisasi Variabel *Body image*

Hasil analisis deskriptif memperlihatkan bahwasanya variabel *Body image* mempunyai nilai mean yakni 67,19 serta standar deviasi yakni 8,98. Berdasarkan rumus norma empiris diperoleh batas kategori sebagai berikut.

Perhitungan:

- a) Rendah =  $X < (67,19 - 8,98) = X < 58,21$
- b) Sedang =  $58,21 \leq X \leq 76,17$
- c) Tinggi =  $X > (67,19 + 8,98) = X > 76,17$

**Tabel 14. Distribusi Kategorisasi *Body image***

| Kategori | Frekuensi (f) | Persentase (%) |
|----------|---------------|----------------|
| Rendah   | 11            | 10,9%          |
| Sedang   | 72            | 71,3%          |
| Tinggi   | 18            | 17,8%          |
| Total    | 101           | 100%           |

Dari Tabel 16, tampak bahwasanya mayoritas responden mempunyai tingkat *Body image* dalam kategorisasi sedang, yakni 72 responden (71,3%). Lalu, ada 18 responden (17,8%) ada dalam kategorisasi tinggi, sedangkan 11 responden (10,9%) ada dalam kategorisasi rendah. Hasil itu memperlihatkan bahwasanya sebagian besar remaja pengguna Instagram dalam penelitian ini memiliki persepsi terhadap kondisi fisik dan penampilan dirinya pada tingkat yang sedang. Hal demikian mengindikasikan bahwasanya mayoritas responden mempunyai penilaian yang cukup positif pada tubuh dan penampilannya, sekalipun masih ada beberapa aspek yang belum sepenuhnya memberikan kepuasan terhadap citra tubuh yang dimiliki. Selain itu, responden yang ada dalam kategorisasi *Body image* tinggi cenderung memiliki penerimaan dan kepuasan yang lebih baik terhadap kondisi fisiknya, sedangkan responden pada kategori *Body image* rendah menunjukkan adanya kecenderungan memiliki persepsi yang kurang positif atau kurang puas terhadap tubuh dan penampilannya.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna memahami apakah data atau residual pada model regresi memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2021), model regresi yang baik yakni model dengan residual berdistribusi normal. Pada studi ini, uji normalitas diselenggarakan memakai One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) Test terhadap nilai residual.

Dasar pengambilan keputusan yakni.

- a) Jika nilai Sig.  $> 0,05$ , artinya data memiliki distribusi normal.
- b) Jika nilai Sig.  $\leq 0,05$ , artinya data tidak memiliki distribusi normal.

Hasil uji normalitas dipaparkan pada Tabel 17

**Tabel 15. Hasil Uji Normalitas**

| Metode Uji                    | N   | Test Statistic | Asymp. Sig. (2-tailed) | Keterangan                |
|-------------------------------|-----|----------------|------------------------|---------------------------|
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov | 101 | 0,079          | 0,124                  | Data berdistribusi normal |

Dari hasil uji normalitas memakai One-Sample K-S, didapat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yakni 0,124 dengan jumlah sampel sebanyak 101 responden. Nilai sig > 0,05 (0,124 > 0,05). Hal demikian memperlihatkan bahwasanya data residual pada studi memiliki distribusi normal.

Maka, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah terpenuhi, sehingga model regresi layak dipakai dalam analisis lebih dalam.

### Hasil Uji Linearitas

**Tabel 16. Hasil Uji Linearitas**

| Komponen                 | F      | Sig.  | Keterangan                                  |
|--------------------------|--------|-------|---------------------------------------------|
| Linearity                | 17,724 | 0,000 | Linear                                      |
| Deviation from Linearity | 1,071  | 0,397 | Tidak terdapat penyimpangan dari linearitas |

Hasil uji linearitas memperlihatkan bahwa nilai sig. dalam *Linearity* yakni  $0,000 < 0,05$ . Hal demikian memperlihatkan bahwasanya ada korelasi linear yang signifikan antara variabel independen (X) serta variabel dependen (Y).

Selain itu, nilai sig. pada Deviation from Linearity sebesar  $0,397 > 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwasanya tidak ada penyimpangan signifikan dari hubungan linear. Maka, korelasi antara kedua variabel dapat dinyatakan memenuhi asumsi linearitas.

Dari hasil tersebut, bisa dibuat kesimpulan bahwasanya data memenuhi asumsi linearitas sehingga analisis statistik lanjutan dapat dilakukan.

### Hasil Uji Hipotesis

**Tabel 17. Hasil Uji F Analisis Regresi Linear Sederhana**

| Model      | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.  |
|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------|
| Regression | 600,367        | 1   | 600,367     | 17,314 | 0,000 |
| Residual   | 3.432,841      | 99  | 34,675      |        |       |
| Total      | 4.033,208      | 100 |             |        |       |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 19, diperoleh nilai F sebesar 17,314 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil daripada 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa body image berpengaruh secara signifikan terhadap self-esteem pada remaja pengguna Instagram.

Selain menguji signifikansi model regresi melalui Uji F, analisis regresi linear sederhana juga digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi *body image* dalam menjelaskan variasi *self-esteem*. Besarnya kontribusi tersebut dapat dilihat melalui nilai *R Square* pada tabel 20.

**Tabel 18. Hasil Model Summary Analisis Regresi Linear Sederhana**

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | 0,386 | 0,149    | 0,140             | 5,88856                    |

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Dari hasil analisis pada Tabel 4.19 (Model Summary) didapat nilai koefisien korelasi (R) yakni 0,386. Menurut Sugiyono (2013) nilai koefisien korelasi pada rentang 0,20–0,399 memperlihatkan bahwa korelasi antara variabel *Body image* serta *Self-esteem* berada dalam kategori rendah.

Selanjutnya, diperoleh nilai R Square yakni 0,149, yang menandakan bahwasanya variabel *Body image* bisa menerangkan sebesar 14,9% variasi dalam variabel *Self-esteem*, sementara 85,1% sisanya bergantung dari beberapa faktor lainnya di luar model penelitian yang tidak ditelaah.

**Tabel 19. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana**

| Variabel              | B      | Std. Error | Beta  | t     | Sig.  |
|-----------------------|--------|------------|-------|-------|-------|
| Konstanta             | 19,440 | 4,447      | –     | 4,371 | 0,000 |
| <i>Body image</i> (X) | 0,273  | 0,066      | 0,386 | 4,161 | 0,000 |

#### **Variabel Dependen: *Self-esteem* (Y)**

Dari Tabel 19 (Coefficients) didapat nilai konstanta (Constant) yakni 19,440, sedangkan koefisien regresi variabel *Body image* yakni 0,273 dengan nilai t hitung yakni 4,161 serta nilai sig. yakni 0,000.

Persamaan regresi linear sederhana yang didapat adalah seperti berikut.

$$Y = 19,440 + 0,273X$$

Keterangan:

- a) Y = *Self-esteem*
- b) X = *Body image*

Persamaan tersebut memperlihatkan bahwasanya tiap kenaikan 1 satuan skor *Body image* kelak membuat skor *Self-esteem* meningkat sejumlah 0,273 satuan, yang mana diasumsikan variabel lain dianggap konstan. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwasanya korelasi antara kedua variabel bersifat positif, sehingga semakin tinggi *Body image* yang ada pada responden, artinya semakin tinggi pula *Self-esteem* yang dimiliki.

Di sisi lain, hasil uji parsial (uji t) memperlihatkan nilai sig. sejumlah 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Body image* diduga berpengaruh secara signifikan terhadap *Self-esteem* pada remaja pengguna Instagram.

#### **Pembahasan**

Studi ini ditujukan guna memahami pengaruh *Body image* pada *Self-esteem* remaja pengguna Instagram. Dari hasil analisis regresi linear sederhana didapat nilai sig. yakni 0,000 ( $p < 0,05$ ), dengan begitu  $H_0$  ditolak serta  $H_1$  diterima. Maka, bisa dibuat kesimpulan bahwasanya *Body image* diduga memberi pengaruh positif sekaligus signifikan pada *Self-esteem* remaja pengguna Instagram. Nilai  $R^2$  yakni 0,149 memperlihatkan bahwasanya *Body image* memberi kontribusi sejumlah 14,9% pada variasi *Self-esteem*, sementara 85,1% sisanya bergantung dari sejumlah faktor lain yang tidak ditelaah pada studi ini.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi remaja terhadap tubuh dan penampilannya, semakin tinggi pula tingkat *Self-esteem* yang dimiliki. Sebaliknya, remaja dengan persepsi negatif pada tubuhnya cenderung menunjukkan *Self-esteem* yang lebih rendah. Hasil ini mengindikasikan bahwasanya cara individu memandang dan mengevaluasi kondisi fisiknya merupakan salah satu aspek psikologis yang mengambil peran pada pembangunan penilaian terhadap diri, khususnya pada remaja yang aktif memakai Instagram. Sebagai media sosial yang menekankan konten visual, Instagram memungkinkan pengguna untuk terus membandingkan penampilannya dengan orang lain melalui foto maupun video yang diunggah.

Proses perbandingan sosial tersebut bisa memberi pengaruh pada bagaimana remaja memberi penilaian atas tubuhnya, yang akhirnya turut memengaruhi taraf *Self-esteem*.

Penelitian ini sejalan dengan uraian dalam latar belakang penelitian yang menempatkan remaja sebagai kelompok yang relevan untuk dikaji karena berada pada tahap perkembangan ketika pembentukan identitas dan evaluasi diri berlangsung secara intensif. Pada fase ini, penampilan fisik menjadi salah satu aspek yang dapat digunakan remaja dalam mengevaluasi dirinya, terlebih ketika proses tersebut berlangsung dalam lingkungan sosial yang memungkinkan adanya penilaian dan perbandingan secara terus-menerus. Penggunaan Instagram sebagai media sosial berbasis visual semakin memperkuat relevansi tersebut karena remaja tidak hanya melihat representasi penampilan orang lain, tetapi juga memiliki kesempatan untuk menampilkan dan memperoleh respons sosial terhadap penampilan dirinya. Oleh karena itu, hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* mendukung argumentasi bahwa penilaian terhadap tubuh dan penampilan merupakan salah satu aspek yang berkaitan dengan evaluasi diri remaja pengguna Instagram.

Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Fadhillah dan Indrijati (2022) yang menemukan adanya hubungan positif antara *body image* dan *self-esteem* pada remaja perempuan pengguna Instagram. Kesamaan arah temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi dan evaluasi yang lebih positif terhadap tubuh cenderung berkaitan dengan penilaian diri yang lebih positif. Temuan ini juga selaras dengan penelitian Liu dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa *self-esteem* dan perbandingan sosial secara bersama-sama dapat memprediksi kepuasan terhadap *body image*. Meskipun penelitian Liu dkk. menempatkan variabel dalam kerangka analisis yang berbeda, hasil tersebut memberikan gambaran bahwa *body image* dan *self-esteem* memiliki keterkaitan yang penting dalam proses evaluasi diri individu.

Temuan penelitian ini juga dapat dikaitkan dengan penelitian Thai dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa pengurangan penggunaan media sosial selama beberapa minggu berkaitan dengan peningkatan *appearance esteem* pada remaja. Hasil tersebut memperkuat konteks yang telah dikemukakan dalam latar belakang bahwa media sosial berbasis visual dapat berkaitan dengan cara remaja mengevaluasi penampilan dirinya. Namun demikian, penelitian Thai dkk. tidak secara langsung menguji pengaruh *body image* terhadap *self-esteem* sebagaimana penelitian ini. Oleh karena itu, temuan tersebut lebih tepat digunakan sebagai pendukung konteks media sosial dan penampilan, bukan sebagai bukti langsung mengenai hubungan kausal kedua variabel dalam penelitian ini.

Selaras dengan hasil penelitian Indriasari (2023), bahwa studi yang dilakukannya menunjukkan bahwasanya *Body image* memberi pengaruh signifikan pada *Self-esteem* pada remaja akhir dengan kontribusi sebesar 18%. Hasil tersebut memperkuat bahwasanya persepsi pada tubuh ialah salah satu prediktor fundamental pada pembentukan *Self-esteem*. Meskipun demikian, besarnya kontribusi *Body image* pada penelitian ini hanya sebesar 14,9%, sehingga dapat dipahami bahwasanya *Self-esteem* bukan sekadar bergantung dari persepsi terhadap penampilan fisik, namun sekaligus dari beragam faktor lainnya, seperti dukungan sosial, relasi dengan keluarga dan teman sebaya, pengalaman keberhasilan maupun kegagalan, prestasi akademik, kepribadian, serta kondisi psikologis individu.

Karakteristik responden pada studi ini didominasi perempuan, yakni sejumlah 70 responden (69,3%). Komposisi tersebut perlu dipertimbangkan dalam menginterpretasikan hasil penelitian karena berbagai studi memperlihatkan terdapat perbedaan karakteristik *Body image* serta *Self-esteem* berdasarkan jenis kelamin. Quatman dan Watson (2001) menjelaskan bahwa remaja laki-laki cenderung mempunyai *global Self-esteem* yang sedikit lebih tinggi daripada perempuan, terutama pada aspek daya tarik fisik (*physical attractiveness*), kompetensi akademik, dan *personal mastery*. Sebaliknya, remaja perempuan lebih rentan mengevaluasi dirinya berdasarkan penampilan fisik sehingga lebih mudah mengalami penurunan *Self-esteem*

ketika merasa tidak memenuhi standar penampilan atau kecantikan yang ada dalam lingkungan sosial.

Kondisi tersebut relevan dengan karakteristik Instagram sebagai media sosial yang banyak menampilkan konten visual serta berbagai representasi mengenai standar kecantikan dan penampilan ideal. Paparan terhadap konten semacam itu berpotensi meningkatkan kecenderungan remaja perempuan untuk melakukan perbandingan sosial terkait penampilan, sehingga persepsi terhadap tubuh menjadi lebih berpengaruh terhadap pembentukan *Self-esteem*. Oleh karena itu, dominasi responden perempuan dalam penelitian ini dapat menjadi salah satu konteks yang menjelaskan ditemukannya pengaruh signifikan *Body image* pada *Self-esteem*. Namun demikian, penelitian ini tidak melakukan analisis komparatif berdasarkan jenis kelamin, sehingga hasil penelitian tidak dapat diinterpretasikan sebagai adanya perbedaan tingkat *Self-esteem* maupun *Body image* antara remaja perempuan serta laki-laki.

Selain jenis kelamin, sebagian besar responden ada dalam usia 20 tahun (34,7%) dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK dan perguruan tinggi. Karakteristik tersebut memperlihatkan bahwasanya mayoritas responden ada dalam fase remaja akhir menuju dewasa awal. Pada tahap perkembangan ini, individu sedang menghadapi proses pembentukan identitas diri, peningkatan kemandirian, penyesuaian pada tuntutan akademik maupun pekerjaan, serta pengembangan hubungan sosial yang lebih luas. Berbagai tugas perkembangan tersebut menjadikan evaluasi terhadap diri semakin kompleks dan tidak hanya didasarkan pada penampilan fisik semata.

Hal tersebut sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Mruk (2013), yang menjelaskan bahwasanya *Self-esteem* terbentuk melalui interaksi antara kompetensi (*competence*) dan keberhargaan (*worthiness*). Dengan demikian, individu tidak hanya menilai dirinya berdasarkan penampilan fisik, tetapi juga berdasarkan keberhasilan dalam memenuhi tuntutan perkembangan, seperti pencapaian akademik, kemampuan bersosialisasi, prestasi, serta keberhasilan mencapai tujuan pribadi. Kondisi ini turut menjelaskan mengapa *Body image* hanya memberikan kontribusi sebesar 14,9% terhadap *Self-esteem*, sementara sebagian besar variasi *Self-esteem* dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang lebih luas.

Penelitian ini pun didukung oleh van den Berg et al. (2010) yang menemukan bahwa korelasi antara *body dissatisfaction* dan *Self-esteem* tetap konsisten pada berbagai kelompok usia remaja. Hasil itu memperlihatkan bahwasanya persepsi terhadap tubuh ialah faktor yang secara konsisten berkaitan dengan pembentukan *Self-esteem* sepanjang masa remaja, meskipun kekuatan pengaruhnya dapat berbeda bergantung pada karakteristik individu maupun lingkungan sosial. Maka, hasil studi ini semakin menguatkan bahwasanya *Body image* ialah salah satu faktor fundamental yang memengaruhi *Self-esteem* terhadap remaja pengguna Instagram, sekalipun bukan menjadi satu-satunya faktor yang menetapkan tingkat *Self-esteem* individu.

Kemudian sebagian besar responden merupakan siswa SMA/SMK (43,6%) dan mahasiswa (40,6%). Lingkungan pendidikan merupakan salah satu konteks penting dalam perkembangan *Self-esteem* karena individu memperoleh berbagai pengalaman mengenai kompetensi, prestasi, hubungan dengan teman sebaya, maupun penerimaan sosial. Coopersmith (1967) menjelaskan bahwa pengalaman keberhasilan dan penghargaan yang diperoleh individu dari lingkungannya akan berkontribusi terhadap pembentukan *Self-esteem*. Oleh karena itu, responden pada jenjang SMA maupun perguruan tinggi kemungkinan memiliki pengalaman perkembangan yang berbeda dibandingkan responden yang telah bekerja.

Selain itu, studi ini selaras akan *systematic review* yang diselenggarakan oleh Fioravanti dkk., (2022) yang menganalisis 43 penelitian eksperimental mengenai penggunaan media sosial berbasis visual. Hasil kajian tersebut menunjukkan bahwa paparan terhadap foto dan konten dengan standar kecantikan ideal di media sosial, termasuk Instagram, secara konsisten memengaruhi *Body image*. Sebaliknya, paparan terhadap konten yang lebih realistis dan body-positive mampu meningkatkan penerimaan terhadap tubuh. Hasil penelitian tersebut

menunjukkan bahwa karakteristik visual Instagram menjadikan platform ini memiliki pengaruh yang kuat terhadap cara individu mengevaluasi penampilannya.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dari meta-analisis terbaru yang diselenggarakan oleh Fortunato dkk., (2026) pada 45 penelitian dengan total 33.086 remaja. Penelitian tersebut menemukan bahwa semakin tinggi keterlibatan remaja dalam penggunaan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan munculnya kekhawatiran terhadap citra tubuh (*Body image concerns*). Menariknya, hubungan tersebut ditemukan lebih kuat pada penelitian yang secara khusus meneliti penggunaan Instagram dibandingkan penelitian yang menggabungkan seluruh platform media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik Instagram yang berfokus pada foto, video, dan representasi visual penampilan mempunyai pengaruh yang lebih besar pada pembangunan persepsi tubuh dibandingkan platform lainnya.

Penelitian tersebut relevan dengan hasil penelitian ini karena responden merupakan remaja pengguna Instagram. Instagram menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna mengunggah foto, menggunakan filter, mengedit penampilan, serta memperoleh umpan balik berupa *likes* dan komentar. Kondisi tersebut mendorong remaja untuk lebih memperhatikan penampilan fisiknya dan melakukan evaluasi terhadap dirinya berdasarkan respons sosial yang diterima. Ketika remaja mempunyai persepsi positif pada tubuhnya, mereka cenderung merasa lebih percaya diri dan memiliki penghargaan diri yang lebih tinggi.

Selain itu, hasil penelitian mengenai interaksi remaja di Instagram juga menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan media sosial tidak selalu berdampak negatif. Penelitian Alluhidan, (2025) menemukan bahwa dalam percakapan privat melalui Instagram Direct Messages (DM), remaja yang mengungkapkan kekhawatiran terhadap penampilan sering kali memperoleh dukungan emosional dari teman sebayanya. Sebaliknya, percakapan dalam kelompok lebih sering memunculkan perilaku *body shaming*. Ini menunjukkan bahwa kualitas interaksi sosial di Instagram turut memengaruhi bagaimana remaja memandang tubuhnya dan mengevaluasi dirinya.

Hasil dari studi ini juga konstan akan kajian sistematis yang diselenggarakan oleh Revranche dkk., (2021) yang menyimpulkan bahwasanya penggunaan media sosial yang berorientasi pada penampilan (*appearance-focused social media use*) berhubungan dengan meningkatnya ketidakpuasan terhadap tubuh pada remaja. Hubungan tersebut terutama muncul ketika penggunaan media sosial disertai dengan kebiasaan membandingkan penampilan diri dengan orang lain (*appearance comparison*). Dengan demikian, bukan hanya durasi penggunaan Instagram yang berpengaruh, tetapi juga bagaimana individu menggunakan platform tersebut dan jenis konten yang mereka konsumsi.

Meskipun penelitian ini menemukan adanya pengaruh signifikan, nilai  $R^2$  yakni 14,9% menunjukkan bahwa kontribusi *Body image* terhadap *Self-esteem* masih tergolong terbatas. Hal ini memberi indikasi bahwasanya *Self-esteem* ialah konstruk psikologis yang dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar *Body image*. Sejumlah faktor tersebut bisa berwujud dukungan sosial, kualitas hubungan dengan keluarga dan teman sebaya, pengalaman keberhasilan, kondisi psikologis, kepribadian, serta pola penggunaan media sosial. Oleh karena itu, *Body image* ialah salah satu faktor fundamental pada pembangunan *Self-esteem*, namun tidak menjadi satu-satunya faktor yang menentukan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menguatkan bukti empiris bahwasanya *Body image* ialah prediktor yang signifikan pada *Self-esteem* terhadap remaja pengguna Instagram. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa penggunaan Instagram tidak secara langsung menyebabkan rendahnya *Self-esteem*, tetapi dapat memengaruhi *Self-esteem* melalui bagaimana remaja membangun persepsi terhadap tubuhnya. Oleh karena itu, upaya meningkatkan *Body image* positif, literasi digital, serta kemampuan remaja untuk menggunakan media sosial secara kritis menjadi penting dalam mendukung terbentuknya *Self-esteem* yang sehat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Body image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Self-esteem* pada remaja pengguna Instagram, dengan nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ), sehingga hipotesis diterima. Nilai  $R^2$  sebesar 0,149 menunjukkan bahwa *Body image* berkontribusi sebesar 14,9% terhadap *Self-esteem*, sedangkan 85,1% dipengaruhi faktor lain. Semakin positif persepsi remaja terhadap tubuh dan penampilannya, semakin tinggi pula *Self-esteem* yang dimiliki. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (69,3%), berusia 20 tahun (34,7%), serta sebagian besar memiliki tingkat *Self-esteem* pada kategori sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa *Body image* berperan dalam pembentukan *Self-esteem*, tetapi bukan satu-satunya faktor yang memengaruhinya.

### Saran

#### Bagi Remaja

Remaja disarankan menggunakan Instagram secara bijak dengan membatasi paparan konten yang memicu ketidakpuasan terhadap tubuh, serta memilih konten yang mendukung penerimaan diri dan keberagaman bentuk tubuh. Penilaian diri juga sebaiknya tidak hanya didasarkan pada penampilan fisik, tetapi pada kemampuan, usaha, prestasi, hubungan sosial, dan kualitas pribadi. Jika muncul ketidakpuasan terhadap tubuh atau perasaan tidak berharga secara terus-menerus, remaja dapat mencari dukungan dari orang terdekat atau tenaga profesional.

#### Bagi Orang Tua dan Pendidik

Orang tua dan pendidik disarankan mendampingi remaja dalam memahami konten media sosial, termasuk standar kecantikan, penyuntingan gambar, dan dampak perbandingan sosial. Apresiasi sebaiknya diberikan terhadap usaha, kemampuan, proses belajar, dan pencapaian remaja, bukan hanya penampilan fisik.

#### Bagi Lembaga Pendidikan dan Praktisi Kesehatan Mental

Lembaga pendidikan dan praktisi kesehatan mental dapat mengembangkan program psikoedukasi mengenai *body image*, *self-esteem*, literasi media digital, dan *social comparison* melalui seminar, diskusi, bimbingan konseling, maupun kegiatan kelas. Program juga dapat melatih penerimaan diri, *self-compassion*, berpikir kritis terhadap konten media, serta penggunaan media sosial yang sehat.

#### Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan mengkaji faktor lain yang memengaruhi *self-esteem*, seperti dukungan sosial, *social comparison*, intensitas penggunaan media sosial, *self-compassion*, kepribadian, dan kondisi psikologis. Penelitian juga dapat melibatkan jumlah responden yang lebih besar dengan usia dan gender yang lebih beragam, melakukan analisis berdasarkan kelompok karakteristik responden, serta menggunakan desain longitudinal agar perubahan *body image* dan *self-esteem* dapat dipahami secara lebih mendalam.

## REFERENSI

- Alluhidan, A. (2025). Unfiltered: How teens engage in body image and shaming discussions via Instagram direct messages (DMs). *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2504.02176>
- Anderson, M., Faverio, M., & Gottfried, J. (2023). *Teens, social media and technology 2023*. Pew Research Center.
- APJII. (2025). *Survei penetrasi internet dan perilaku penggunaan internet 2025*.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan skala psikologi* (Edisi ke-3). Pustaka Pelajar.

- Bi, X., Liang, Q., Jiang, G., Deng, M., Cui, H., & Ma, Y. (2024). The cost of the perfect body: Influence mechanism of internalization of media appearance ideals on eating disorder tendencies in adolescents. *BMC Psychology*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-024-01619-7>
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image*, 1(1), 1–5. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00011-1)
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem: A series of books in behavioral science*. W. H. Freeman & Company.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity, youth and crisis*. W. W. Norton & Company.
- Fadhillah, A. S. A., & Indrijati, H. (2022). Hubungan antara self-esteem dan body image pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram. *Mental (BRPKM)*, 2(1), 201–211. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.31961>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Ceragioli, G., & Casale, S. (2022). How the exposure to beauty ideals on social networking sites influences body image: A systematic review of experimental studies. *Adolescent Research Review*, 7(3), 419–458. <https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4>
- Fortunato, L., Gullo, S., Muscolino, A., La Tona, A., Rodgers, R. F., & Lo Coco, G. (2026). Relation between social media use and body image concerns and disordered eating in adolescence: A systematic review and meta-analysis. *Adolescent Research Review*. <https://doi.org/10.1007/s40894-026-00285-7>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glaser, H. C., Jansma, S. R., & Scholten, H. (2024). A diary study investigating the differential impacts of Instagram content on youths' body image. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02960-3>
- Hertzog, M. A. (2008). Considerations in determining sample size for pilot studies. *Research in Nursing & Health*, 31(2), 180–191. <https://doi.org/10.1002/nur.20247>
- Jannah, M., Minarni, M., & Saudi, A. N. A. (2023). Hubungan self-esteem dengan body image pada remaja wanita yang menggunakan filter Instagram. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2), 340–346. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2332>
- Johanson, G. A., & Brooks, G. P. (2010). Initial scale development: Sample size for pilot studies. *Educational and Psychological Measurement*, 70(3), 394–400. <https://doi.org/10.1177/0013164409355692>
- Liu, H., Kvintova, J., & Vachova, L. (2025). Parents' social comparisons and adolescent self-esteem: The mediating effect of upward social comparison and the moderating influence of optimism. *Frontiers in Psychology*, 16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1473318>
- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam Instagram. *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1).
- Mancin, P., Cerea, S., Bottesi, G., & Ghisi, M. (2024). Instagram use and negative and positive body image: The relationship with following accounts and content and filter use among female students. *Current Psychology*, 43(12), 10669–10681. <https://doi.org/10.1007/s12144-023-05204-w>
- Mruk, C. J. (2013). *Self-esteem and positive psychology: Research, theory, and practice* (4th ed.). Springer Publishing Company.
- Nguyen, T. D. (2025). *Instagram: Distribution of global audiences 2025, by age group*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>
- Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The development of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 23(5), 381–387. <https://doi.org/10.1177/0963721414547414>

- Pedalino, F., & Camerini, A. L. (2022). Instagram use and body dissatisfaction: The mediating role of upward social comparison with peers and influencers among young females. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3). <https://doi.org/10.3390/ijerph19031543>
- Putri, N. S. A., & Astuti, N. W. (2023). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan body image pada remaja wanita. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 7(2), 496–506. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v7i2.19992.2023>
- Revranché, M., Biscond, M., & Husky, M. M. (2021). Lien entre usage des réseaux sociaux et image corporelle chez les adolescents : Une revue systématique de la littérature. *L'Encéphale*. <https://doi.org/10.1016/j.encep.2021.08.006>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Thai, H., Davis, C. G., Mahboob, W., Perry, S., Adams, A., & Goldfield, G. S. (2023). Reducing social media use improves appearance and weight esteem in youth with emotional distress. *Psychology of Popular Media*, 13(1), 162–169. <https://doi.org/10.1037/ppm0000460>
- Valkenburg, P., Beyens, I., Pouwels, J. L., Van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social media use and adolescents' self-esteem: Heading for a person-specific media effects paradigm. *Journal of Communication*, 71(1), 56–78. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa039>
- Vuong, A. T., Jarman, H. K., Doley, J. R., & McLean, S. A. (2021). Social media use and body dissatisfaction in adolescents: The moderating role of thin-and muscular-ideal internalisation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24). <https://doi.org/10.3390/ijerph182413222>