

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
BODY DISSATISFACTION PADA WANITA ANGGOTA
*FITNESS***

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Gelar Derajat
Sarjana S-1 Psikologi



Oleh:
CUT SRI WAHYUNI
2009110061

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2024

PENGESAHAN

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Pada Tanggal

14 AUG 2024

MENGESAHKAN
Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Aceh



Dekan,

(Dr. Bamawi, S.Ag., M.Si)

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Syarifah Zainab, M.si
2. Lisdayani, M.Psi., Psikolog
3. Dr. Bamawi, S.Ag., M.Si
4. Julia Aridhona, M.Si

Four handwritten signatures are written on four horizontal lines. The first signature is in black ink, the second is in black ink, the third is in blue ink, and the fourth is in black ink.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cut Sri Wahyuni

NPM : 2009110061

Fakultas : Psikologi

Menyatakan skripsi yang saya susun dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Wanita Anggota *Fitness*” ini, secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya dan disebutkan didalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari pernyataan tersebut tidak benar, maka saya sanggup menerima segala sanksi sesuai dengan peraturan dan undang-undang yang berlaku.

Banda Aceh, 06 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Cut Sri Wahyuni
2009110061

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

“Tetaplah berusaha ditengah kegagalan, dan tetaplah kuat ditengah badai cobaan. Hidup yang indah bukan dengan berleha-leha, namun diperjuangkan dengan penuh suka cita.”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji syukur kepada Allah SWT. Yang telah memberikan nikmat yang sangat luar biasa, memberikan saya kekuatan, membekali saya dengan ilmu pengetahuan. Terimakasih ya Allah atas segala karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu. Sujud syukur kupersembahkan kepada Allah SWT, semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan saya dalam meraih cita-cita. Aamiin yarabbal 'alamin.

Skripsi ini saya persembahkan yang paling utama untuk diri sendiri, yang telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya terhadap dirinya sendiri. Namun penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit atau lambat. Perjalanan menuju impian bukanlah lomba sprint, tetapi lebih seperti maraton yang memerlukan ketekunan, kesabaran, dan tekad yang kuat. Terimakasih sudah dapat bertahan dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Apapun pilihan yang telah dipegang sekarang terimakasih sudah berjuang sejauh ini. Terimakasih sudah memilih berusaha sampai di titik ini dan tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu apapun kekurangan dan kelebihanmu mari tetap berjuang untuk kedepan

Skripsi ini istimewa saya dedikasikan untuk kedua orang tua, abang, kakak, adik dan keponakan saya. Terimakasih telah memberikan cinta, nasihat dan dukungan tanpa henti sepanjang perjalanan pendidikan saya. Saya berterimakasih atas segala pengorbanan dan kesabaran yang diberikan selama ini. Skripsi ini merupakan wujud dari kerja keras kita bersama, dan dedikasi doa. Kalianlah yang membuat semua ini menjadi mungkin. Tanpa kalian semua mungkin saya tidak akan bisa sampai pada titik ini.

Sebagai penutup persembahan ini, dengan bangga saya persembahkan gelar sarjana ini kepada Ayah Bapak Ahmad Nurdin S.Pd, Mamak Ibu Mila Sumiati, Abang M Agus Anrianto A.Md.Kep, Kakak Resi Ofrita S.Si, Adik T. Wira Yadi dan bayi lucu Teuku Syafeq Arrasya

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, sujud serta syukur kepada Allah swt atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Wanita Anggota *Fitness*” tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi) di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Penulis menyadari dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, nasehat, bantuan, dan bimbingan berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Barmawi, S.Ag., M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Ibu Syarifah Zainab, M.Si, selaku dosen pembimbing I dari skripsi ini yang telah mendampingi dan mengarahkan proses bimbingan skripsi. Terimakasih kepada Ibu untuk waktu yang sudah diluangkan untuk membimbing dan memberikan motivasi kepada saya sehingga skripsi ini mampu terselesaikan dengan baik di waktu yang tepat.
3. Ibu Julia Aridhona, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah mendampingi, membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini sedari proses bimbingan proposal hingga ke bimbingan skripsi. Terimakasih kepada Ibu untuk dedikasi dan dukungan yang senantiasa menuntun saya hingga mencapai titik ini.

4. Kepada seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
5. Kepada Manager Banda *Fitness* Center beserta para staf yang telah membantu memberikan data penelitian sehingga skripsi ini mampu terselesaikan dengan baik di waktu yang tepat
6. Kepada Owner Megafit Training Zone beserta para staf yang telah membantu memberikan data penelitian sehingga skripsi ini mampu terselesaikan dengan baik di waktu yang tepat
7. Kepada Cinta pertama dan pintu surgaku, ibunda Mila Sumiati. Terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan skripsi ini untu mamak, karena semua pengorbonan dan tulus kasihmu kepadaku. Beliau memang tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, namun beliau dapat mendidik, mendoakan, memberi semangat dan motivasi tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sampai sarjana. Doamu sangat berarti bagiku. Semoga Ibu sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
8. Kepada Panutan Hidup Ayahanda Ahmad Nurdin, S.Pd, yang senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian, semangat dan dukungan moral maupun materil selama penulis menimba ilmu dan menyusun skripsi ini. Semoga Ayah sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
9. Kepada M. Agus Anrianto, Amd.Kep, Resi Ofrita, S.Si, dan T. Wira Yadi Selaku abang, kakak dan adik yang telah banyak membantu dan memberi dukungan kepada penulis baik dari segi moral sehingga penulis dapat

menempuh dan menyelesaikan pendidikan sarjana dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.

10. Kepada NPM 2002110065, terimakasih telah menjadi sosok rumah pendamping bagi saya. Walaupun ditengah kesibukan proses skripsi yang sedang dijalani, tetap selalu menjadi *support system* bagi saya. Terimakasih telah mendengarkan segala keluh kesah, memberikan dukungan, semangat serta ikut berkontribusi dalam setiap proses pengerjaan skripsi ini, sehingga penyusunan skripsi ini selesai. Dan semangat juga dalam setiap hal yang dilalui semoga kita bisa meraih kesuksesan bersama.
11. Kepada sahabat tercinta Vikra Oktariana dan Puan Rizwanalis terimakasih telah selalu mendukung satu sama lain tanpa pernah mencoba menjatuhkan, walaupun pada saat diantara kita menghadapi masa-masa sulit di situasi yang begitu rumit sekalipun.
12. Kepada cewe strawberry, anak kos abu, Rahmatina, Faza Ursulla Joannada dan Nura Fitriani terimakasih karena telah senantiasa membantu penulis dalam proses penelitian ini.
13. Kepada Kak Sayuni untuk segala bantuan dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari di dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun teknik penyajiannya, sehingga penulis memohon dengan kerendahan hati untuk memberikan kritik dan saran yang membangun yang dapat membantu penulis demi menyempurnakan penulisan skripsi ini kedepannya.

Banda Aceh, 06 Agustus 2024



Cut Sri Wahyuni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Keaslian Penelitian.....	8
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Penggunaan Media Sosial	12
1. Definisi Penggunaan Media Sosial	12
2. Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial.....	14
3. Aspek-Aspek Penggunaan Media Sosial.....	17
4. Indikator Penggunaan Media Sosial.....	18
B. <i>Body Dissatisfaction</i>	20
1. Definisi <i>Body Dissatisfaction</i>	20
2. Faktor yang Mempengaruhi <i>Body Dissatisfaction</i>	22
3. Aspek-Aspek <i>Body Dissatisfaction</i>	26
4. Indikator <i>Body Dissatisfaction</i>	29
C. <i>Fitnes</i>	32
1. Definisi <i>Fitnes</i>	32
2. Fungsi dan Manfaat <i>Fitnes</i>	32
D. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap <i>Body Dissatisfaction</i> pada Wanita Anggota <i>Fitness</i>	33
E. Kerangka konseptual Penelitian.....	36
F. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	37
B. Definisi Operasional	37
1. Penggunaan Media Sosial	37
2. <i>Body Dissatisfaction</i>	38
C. Subjek Penelitian	38
1. Populasi	38

2. Sampel.....	38
D. Metode Pengumpulan Data.....	39
E. Validitas dan Reliabilitas	41
1. Validitas	41
2. Reliabilitas	41
F. Analisis Data	42
1. Uji Normalitas	42
2. Uji Linearitas	43
3. Uji Regresi	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Orientasi Kancha Penelitian.....	44
1. Banda Fitnes Center	44
2. Megafit Training Center.....	45
B. Persiapan Penelitian	46
1. Penyusunan Alat Ukur	46
2. Pengurusan Surat Izin Penelitian	46
C. Pelaksanaan Penelitian.....	47
D. Hasil Penelitian	47
1. Uji Instrumen	47
2. Deskripsi Responden dan Data Penelitian	53
3. Uji Asumsi	56
4. Uji Hipotesis.....	58
E. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1. Bobot Penilaian Pernyataan <i>Favorable</i> dan <i>Unfavorable</i>	40
2. Tabel 2. Blue Print Skala Penggunaan Media Sosial	40
3. Tabel 3. <i>Blue Print</i> Skala <i>Body Dissatisfaction</i>	41
4. Tabel 4. Skala Penggunaan Media Sosial Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang	48
5. Tabel 5. Skala Penggunaan Media Sosial Setelah Aitem Tidak Valid Dibuang	49
6. Tabel 6. Skala <i>Body Dissatisfaction</i> Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang	50
7. Tabel 7. Skala <i>Body Dissatisfaction</i> Setelah Aitem Tidak Valid Dibuang ..	50
8. Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Skala Penggunaan Media Sosial Sebelum Aitem Gugur Dibuang.....	52
9. Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Skala Penggunaan Media Sosial Setelah Aitem Gugur Dibuang.....	52
10. Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Body Dissatisfaction</i> Sebelum Aitem Gugur Dibuang.....	52
11. Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Skala <i>Body Dissatisfaction</i> Setelah Aitem Gugur Dibuang.....	52
12. Tabel 12. Deskripsi Responden Penelitian	53
13. Tabel 13. Deskriptif Statistik.....	54
14. Tabel 14. Kategori Data Penelitian.....	55
15. Tabel 15. Hasil Uji Normalitas	57
16. Tabel 16. Hasil Uji Linearitas.....	57
17. Tabel 17. Hasil Uji Hipotesis	58
18. Tabel 18. Hasil Analisis Uji Regresi	59

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian	36
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I	Skala <i>Tryout</i> Penggunaan Media Sosial Dan <i>Body Dissatisfaction</i>	73
2. Lampiran II	Skala Penelitian Penggunaan Media Sosial Dan <i>Body Dissatisfaction</i>	81
3. Lampiran III	Tabulasi Data <i>Tryout</i> Penggunaan Media Sosial.....	85
4. Lampiran IV	Reliabilitas Skala Penggunaan Media Sosial Sebelum Aitem Gugur	86
5. Lampiran V	Reliabilitas Skala Penggunaan Media Sosial Setelah Aitem Gugur	88
6. Lampiran VI	Tabulasi Data <i>Tryout Body Dissatisfaction</i>	90
7. Lampiran VII	Reliabilitas Skala <i>Body Dissatisfaction</i> Sebelum Aitem Gugur	91
8. Lampiran VIII	Reliabilitas Skala <i>Body Dissatisfaction</i> Setelah Aitem Gugur	93
9. Lampiran IX	Tabulasi Data Penelitian Penggunaan Media Sosial	95
10. Lampiran X	Tabulasi Data Penelitian <i>Body Dissatisfaction</i>	98
11. Lampiran XI	Kategorisasi Data Penelitian.....	101
12. Lampiran XII	Hasil Uji Normalitas	102
13. Lampiran XIII	Hasil Uji Linearitas.....	102
14. Lampiran XIV	Hasil Uji Korelasi	103
15. Lampiran XV	Hasil Uji Regresi	103
16. Lampiran XVI	SK Pembimbing.....	104
17. Lampiran XVII	Surat Izin Penelitian Banda <i>Fitness Center</i>	105
18. Lampiran XVIII	Surat izin Penelitian Megafit Training Zone	106
19. Lampiran XIX	Surat Balasan Penelitian Banda <i>Fitness Center</i>	107
20. Lampiran XX	Surat Balasan Penelitian Megafit Training Zone	108
21. Lampiran XXI	Biodata Penulis	109

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *BODY DISSATISFACTION* PADA WANITA ANGGOTA *FITNESS*

Cut Sri Wahyuni

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
Jl. Muhammadiyah No. 91, batoh, Lueng Bata, Banda Aceh
cutswahyuni23@gmail.com

ABSTRAK

Body Dissatisfaction merupakan ketidakpuasan individu terhadap penampilan fisik mereka yang sering kali dipicu oleh paparan gambar-gambar tubuh ideal di media sosial, sehingga hal ini dapat menimbulkan tekanan untuk mencapai standar kecantikan yang tidak realistis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Sampel di dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik *sampling* menggunakan *accidental sampling* yaitu siapapun kebetulan bertemu dengan peneliti dan cocok sebagai sumber data dapat digunakan sebagai sampel. Pengambilan data menggunakan skala *likert* yaitu dengan menyebarkan skala penelitian kepada responden. Analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap *Body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness* dengan nilai Sig 0,000, dan nilai R Square 0,322. Besarnya pengaruh variabel penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* sebesar 32,2% sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Penggunaan Media Sosial, Body Dissatisfaction, fitness

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media sosial memberikan kemampuan kepada manusia untuk melakukan berbagai hal yang sulit dilakukan di kehidupan nyata, seperti berinteraksi dengan orang yang berada di luar jangkauan fisik. Jumlah pengguna media sosial global mencapai 3,8 miliar pada bulan Januari 2020, dan diperkirakan akan terus meningkat seiring berjalannya waktu. Pengguna media sosial tersebar di berbagai *platform*, termasuk Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Pinterest, Tiktok, Whatsapp, dan *platform* lainnya. Indonesia memiliki jumlah pengguna aktif media sosial mencapai 160 juta, menyebar di seluruh *platform*. Secara spesifik, Youtube menduduki peringkat pertama, diikuti oleh Instagram, Whatsapp, Facebook, Twitter, Line, dan lainnya.

Kemunculan sosial media telah memberikan pengaruh signifikan pada masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Dari segi positif, media sosial mempermudah interaksi dengan berbagai individu, memperluas jaringan sosial tanpa hambatan ruang dan waktu, serta memfasilitasi ekspresi diri dan penyebaran informasi secara cepat dan ekonomis. Di sisi lain, dampak negatifnya mencakup potensi kecanduan internet, risiko konflik, masalah privasi, dan ancaman terhadap kesehatan mental akibat tekanan sosial dan perbandingan (Fatmawati, 2021). Pengaruh media sosial terhadap persepsi tubuh, atau yang dikenal sebagai ketidakpuasan tubuh, juga terlihat di masyarakat, terutama pada wanita. Hal ini membuat media sosial menjadi sumber utama untuk memperoleh informasi dan hiburan. Di era digital ini, media sosial telah menjadi *platform*

utama untuk berbagi gambaran tubuh dan gaya hidup sehat. Salah satu situs media sosial yang terkait dengan citra tubuh yang negatif adalah Instagram (Fardouly, Willburger & Vartanian 2018).

Berdasarkan survei *We Are Social* pada tahun 2022 Instagram menduduki peringkat kedua sebagai media sosial dengan tingkat penetrasi sebesar 86,6% di Indonesia, dengan jumlah pengguna lebih dari 99 juta. Menurut data pada halaman utama *We Are Social* tahun 2021, sebagian besar pengguna media sosial di Indonesia adalah perempuan, dengan selisih sekitar 25% dibandingkan dengan jumlah pengguna pria (Maimunah & Satwika, 2021).

Media sosial menjadi wadah banyak orang untuk berlomba-lomba memperlihatkan gaya hidupnya, terutama mengenai penampilan. Menurut penelitian Fox dan Vendernia (2016), membandingkan karakteristik penampilan dengan orang lain di lingkungan sosial dapat menyebabkan ketidakpuasan terhadap tubuh dan berdampak pada kurangnya penerimaan diri. Kehadiran idola-idola baru di Instagram, seperti selebgram atau artis, memicu pengguna instagram untuk meniru gaya hidup mereka. Banyak selebgram yang menampilkan bentuk tubuh ideal, seperti Ariel Tatum dan artis lainnya, sehingga muncul istilah "*body goals*" yang membuat individu tertarik untuk mencapai bentuk tubuh yang sama dengan target yang dianggap sebagai *body goals*.

Body goals merujuk pada gambaran atau citra tubuh yang diinginkan atau diidamkan oleh seseorang. Istilah ini umumnya digunakan dalam konteks kesehatan dan kebugaran untuk menyatakan tujuan atau harapan terkait dengan bentuk tubuh, kekuatan, atau estetika tertentu. Konsep *body goals* pertama kali

muncul melalui unggahan foto artis atau selebgram yang memiliki banyak pengikut dan mempunyai pengaruh besar, yang menunjukkan standar kecantikan dan gambaran fisik yang dianggap sebagai ideal oleh masyarakat (Kharizta, 2018).

Gambar-gambar yang diunggah tersebut seringkali menyebabkan kaum perempuan membandingkan diri mereka dengan foto-foto tersebut. Mereka melihat hal ini sebagai suatu bentuk kompetisi, di mana mereka merasa perlu mencapai standar kecantikan yang dianggap sebagai yang paling menarik (Aprilita & Listyani, 2016). Tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, tetapi standar kecantikan ini juga terkait dengan harga diri dan identitas sosial, yang dianggap dapat membawa kebahagiaan bagi seseorang (Chervenik, 2015).

Saat memasuki masa dewasa awal, bagian tubuh menjadi hal yang membanggakan bagi wanita. Penampilan dan kecantikan menjadi faktor utama dalam identitas seorang wanita, dan tugas perkembangan dewasa awal seringkali terkait langsung dengan aspek fisik (Havighurts, 2004).

Umumnya, wanita memiliki kebutuhan yang lebih tinggi untuk mempertahankan penampilan cantik dan menarik di mata orang lain. Pemahaman ini mengakibatkan pandangan bahwa kecantikan fisik dan memiliki tubuh ideal sangat penting bagi wanita, dan setiap penurunan dalam aspek kecantikan fisik dianggap sebagai sesuatu yang tidak diinginkan. Selama masa dewasa awal, tubuh wanita mengalami banyak perubahan, termasuk penambahan jaringan lemak yang terus berlangsung. Menurut Melliana (2006) daya tarik fisik seseorang mempengaruhi individu dalam mencari dan

menemukan calon pasangan hidup, membina kehidupan rumah tangga, dan meniti karier yang kemudian menyebabkan mulai munculnya kebutuhan untuk tampil cantik di hadapan orang lain, sehingga wanita mulai bersibuk diri pada penampilan fisiknya dan mulai berusaha mengubah penampilannya dengan lebih memperhatikan wajah, kulit, terutama bentuk tubuhnya agar terlihat lebih ideal.

Individu yang mengalami kelebihan berat badan cenderung memiliki pandangan, pemikiran, dan penilaian negatif terhadap tubuh mereka, yang dapat memunculkan masalah psikologis seperti gangguan makan, rendahnya kepercayaan diri, harga diri yang rendah, kecemasan, dan bahkan depresi (Purbaningtyas & Satwika 2021). Terdapat pandangan bahwa perempuan dianggap menarik jika memiliki tubuh yang ramping, proporsional, kulit yang cerah, serta wajah yang simetris, cerah, dan halus (Putri & Indryawati, 2019). Sehingga banyak perempuan mengalami ketidakpuasan pada tubuhnya karena standar kecantikan yang terbentuk oleh media sosial. Ketidakpuasan tubuh tersebut di istilahkan dengan *body dissatisfaction*.

Body dissatisfaction atau ketidakpuasan tubuh adalah penilaian negatif terhadap tubuh yang muncul karena perbedaan antara ukuran dan bentuk tubuh saat ini dengan citra tubuh yang dianggap ideal. Menurut Sumali, Sukamto, dan Mulya (2008), *body dissatisfaction* merupakan bentuk ketidakpuasan terhadap tubuh yang timbul dari pengalaman individu dan juga dipengaruhi oleh interaksi dengan lingkungan sekitar. Grogan (2017) menjelaskan bahwa *body dissatisfaction* mencakup pikiran dan perasaan negatif terhadap bentuk tubuh yang dimiliki seseorang.

Sejumlah perempuan merasa kurang puas dengan bentuk tubuh mereka, yang bisa disebabkan oleh perubahan fisik yang terjadi pada berbagai tahap perkembangan dan oleh standar kecantikan yang berlaku. Indeks Massa Tubuh (IMT) merupakan standar yang paling umum untuk menilai berat badan. Menurut Puspitasari (2017) perempuan dapat merasa kurang puas dengan ukuran dan bentuk tubuh mereka karena adanya standar kecantikan dan perubahan fisik yang terjadi selama tahap perkembangan. Rasa tidak puas ini, dalam upaya mencapai citra tubuh yang diinginkan, dapat menimbulkan tekanan, stres, dan kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain.

Banyak perempuan melihat olahraga sebagai cara untuk mempercepat proses penurunan berat badan dan menganggapnya sebagai strategi utama untuk mengubah bentuk tubuh. Salah satu bentuk olahraga yang dianggap dapat membantu mencapai standar ideal tubuh adalah *fitness*, yang umumnya dikenal di masyarakat karena sering dilakukan di pusat kebugaran atau *fitness center*. *Fitness center* adalah tempat di mana seseorang dapat melakukan berbagai jenis aktivitas fisik dengan menggunakan alat-alat kebugaran yang disediakan di dalamnya. Tujuan dari partisipasi dalam *fitness center* adalah untuk memenuhi harapan terkait bentuk tubuh yang diinginkan, seperti meningkatkan tingkat kebugaran, mengurangi lemak tubuh, atau membangun massa otot, sehingga mencapai kesehatan dan penampilan yang lebih baik (Alodokter, 2023). Perkembangan aktivitas kebugaran ini menarik perhatian banyak orang, tidak hanya atlet atau mereka yang sering berolahraga, tetapi juga masyarakat umum

yang memanfaatkannya untuk meningkatkan penampilan dan daya tarik pribadi mereka.

Berdasarkan hasil wawancara pada subjek pengguna media sosial yang mengalami *body dissatisfaction* berinisial DM, melalui whatsapp pada hari Kamis 23 November 2023, pukul 14.00 WIB. Subjek mengatakan:

“Saya bergabung di fitness center pada tahun 2020, pengaruh sosial media terhadap persepsi tubuh saya sangat signifikan. Sebelum menjadi anggota, saya terdampak oleh konten-konten di sosial media yang sering kali menampilkan standar penampilan fisik tertentu. Setelah menjadi anggota, pengaruh tersebut terus berlanjut, memengaruhi cara saya melihat diri sendiri dan menurunkan kepercayaan diri di lingkungan fitness center. Citra tubuh wanita yang sering muncul di sosial media juga memainkan peran besar dalam membentuk standar kecantikan yang saya rasakan di lingkungan ini. Tekanan sosial dari konten-konten tersebut membuat saya merasa tertekan untuk memenuhi standar kecantikan yang ada. Sosial media secara keseluruhan sangat berpengaruh dalam membentuk dan memperkuat standar kecantikan dan tubuh di lingkungan fitness center tempat saya berpartisipasi. Itu menjadi salah satu faktor yang mendorong saya untuk mendaftar sebagai anggota fitness center, mencoba memenuhi ekspektasi yang terbentuk melalui pengaruh sosial media tersebut.”

Selanjutnya hasil wawancara dengan subjek yang mengalami *body dissatisfaction* dalam penggunaan media sosial yang berinisial IN, melalui whatsapp pada hari Kamis 23 November 2023, pukul 16.00 WIB. Subjek mengatakan:

“Saya bergabung menjadi anggota fitness pada tahun 2018. Hingga saat ini, saya masih aktif sebagai anggota di salah satu tempat fitness di Banda Aceh. Keputusan awal saya untuk menjadi anggota fitness dipengaruhi oleh paparan konten-konten di media sosial. Seringkali, konten-konten tersebut menampilkan standar tubuh ideal yang memiliki dampak signifikan terhadap persepsi tubuh saya. Media sosial bukan hanya menjadi wadah informasi tentang gaya hidup sehat, tetapi juga memberikan tips terkait tubuh dan kecantikan. Saya merasakan inspirasi positif dari konten-konten tersebut, namun terkadang juga mengalami ketidakamanan. Hal ini terjadi ketika saya melihat tampilan tubuh positif di media sosial yang dapat memicu perasaan kurang percaya diri.

*Meskipun konten-konten tersebut memberikan inspirasi untuk gaya hidup sehat, tetapi persepsi tubuh yang dihasilkan dari konten tersebut juga dapat menciptakan ketidakpuasan terhadap tubuh sendiri. Oleh karena itu, media sosial memberikan dampak positif terhadap gaya hidup sehat, namun juga ada dampak negatif yaitu dapat memengaruhi aspek psikologis, terutama dalam hal *body dissatisfaction*.”*

Berdasarkan hasil wawancara dengan kedua subjek dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh pada persepsi perempuan terhadap persepsi tubuh dan kepercayaan dirinya. Sebagai contoh, DM anggota *fitness* mengalami penurunan kepercayaan diri dan tekanan untuk memenuhi standar kecantikan yang terbentuk melalui media sosial. Subjek IN juga anggota *fitness* yang merasakan inspirasi positif dari media sosial terkait gaya hidup sehat, namun juga mengalami ketidakamanan ketika terpapar oleh tampilan tubuh positif yang dapat memicu perasaan kurang percaya diri dan dapat memengaruhi aspek psikologis, terutama dalam hal *body dissatisfaction*.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan di atas, penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction* pada Wanita Anggota *Fitness*”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness*?

C. Keaslian Penelitian

Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan terkait dengan pengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness*.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Monica Vida Pratiwi, Dian Ratna Sawitri (2020), dengan judul “Hubungan antara Ketidakpuasan pada Tubuh dengan Harga Diri pada Wanita Dewasa Awal Anggota Pusat Kebugaran Moethnya”. Hasil penelitian menunjukkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara ketidakpuasan tubuh dan harga diri. Hasil analisis korelasi menunjukkan koefisien sebesar -0,579 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Koefisien ini mengindikasikan bahwa hubungan antara ketidakpuasan tubuh dan harga diri bersifat kuat. Tanda negatif pada koefisien korelasi menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat ketidakpuasan tubuh, semakin rendah tingkat harga diri, dan sebaliknya. Sebagian besar peserta penelitian menunjukkan tingkat ketidakpuasan tubuh yang rendah dan tingkat harga diri yang tinggi. Sejumlah 67% peserta memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh yang rendah, sedangkan 82,5% peserta memiliki tingkat harga diri yang tinggi. Hal ini menandakan bahwa di antara anggota Pusat Kebugaran Moethya, terdapat tingkat ketidakpuasan tubuh yang rendah yang diikuti oleh tingginya harga diri.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Arsanti Oktawati Suseno, Kartika Sari Dewi (2014), dengan judul “Hubungan antara Ketidakpuasan Bentuk Tubuh dengan Intensi Melakukan Perawatan Tubuh Pada Wanita Dewasa Awal”. Hasil

penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar $-0,260$ dengan tingkat signifikansi $0,060$ antara kedua variabel. Koefisien korelasi ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara ketidakpuasan bentuk tubuh dan intensi melakukan perawatan tubuh pada wanita dewasa awal. Tanda negatif menandakan bahwa semakin tinggi tingkat ketidakpuasan bentuk tubuh, semakin rendah intensi untuk melakukan perawatan tubuh pada wanita dewasa awal, dan sebaliknya. Meskipun demikian, tingkat signifikansi sebesar $0,060$ menunjukkan bahwa hubungan antara ketidakpuasan bentuk tubuh dan intensi melakukan perawatan tubuh pada wanita dewasa awal tidak signifikan. Dari hasil kategorisasi, sebanyak $54,0\%$ subjek menunjukkan tingkat ketidakpuasan bentuk tubuh pada tingkat sedang, dan sebanyak $56,8\%$ subjek menunjukkan intensi melakukan perawatan tubuh yang tinggi.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Salma Maimunah (2021), dengan judul “Hubungan Media Sosial dengan *Body Dissatisfaction* pada Mahasiswa Perempuan Di Kota Surabaya”. Berdasarkan pengujian data dari 228 subjek dalam penelitian ini, terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan ketidakpuasan tubuh. Hal ini dapat diidentifikasi melalui nilai koefisien yang ditemukan pada uji korelasi hipotesis, yakni sebesar $0,015$ ($\text{sig.} < 0,05$). Melalui uji hipotesis product moment, ditemukan nilai koefisien sebesar $0,028$. Angka $0,028$ atau $2,8\%$ tersebut mengindikasikan bahwa media sosial memberikan kontribusi sebanyak $2,8\%$ terhadap ketidakpuasan tubuh.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah jumlah subjek, tempat penelitian dan variabel yang akan diteliti.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness*.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi persepsi tubuh wanita. Ini dapat membantu mengisi celah pengetahuan dalam literatur ilmiah dan juga penelitian ini dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang secara khusus berperan dalam memicu *body dissatisfaction* pada wanita yang aktif di pusat kebugaran, seperti perbandingan dengan standar kecantikan yang tidak realistis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi wanita anggota *fitness*

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran di kalangan wanita anggota pusat kebugaran mengenai dampak negatif media sosial terhadap persepsi tubuh. sosial pada persepsi tubuh mereka.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Saat ini, banyak wanita anggota *fitness* mengalami peningkatan *body dissatisfaction* akibat penggunaan media sosial yang memengaruhi citra tubuh dan standar kecantikan. Hal ini penting karena dapat berkontribusi pada penurunan kepercayaan diri, kesehatan mental yang buruk, dan dampak negatif pada gaya hidup sehat. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan juga dapat mengidentifikasi faktor-faktor spesifik dalam sosial media yang memengaruhi *body dissatisfaction*, membantu dalam pengembangan strategi pencegahan serta membantu mengurangi perasaan terhadap *body dissatisfaction*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penggunaan Media Sosial

1. Definisi Penggunaan Media Sosial

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penggunaan diartikan sebagai proses atau tindakan menggunakan atau memanfaatkan sesuatu. Secara lebih luas, penggunaan mencakup segala aktivitas di mana seseorang atau sesuatu digunakan atau dimanfaatkan untuk tujuan tertentu (dalam andarwati, 2016). Definisi ini meliputi berbagai situasi, mulai dari penggunaan alat, penggunaan bahasa dalam komunikasi, hingga pemanfaatan bahan dan teknologi. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, akses ke media sosial dan penggunaan *smartphone* telah menjadi lebih mudah. Sebagai hasilnya, penggunaan media sosial telah meluas ke berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi personal, bisnis, dan bahkan politik. Melalui *platform-platform* seperti Facebook, Twitter, dan Instagram, individu dapat terhubung dengan teman, keluarga, dan rekan kerja di seluruh dunia dengan cepat dan mudah.

Menurut Andarwati (2016) media sosial merupakan sebuah *platform online* yang menyediakan ruang bagi penggunanya untuk berinteraksi dengan sesama menggunakan berbagai jenis konten visual atau audiovisual. Di sini, pengguna dapat menjalin hubungan bisnis, mencari teman, serta membangun ikatan sosial.

Menurut Eka (2014) media sosial merupakan sarana pemasaran produk melalui media seperti Facebook, Twitter, dan Kaskus. Jejaring ini menjadi alat

komunikasi yang efektif bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen mereka dan menjadi strategi yang kuat melalui *Word Of Mouth*.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Putri, 2016), media sosial merupakan *platform* yang dimanfaatkan oleh konsumen untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, suara, dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan dan *vice versa*. Cross (2013) menjelaskan media sosial adalah istilah yang merujuk pada beragam teknologi yang menghubungkan orang-orang dalam kolaborasi, pertukaran informasi, dan interaksi melalui pesan berbasis web. Karena internet terus berkembang, teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna juga terus berubah. Hal ini membuat media sosial memiliki cakupan yang lebih luas daripada sekadar merujuk pada satu bentuk atau rancangan tertentu.

Menurut Carr dan Hayes (2015) media sosial merupakan *platform* berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan menampilkan diri, baik secara langsung maupun tidak langsung, kepada khalayak luas. Hal ini mendukung penilaian nilai dari konten yang dibuat oleh pengguna serta persepsi interaksi dengan orang lain.

Berdasarkan beragam konsep yang dikemukakan oleh pakar, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah *platform online* yang memfasilitasi interaksi antara pengguna melalui berbagai jenis konten seperti teks, gambar, suara, dan video. Selain menjadi alat untuk membangun hubungan sosial dan mencari teman, media sosial juga memiliki peran signifikan dalam ranah bisnis dan pemasaran. *Platform* jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, dan Kaskus

mampu menjadi sarana yang efektif untuk memasarkan produk dan berkomunikasi dengan konsumen, serta menjalankan strategi *Word Of Mouth*.

Media sosial juga dianggap sebagai teknologi yang mempertemukan orang dalam kolaborasi, pertukaran informasi, dan interaksi melalui pesan berbasis web. Mengingat perkembangan internet yang terus berlanjut, media sosial memiliki cakupan yang luas dan terus berkembang seiring dengan peningkatan teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna. Secara umum, media sosial dapat digambarkan sebagai *platform* berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, mempresentasikan diri, serta mengedepankan nilai dari konten yang dihasilkan oleh pengguna.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Media Sosial

Menurut Andarwati (2016), ada beberapa faktor yang mempengaruhi bagaimana kita menggunakan media sosial, seperti suasana emosional atau mood yang kita rasakan, bagaimana kita menilai kepuasan dari penggunaannya, pandangan kita terhadap penggunaan media sosial, dan cara kita menilai nilai dari informasi yang kita dapatkan di dalamnya.

Montag dan Reuter (dalam Aristanti & Rohmatun, 2021) mengemukakan pendapat bahwa banyak sekali faktor yang mempengaruhi kecanduan internet atau kecanduan media sosial diantaranya yaitu:

a. Faktor sosial

Kesulitan dalam berkomunikasi atau masalah sosial yang dialami seseorang dapat menjadi penyebab dari penggunaan internet atau media sosial yang berlebihan.

b. Faktor psikologis

Kecanduan internet disebabkan karena seseorang mengalami masalah psikologis seperti halnya depresi dan kecemasan.

c. Faktor biologis

Penelitian yang dilakukan Motang dan Reuter (2015) dengan menggunakan *Functional Magnetic Resonance Image* (fMRI) terlihat bahwa ada perbedaan dalam aktivitas otak antara individu yang mengalami kecanduan internet atau media sosial dibandingkan dengan individu yang tidak.

Dari beberapa argumen yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa terdapat sejumlah faktor yang terkait dengan kecanduan media sosial, seperti faktor sosial, psikologis, dan biologis pada individu. Faktor-faktor ini sangat memengaruhi interaksi sosial.

Faktor yang mempengaruhi intensitas dan jumlah penggunaan media sosial yang dijelaskan oleh Wijianto dan Ulfa (2016), antara lain:

- a. Usia, pengaruh usia pada penggunaan jejaring sosial terkait dengan kebutuhan remaja dan dewasa muda akan interaksi sosial, dorongan untuk mengekspresikan diri, dan keinginan untuk mengikuti perkembangan tren yang relevan dengan kelompok usianya.
- b. Jenis kelamin, perbedaan dalam penggunaan *platform* media sosial seperti instagram antara laki-laki dan perempuan dapat disebabkan oleh perbedaan dalam kebutuhan dan motivasi penggunaan yang berbeda antara kedua jenis kelamin tersebut.

- c. Status ekonomi, penggunaan *platform* media sosial seperti Instagram juga terkait dengan status ekonomi individu. Status ekonomi ini berkaitan dengan ketersediaan akses internet serta kepemilikan perangkat yang diperlukan untuk mengakses media sosial Instagram.
- d. Kepribadian, kepribadian seseorang, kestabilan emosi, dan tingkat kepercayaan diri juga berpengaruh terhadap intensitas penggunaan dan pemanfaatan situs jejaring sosial. Menurut teori psikologi, terdapat lima faktor yang membentuk kepribadian seseorang, yaitu *openness to experience* (mengejar dan menghargai semua jenis pengalaman), *conscientiousness* (kepribadian yang teliti dan melakukan segala sesuatu dengan cermat), *extraversion* (jumlah dan intensitas interaksi interpersonal), *agreeableness* (keramahan), dan *neuroticism* (tingkat penyesuaian emosional dan ketidakstabilan).
- e. Motivasi, beberapa motivasi individu untuk menggunakan Instagram yaitu untuk bersosialisasi dengan orang lain, untuk mendapatkan hiburan, mencari status diri dan untuk mendapatkan berbagai informasi.
- f. Keterlibatan dengan media sosial terbagi menjadi tiga jenis: fisik, personal, dan situasional. Keterlibatan personal merujuk pada ketertarikan, nilai-nilai, dan kebutuhan yang bertahan lama dan mendorong minat seseorang terhadap suatu objek. Keterlibatan fisik adalah karakteristik khusus dari media sosial yang meningkatkan ketertarikan dan membuatnya berbeda dari yang lain. Sedangkan keterlibatan situasional adalah peningkatan sementara minat

terhadap suatu objek. Lama waktu penggunaan situs jejaring sosial yang meningkat menunjukkan tingkat keterlibatan seseorang dalam situs tersebut.

3. Aspek-Aspek Penggunaan Media Sosial

Menurut Andarwati (2016) aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial sebagai berikut:

- a. Perhatian, merupakan ketertarikan individu terhadap objek tertentu yang menjadikan target perilaku.
- b. Penghayatan, merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan.
- c. Durasi, merupakan kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target (lamanya selang waktu dalam satu jam).
- d. Frekuensi, merupakan banyaknya pengulangan perilaku menjadi target (dalam kurun waktu satu hari).

Menurut Ajzen (2005) aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial sebagai berikut:

- a. Perhatian, merupakan ketertarikan individu terhadap objek tertentu yang menjadikan target perilaku.
- b. Penghayatan, merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan.

- c. Durasi, merupakan kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target (lamanya selang waktu dalam satu jam).
- d. Frekuensi, merupakan banyaknya pengulangan perilaku menjadi target (dalam kurun waktu satu hari).

Menurut Kilamanca (2010) terdapat dua aspek penggunaan media sosial yaitu:

- a. Frekuensi, menunjukkan seberapa sering seseorang menggunakan internet untuk berbagai keperluan. Penggunaan ini diukur dalam interval waktu tertentu (seperti per hari, per minggu, atau per bulan).
- b. Durasi, mencakup informasi tentang seberapa lama seseorang menggunakan internet untuk berbagai tujuan. Penggunaan ini diukur dalam rentang waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).

4. Indikator Penggunaan Media Sosial

Menurut Novita Ekasari (2014) indikator dari penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

- a. *Relationship* yaitu dimana saat membangun hubungan dengan konsumen melalui media yang ada
- b. Komunikasi yaitu sebuah interaksi yang terjadi antara penjual dengan konsumen
- c. Interaksi pasca pembelian, yaitu sebuah interaksi yang terjadi dengan konsumen setelah konsumen membeli produk.

Menurut Rizky (2015) indikator dari penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

- a. Partisipasi, mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audiens.
- b. Keterbukaan, kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui saran, *voting*, komentar, dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan
- c. Perbincangan, kemungkinan terjadinya perbincangan antara pengguna secara “dua arah”.
- d. Komunitas, media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan.
- e. Keterhubungan, mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antara pengguna, melalui fasilitas tautan (*links*) ke *website*, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya.

Indikator penggunaan media sosial dalam penelitian ini sesuai dengan pendapat dari Mayfield (dalam Nurjannah, 2014) sebagai berikut:

- a. Partisipasi, media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik (*feedback*) dari setiap orang yang tertarik.
- b. Keterbukaan, hampir semua pelayanan media sosial terbuka untuk umpan balik (*feedback*) dan partisipasi. Mendorong untuk melakukan pemilihan, berkomentar, dan berbagai informasi.

- c. Perbincangan, komunikasi yang terjalin terjadi dua arah, dan dapat didistribusikan ke khalayak tentunya melalui media sosial tersebut.
- d. Komunitas, media sosial memberi peluang komunitas terbentuk dengan cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas saling berbagi minat yang sama, misalnya fotografi, isu-isu politik atau program televisi dan radio favorit.
- e. Keterhubungan, hampir semua social media berhasil pada saling keterhubung, membuat link pada situs-situs, sumber-sumber lain dan orang-orang

B. *Body Dissatisfaction*

1. Definisi *Body Dissatisfaction*

Cash dan Pruzinsky (2002) menyatakan, *body dissatisfaction* yaitu penilaian negatif terkait dengan ukuran dan bentuk tubuh, otot, dan berat badan, seringkali melibatkan perbedaan antara pandangan pribadi seseorang dengan persepsi orang lain terkait tubuh ideal atau fisik yang diinginkan.

Menurut Rosen, Reiter dan Orosan (dalam Arsanti & Kartika, 2014) *body dissatisfaction* adalah keterikatan pikiran terhadap penilaian negatif terhadap penampilan fisik saat berada dalam lingkungan sosial seringkali melibatkan perbedaan persepsi antara individu terhadap penilaian tubuhnya sendiri dengan citra tubuh yang dianggap ideal.

Cash dan Szymanski (1995) mendefinisikan *body dissatisfaction* sebagai evaluasi negatif terhadap ukuran, bentuk, otot, dan berat badan yang biasanya melibatkan evaluasi yang dirasakan berbeda antara tubuhnya dengan tubuh ideal yang diharapkan. Menurut Ogden (2000) *body dissatisfaction* adalah perbedaan

antara persepsi individu mengenai bentuk tubuh sebenarnya, dibandingkan dengan bentuk tubuh ideal mereka atau sebagai perasaan ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh mereka.

Menurut Thompson, Shroff, Herbozo, Cafri, dan Rodriguez (2007) *body dissatisfaction* merupakan kelanjutan dari adanya gangguan terhadap citra tubuh atau dari meningkatnya perhatian seseorang terhadap citra tubuhnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa individu yang sangat memperhatikan citra tubuhnya maka kemungkinan munculnya *body dissatisfaction* juga tinggi. Menurut Hall (2009) menyatakan *body dissatisfaction* sebagai evaluasi negatif yang subyektif dari seseorang terhadap bagian tubuhnya.

Seseorang dianggap memiliki kepuasan citra tubuh jika tingkat kepuasan terhadap citra tubuhnya tinggi. Sebaliknya, ketidakpuasan citra tubuh mengacu pada rendahnya tingkat kepuasan terhadap citra tubuhnya. Oleh karena itu, kepuasan citra tubuh dipandang sebagai suatu rentang kontinu, di mana pada salah satu ujungnya terdapat tingkat kepuasan tubuh yang rendah (*body image dissatisfaction*), sedang pada ujung yang lain kepuasan tubuh yang tinggi (*body image satisfaction*). Jika seseorang merasa penampilannya tidak memenuhi standar pribadinya, hal ini dapat mengakibatkan penilaian negatif terhadap tubuhnya. Lebih lanjut, hal ini dapat membuat individu menjadi lebih rentan terhadap rendahnya harga diri, depresi, kecemasan dalam situasi sosial, mengurung diri dari interaksi sosial, dan mengalami masalah disfungsi seksual.

Berdasarkan sejumlah pengertian teori yang disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa *body dissatisfaction* merupakan suatu kondisi psikologis di

mana seseorang merasakan ketidakpuasan terhadap bentuk tubuhnya. Hal ini dapat terjadi karena pengaruh penilaian negatif dari lingkungan sosial, interaksi dengan lingkungan sekitar, perbandingan antara bentuk tubuh aktual dengan bentuk tubuh ideal yang diinginkan, serta adanya gangguan terhadap citra tubuh atau peningkatan perhatian terhadap citra tubuh. Seseorang yang mengalami *body dissatisfaction* cenderung memiliki pandangan negatif terhadap kondisi fisiknya, baik secara keseluruhan maupun terhadap bagian-bagian tubuh tertentu, yang dapat mengakibatkan rasa malu dan keinginan untuk menutupi tubuh.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Body Dissatisfaction*

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *body dissatisfaction*, yaitu:

- a. Jenis kelamin, adalah salah satu faktor yang dapat berpengaruh dalam perkembangan *body image* individu. *Body dissatisfaction* lebih sering terjadi pada perempuan dibandingkan laki-laki.
- b. Hubungan interpersonal, *feedback* yang telah diterima oleh individu akan cenderung mempengaruhi perasaan dan pandangan individu mengenai penampilan fisik yang dimilikinya.
- c. Media massa, banyaknya menggunakan media dapat berpengaruh pada individu, konten yang ada pada media sering kali membentuk standar kecantikan perempuan seperti memiliki tubuh yang langsing. Dengan melihat banyaknya melihat media individu akan cenderung melakukan perbandingan sosial (komparasi sosial) antara dirinya dengan figur yang dianggap memiliki tubuh yang ideal.

Menurut Bremh (dalam rohmah, 2014), faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya *Body Dissatisfaction* (ketidakpuasan bentuk tubuh) antara lain:

a. Standar kecantikan yang tidak mungkin dicapai

Setiap budaya dalam suatu daerah atau lokasi memiliki standar kecantikan yang mungkin berbeda-beda antara satu sama lain. Meskipun beragam, sebagian besar budaya cenderung memandang penampilan yang baik dan menarik sebagai status yang lebih tinggi, kesempatan yang lebih besar dalam hal menarik perhatian lawan jenis, dan hal-hal positif lainnya. *Body Dissatisfaction* merupakan kesenjangan antara bentuk tubuh yang ideal dengan bentuk tubuh individu yang sesungguhnya.

b. Kepercayaan atau keyakinan

Bahwa kontrol terhadap diri akan menghasilkan tubuh yang sempurna. Secara teori, salah satu hal yang dapat diubah dari tubuh adalah berat badan. Hal ini menjadikan berat badan sebagai target ketika seseorang tidak puas dengan aspek lain dari tubuhnya, seperti wajahnya, dan terkadang, aspek psikologis dari dirinya sendiri. Pernyataan ini mengindikasikan bahwa berat badan dipandang sebagai hasil dari kemampuan pengendalian diri seseorang. Lebih lanjut dijelaskan kembali bahwa kecantikan menyebabkan individu merasa bersalah dan frustrasi jika berat badannya tidak mencapai bentuk tubuh yang dianggap sempurna, karena pandangan tentang kecantikan mengindikasikan bahwa setiap wanita dapat mencapai berat badan yang ideal jika ia mampu mengendalikan dirinya.

c. Ketidakpuasan yang mendalam terhadap diri sendiri dan kehidupan

Ahli citra tubuh atau *body image* percaya bahwa *body dissatisfaction*, terutama jika meningkat menjadi rasa benci terhadap tubuhnya, merupakan gambaran harga diri yang rendah dan perasaan inadekuat.

d. Kebutuhan akan kontrol

Banyak hal yang tidak dapat diatasi atau dikendalikan dalam kehidupan manusia, dan sebagian dari masalah tersebut mungkin tidak memiliki jawaban, meskipun individu sangat menginginkan solusi atas masalah tersebut. Situasi semacam ini dapat mendorong orang untuk mengendalikan hal-hal yang masih dapat mereka kendalikan, seperti mengatur pola makan dan mengontrol berat badan. Dengan melakukan kontrol terhadap tubuh mereka, individu mungkin merasa terbantu karena mereka setidaknya memiliki kontrol atas aspek tertentu dalam kehidupan mereka.

e. Hidup dalam budaya "*First time expressions*"

Penampilan seseorang merupakan hal yang sangat penting. Ini dibuktikan dengan adanya penilaian terhadap orang lain yang baru dikenal berdasarkan bagaimana orang tersebut berpakaian, cara berbicara, cara berjalan dan lain-lain

Menurut Hui dan Brown dalam Puspitasari (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi *body dissatisfaction* antara lain:

a. Mencemaskan kedekatan

Munculnya *body dissatisfaction* pada diri individu berhubungan dengan peristiwa penolakan oleh orang-orang terdekat karena keadaan tubuh yang dimiliki. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa wanita cenderung memiliki kecemasan yang tinggi mengenai perubahan tubuh dikarenakan wanita lebih memiliki penghargaan terhadap penampilan fisik. Ketika tubuh seorang wanita berubah maka kecemasan akan muncul karena takut orang-orang terdekat akan menjauhinya.

b. Perbedaan individu (*Differentiation of self*)

Perbedaan individu berkaitan dengan evaluasi individu terhadap dirinya sendiri. Individu yang terlalu memperhatikan perubahan tubuh akan dapat meningkatkan resiko *body dissatisfaction*.

c. Perbedaan budaya

Perbedaan budaya dimana jika suatu budaya memiliki standar kecantikan tersendiri erat kaitannya dengan *body dissatisfaction*.

d. Perbedaan *gender*

Pria dan wanita memiliki perbedaan mengenai *body dissatisfaction*. Wanita baik usia remaja maupun dewasa cenderung memiliki resiko *body dissatisfaction* daripada pria. Hal ini dikarenakan wanita lebih memiliki perhatian tinggi terhadap penampilan fisik yang disebabkan oleh faktor dari luar maupun dari dalam diri individu tersebut.

Hal ini relevan dengan pendapat Chrisler dan Mc Creary (dalam Puspitasari, 2017) yang mengatakan bahwa seorang wanita pada umumnya ketika bertemu dengan teman-temannya akan membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan penampilan fisik daripada pria. Ditambah lagi dengan sifat wanita yang lebih menggunakan sudut pandang orang lain sebagai poin penilaian tentang penampilannya. Selain itu, peran media seperti iklan televisi, film, majalah yang lebih mengekspos lebih banyak hal yang menarik dari wanita dapat menjadikan dorongan bagi wanita untuk dapat mencapai keadaan tubuh yang ideal seperti apa yang ditampilkan.

3. Aspek-aspek *Body Dissatisfaction*

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002) terdapat beberapa aspek dalam *body dissatisfaction* antara lain:

- a. Kognitif, pada aspek kognitif individu memiliki pemikiran sendiri tentang bagaimana bentuk tubuh dan penampilan yang dimilikinya.
- b. Afektif, pada aspek afektif merupakan aspek yang memperlihatkan mengenai perasaan individu mengenai bentuk tubuh dan penampilang yang dimilikinya, dimana individu akan merasa puas atau tidak terhadap bentuk tubuh dan penampilan yang dimilikinya.
- c. Perilaku, pada aspek perilaku ini merupakan suatu reaksi inividu terhadap ketidakpuasaan dirinya terhadap bentuk tubuh dan penampilannya.

Menurut Rosen, Reiter dan Orosan (dalam Arsanti & Kartika 2014) aspek-aspek dari *body dissatisfaction* antara lain yaitu:

- a. Penilaian negatif terhadap bentuk tubuh, yakni individu yang mengalami ketidakpuasan pada tubuhnya akan memberikan evaluasi yang negatif pada bentuk tubuhnya.
- b. Perasaan malu terhadap penampilan fisik, individu dapat mengalami perasaan malu terkait dengan penampilan fisik mereka.
- c. *Body checking* (Perilaku pemeriksaan tubuh), hal ini dapat mengarah pada perilaku pemeriksaan tubuh yang berulang, seperti sering memeriksa penampilan fisik melalui cermin atau menimbang berat badan secara berulang.
- d. *Body camouflaging* (Penyamaran tubuh), individu cenderung menyembunyikan atau menyamarkan bentuk tubuh mereka dari kenyataan sebenarnya.
- e. Menghindari situasi sosial, secara umum, individu yang merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya cenderung menghindari situasi sosial yang berkaitan dengan penampilan fisik mereka.

Aspek-aspek *Body Dissatisfaction* menurut Gerner dan Wilson (2005) menambahkan beberapa aspek ketidakpuasan bentuk tubuh antara lain:

- a. *Body disparagement* (meremehkan bentuk tubuh), bahwa seseorang sering meremehkan bagian tubuh tertentu ataupun keseluruhan tubuh.
- b. *Feeling fat* (perasaan gemuk), yaitu perasaan sering merasa gemuk atau memiliki berat badan berlebih.

- c. *Lower body fat* (rendahnya lemak tubuh), yaitu menganggap tubuh yang ideal adalah tubuh yang memiliki sedikit timbunan lemak.
- d. *Salience of weight and shape* (arti penting dari berat dan bentuk), yaitu sikap mengutamakan pada berat serta bentuk tubuh seperti apa yang ideal.

Cooper, Taylor, Cooper, dan Fairburn (dalam Amalia, Dewi, & Kusumastuti, 2018) juga mengungkapkan terdapat empat aspek *body dissatisfaction* yaitu:

a. *Self perception of body shape*

Bagian ini terkait dengan pandangan pribadi individu terhadap bentuk tubuhnya sendiri. Pemikiran dan penilaian negatif yang dimiliki individu tentang tubuhnya dapat menyebabkan rasa malu, kesedihan, dan kekecewaan saat berada dalam lingkungan sosial.

b. *Comparative perception of body image*

Bagian ini terkait dengan upaya membandingkan cara individu melihat tubuhnya sendiri dengan persepsi tubuh orang lain. Ketika individu merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya, mereka cenderung membandingkan tubuhnya dengan tubuh orang lain.

c. *Attitude concerning body image alteration*

Bagian ini terkait dengan sikap individu yang terlalu terobsesi dengan citra tubuhnya. Saat individu mulai menyadari perubahan bentuk tubuhnya dari ukuran sebelumnya, itu dapat menimbulkan perasaan aneh dan berkembang menjadi kecemasan. Akhirnya, individu mulai memperhatikan dan fokus pada citra tubuhnya agar tetap mempertahankan bentuk tubuh yang dianggap ideal.

d. *Severe alteration in body perception*

Bagian ini terkait dengan perubahan yang cukup mencolok dalam pandangan individu terhadap bentuk tubuhnya. Umumnya, individu merasakan perubahan yang signifikan dalam bentuk tubuhnya ketika berada dalam lingkungan yang ramai, di mana mereka sering merasa diperhatikan dan dinilai oleh orang lain.

4. Indikator *Body Dissatisfaction*

Indikator dalam *body dissatisfaction* menurut Cash dan Pruzinsky (2002), antara lain:

- a. Evaluasi penampilan, individu melakukan penilaian terhadap bentuk tubuh dan penampilannya sendiri, menentukan sejauh mana mereka merasa puas atau tidak puas dengan kondisi tersebut.
- b. Orientasi penampilan, pada indikator ini individu melakukan segala cara untuk mengubah penampilan dirinya.
- c. Kecemasan terhadap kegemukan, individu cemas mengenai peningkatan berat badannya dan selalu waspada terhadap kemungkinan naiknya berat badan.
- d. Pengkategorian berat badan, individu mempersepsikan dirinya sendiri mengenai tubuhnya dan mengelompokkan dirinya sendiri termasuk dalam kategori ukuran tubuh yang seperti apa.
- e. Kepuasan terhadap bagian tubuh, pada aspek individu mengevaluasi kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap bagian-bagian spesifik tubuh mereka, seperti wajah, rambut, pinggul, atau bahkan keseluruhan tubuh.

Menurut Nursyaifuddin (2016), terdapat beberapa komponen yang dapat digunakan sebagai indikator *body dissatisfaction* pada seorang individu, yaitu sebagai berikut:

a. Komponen kognitif

Aspek kognitif melibatkan cara individu memandang dan berpikir tentang penampilan tubuhnya. Proses kognitif terjadi ketika individu memperoleh pengetahuan dan informasi tentang citra tubuh atau bentuk tubuh ideal yang disimpan dan diproses dalam ingatan mereka. Informasi ini berupa persepsi tentang bentuk dan ukuran tubuh yang dianggap positif atau negatif, yang diperoleh individu dari lingkungan sosial tempat mereka tinggal.

b. Komponen perilaku

Perilaku adalah hal yang muncul dikarenakan pengaruh komponen afektif dan kognitif. Dimana pemikiran mempengaruhi individu untuk bersikap. Perilaku yang berkaitan dengan *body dissatisfaction* contohnya penghindaran individu bertemu dengan orang lain dikarenakan ketidaknyamanan akan penampilan fisiknya, menutupi dan menyamarkan bentuk tubuh dari keadaan yang sebenarnya.

Adapun tiga komponen yang dijadikan sebagai indikator *body dissatisfaction* sebagaimana yang dikutip oleh Ellen prima dari Thomson (dalam Prima & Sari, 2013) yaitu:

a. Afektif

Seseorang yang mengalami *body dissatisfaction* memiliki pandangan negatif terhadap dirinya. Individu cenderung mengoreksi penampilan fisiknya

yang dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman terhadap tubuhnya sendiri sehingga tidak menyukai apa yang ada pada dirinya *body dissatisfaction*.

b. Kognitif

Seseorang yang mengalami *body dissatisfaction* terhadap tubuhnya memiliki pengetahuan yang luas tentang persepsi positif dan negatif mengenai citra tubuh dari lingkungan sosialnya. Ketika individu mengetahui tentang standar tubuh yang dianggap ideal dalam lingkungan tersebut, informasi itu akan tersimpan dalam ingatannya dan secara tidak sadar mendorong mereka untuk memperbaiki bentuk tubuh agar sesuai dengan standar yang dianggap ideal dalam lingkungan tersebut *body dissatisfaction*.

c. Perilaku

Seseorang yang mengalami *body dissatisfaction* terhadap tubuhnya berusaha untuk mencapai citra tubuh yang dianggap ideal baginya, salah satunya dengan menjalani diet untuk menjaga atau menurunkan berat badannya. Jika usaha tersebut tidak berhasil, itu dapat mempengaruhi perilaku individu dalam lingkungannya, seperti menghindari situasi dengan banyak orang, menyembunyikan atau menutupi penampilan fisiknya, dan menimbulkan perasaan ketidaknyamanan karena merasa kurang puas dengan penampilannya.

C. *Fitness*

1. Definisi *Fitness*

Fitness adalah tempat yang menyediakan berbagai fasilitas olahraga secara komprehensif. Saat ini, berolahraga di *fitness* tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat di Indonesia, seperti di Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar, Medan, dan kota-kota besar lainnya.

Menurut Giriwijoyo pusat kebugaran adalah suatu kegiatan dalam ruangan dengan menawarkan kegiatan olahraga dari yang tanpa menggunakan alat, sampai yang menggunakan alat-alat yang mahal dan canggih, yang diantaranya bertujuan prestasi.” Kemudian Hanafi menjelaskan bahwa: “pusat kebugaran adalah tempat olahraga dalam ruangan yang menawarkan berbagai program latihan kebugaran dengan fasilitas dan peralatan yang mutakhir” (Akizaku Olahraga, 2021).

2. Fungsi dan Manfaat *Fitness*

Secara umum, *fitness* adalah lokasi olahraga yang menyediakan berbagai fasilitas dalam satu tempat dengan tujuan untuk meningkatkan kesehatan dan mencapai bentuk tubuh yang proporsional. *Fitness* memberikan manfaat besar bagi kesehatan fisik dan mental, seperti meningkatkan daya tahan tubuh, memperbaiki postur, serta meningkatkan kesehatan jantung dan metabolisme. Selain itu, juga dapat mengurangi stres, meningkatkan kualitas tidur, dan seringkali menjadi tempat untuk memperluas jaringan sosial atau membangun hubungan sosial baru (Akizaku Olahraga, 2021).

D. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction* pada Wanita Anggota *Fitness*

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memaparkan bahwa pada tahun 2022 pengguna internet untuk mengakses media sosial mencapai 210 juta jiwa, dan pengguna mengakses media sosial melalui gawai (Riyanto, 2022). Lembaga *We Are Social* mempublikasikan hasil penelitian yang menyatakan rata-rata pengguna media sosial di Indonesia menggunakan waktu selama hampir 3 jam agar dapat terkoneksi dan sebagian besar pengguna menggunakan gawai untuk mengakses media sosial tersebut (Nasrullah, 2020).

Saat ini, Instagram yang merupakan salah satu media sosial merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan. Menurut Rizaty (dalam Anggrainy, 2022) popularitas media sosial Instagram semakin meningkat dari tahun ke tahun dibandingkan dengan media sosial lain. Secara global pengguna Instagram telah mencapai 1,97 miliar pada tahun 2022. Menurut data dari Prambors (dalam Anggrainy, 2022) Indonesia merupakan negara terbesar keempat dalam penggunaan Instagram dan tercatat 99,9 juta pengguna aktif Instagram selama bulan April 2022. Artinya, sepertiga populasi penduduk Indonesia aktif menggunakan Instagram pada pertengahan tahun 2022.

Kehadiran perangkat teknologi telah memungkinkan individu untuk terkoneksi secara *online* kapan pun. Dengan demikian, mereka dapat memeriksa notifikasi yang masuk, berinteraksi secara *online* dengan orang lain, serta melihat gambar-gambar menarik yang muncul di media sosial. (Yundianto & Khatami, 2020). Gambar-gambar yang diunggah tersebut seringkali

menyebabkan kaum perempuan membandingkan diri mereka dengan foto-foto tersebut. Mereka melihat hal ini sebagai suatu bentuk kompetisi, di mana mereka merasa perlu mencapai standar kecantikan yang dianggap sebagai yang paling menarik (Aprilita & Listyani, 2016). Tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, tetapi standar kecantikan ini juga terkait dengan harga diri dan identitas sosial, yang dianggap dapat membawa kebahagiaan bagi seseorang (Chervenik, 2015). Pada akhirnya, bermunculan perilaku yang tidak seharusnya dimunculkan individu di dalam dirinya. Perilaku tersebut adalah *body dissatisfaction*.

Body dissatisfaction adalah perasaan, pemikiran, dan penilaian negatif dari ketidakpuasan individu yang melakukan evaluasi diri terhadap tubuhnya karena terdapat standar kecantikan dalam lingkungan sosialnya (Dewi, 2020). *Body dissatisfaction* atau ketidakpuasan citra tubuh merupakan perasaan, pikiran, dan penilaian negatif individu secara subjektif terhadap bentuk tubuhnya karena merasa tidak ideal atau tidak sesuai harapan (Sumanty, 2018). *Body dissatisfaction* muncul di dalam diri individu karena adanya perilaku yang suka membandingkan diri terhadap individu lain termasuk yang dilihat melalui Instagram.

Khususnya bagi para perempuan yang rajin memantau Instagram atau mengikuti *influencer* Instagram. Sebagian besar perempuan merasa kurang puas dengan bentuk tubuh mereka karena adanya standar kecantikan yang telah dibentuk dalam masyarakat. Kriteria kecantikan seringkali terkait dengan kulit yang cerah, tubuh yang kurus, dan ketiadaan noda pada wajah. Hal ini

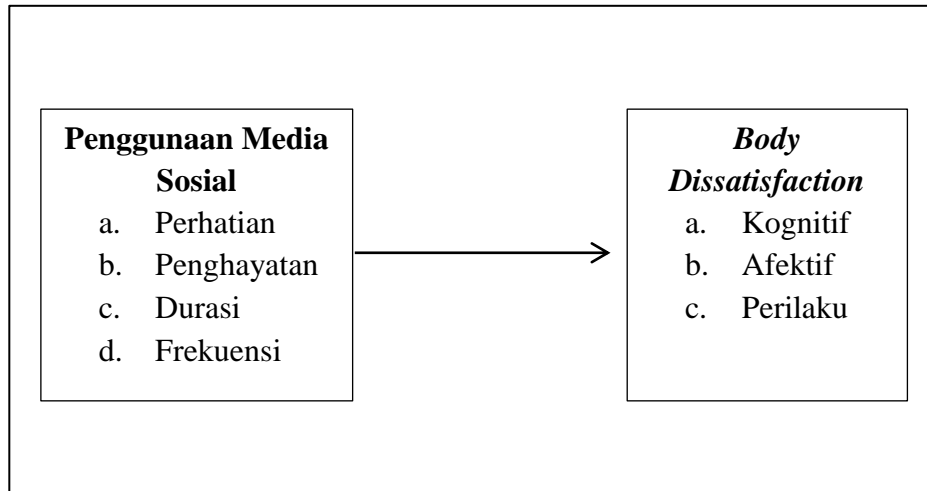
memunculkan perasaan perbandingan sosial di mana mereka membandingkan diri dengan individu lain yang dilihat di *platform* seperti Instagram (Lesatari, 2022).

Body dissatisfaction biasanya lebih umum terjadi pada wanita yang berada di awal masa dewasa. Kehidupan orang dewasa awal sangat perlu dan penting dalam menyelesaikan tugas perkembangannya, agar dalam kehidupannya tidak mengalami masalah yang berarti dan merasa bahagia menjalani kehidupan yang akan dijalani selanjutnya. Menurut Hurlock (dalam putri, 2009) dewasa awal memiliki tahapan tugas-tugas perkembangan, antara lain yaitu: mendapatkan suatu pekerjaan, memilih seorang teman hidup, belajar hidup bersama dengan suami istri membentuk suatu keluarga, membesarkan anak-anak, mengelola sebuah rumah tangga, menerima tanggung jawab sebagai warga negara dan bergabung dalam suatu kelompok sosial.

Wanita dewasa awal pun senantiasa memiliki keinginan untuk tampil menarik dihadapan individu lain (Wardani, 2022). Hal ini yang menyebabkan perhatian yang lebih besar terhadap penampilan tubuh mereka. Instagram yang menampilkan foto atau video, memungkinkan wanita dewasa awal melihat tubuh ideal sehingga melakukan evaluasi terhadap tubuhnya dan memberikan kategorisasi pada berat badan maupun bentuk dari tubuhnya tersebut (Astuti & Ningsih, 2021).

E. Kerangka Konseptual Penelitian

Gambar. 1
Kerangka Konseptual Penelitian



F. Hipotesis

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, maka peneliti mengajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness*.

Ho : Tidak terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness*.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), yaitu:

- a. Variabel bebas (X): Penggunaan Media Sosial
- b. Variabel terikat (Y): *Body Dissatisfaction*

B. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2015), definisi operasional variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari objek yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut adalah definisi operasional dari variabel yang digunakan:

1. Penggunaan Sosial Media

Menurut Andarwati (2016), media sosial adalah *platform* online yang menyediakan ruang bagi pengguna untuk berinteraksi satu sama lain melalui tulisan, visual, dan audiovisual. Fungsinya mencakup berbagai kegiatan, mulai dari menjalin hubungan bisnis hingga mencari teman dan membangun ikatan sosial. Andarwati (2016) juga menyebutkan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial, seperti perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

2. *Body Dissatisfaction*

Cash dan Priuzinsky (2002) menjelaskan bahwa *body dissatisfaction* adalah penilaian negatif terhadap ukuran, bentuk, otot, dan berat badan. Umumnya, penilaian negatif ini muncul karena adanya perbedaan antara persepsi individu terhadap tubuhnya dengan citra fisik atau tubuh ideal yang dianggap oleh orang lain. Cash dan Pruzinsky (2002) menyatakan bahwa ketidakpuasan tubuh memiliki tiga aspek, yaitu kognitif, afektif, dan perilaku.

C. Subjek Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah suatu area yang dapat digeneralisasikan yang terdiri dari subjek atau objek yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini populasinya merupakan seluruh anggota *fitness* yang terdaftar di beberapa tempat *fitness* di Banda Aceh. Namun dalam penelitian ini peneliti lebih memfokuskan pada dua lokasi *fitness*, yaitu Banda Fitness Center dengan jumlah populasi 80 orang dan Megafit Training Zone dengan jumlah populasi 400 orang, sehingga total populasi dalam penelitian ini adalah 480 orang anggota *fitness*.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019) sampel merupakan bagian dari karakteristik dan jumlah populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak

memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap komponen populasi atau individu.

Metode *non-probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang didasarkan pada kebetulan, siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika dianggap bahwa orang yang kebetulan bertemu itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2014). Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga, biaya, maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan pendekatan kuantitatif, khususnya metode skala. Dengan demikian, peserta diminta untuk memberikan tanggapan terhadap sejumlah pernyataan tertulis yang mencerminkan kondisi mereka, dengan memilih jawaban alternatif yang tersedia. Tujuannya adalah untuk menggali informasi yang relevan untuk keperluan penelitian ini.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* yang terdiri dari empat alternatif pilihan jawaban dan akan disajikan dalam bentuk pernyataan *favorable* dan *unfavorable*. Pernyataan *favorable* merupakan pernyataan yang sesuai dan bersifat mendukung indikator pada variabel, sedangkan *unfavorable* merupakan pernyataan yang tidak sesuai dan tidak mendukung indikator pada variabel yang diteliti (Azwar, 2015).

Tabel 1.
Bobot Penilaian Pernyataan *Favorable* dan *Unfavorable*

No.	Alternatif Jawaban	Pernyataan	
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
1.	Sangat Setuju (SS)	4	1
2.	Setuju (S)	3	2
3.	Tidak Setuju (TS)	2	3
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Kuesioner/angket adalah pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara memberikan beberapa macam pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2017) menggambarkan kuesioner sebagai metode pengumpulan data yang melibatkan penyajian sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Penelitian ini menggunakan dua alat ukur yaitu, skala penggunaan sosial media dan *body dissatisfaction*. Skala penggunaan sosial media menggunakan beberapa aspek, yang terdiri dari: perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi (Andarwati, 2016). Dan untuk skala *body dissatisfaction* memiliki beberapa aspek, yaitu: kognitif, afektif, dan perilaku (Cash & Pruzinsky, 2002).

Tabel 2.
Blue Print Skala Penggunaan Media Sosial

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1.	Perhatian	1, 7, 13, 19, 25	5, 11, 17, 21, 29	10	25%
2.	Penghayatan	2, 10, 18, 26, 38	6, 12, 22, 30, 40	10	25%
3.	Durasi	3, 15, 27, 33, 37	9, 23, 31, 35, 39	10	25%
4.	Frekuensi	4, 14, 20, 28, 34	8, 16, 24, 32, 36	10	25%
Total				20	100%

Tabel 3.
Blue Print Skala *Body Dissatisfaction*

No	Aspek	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1.	Kognitif	1, 9, 20, 23, 34, 37	4, 12, 17, 28, 33, 40	12	30%
2.	Afektif	2, 5, 11, 13, 22, 27, 36	7, 10, 16, 25, 31, 32, 38	14	35%
3.	Perilaku	3, 8, 15, 19, 24, 29, 35	6, 14, 18, 21, 26, 30, 39	14	35%
Total				40	100%

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas mengukur seberapa akurat dan tepat suatu instrumen pengukur dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan validitas isi, yaitu validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap isi tes berdasarkan analisis rasional atau *professional judgement*. Dalam penelitian ini yang menjadi panel ahli yang berkompeten atau *professional judgement* adalah dosen pembimbing (Azwar, 2014).

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dapat dipercaya. Artinya, hasil pengukuran dianggap dapat dipercaya jika pengukuran tersebut dilakukan beberapa kali terhadap kelompok subjek yang sama dan menghasilkan hasil yang relatif serupa. Jika terdapat variasi yang besar dari waktu ke waktu, maka hasil pengukuran dianggap tidak dapat diandalkan dan disebut sebagai tidak reliabel.

Konsep reliabilitas mengacu pada konsistensi atau keandalan hasil skor yang mengandung makna ketelitian pengukuran (Azwar, 2014).

Reliabilitas menunjukkan sesuatu instrumen yang dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen dapat dipercaya dan reliabel yang tentunya akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Perhitungan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan formula *Alpha Cronbach* (α) dengan bantuan program SPSS (*Statistic Program for Social Science*) versi 25.0 *for windows*. Suatu aitem dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reliabilitas $> 0,7$ begitu pula sebaliknya.

F. Analisi Data

Hipotesis dan tujuan penelitian ini yaitu untuk mencari pengaruh, maka data yang diperoleh akan diuji dengan syarat yaitu uji normalitas dan uji linieritas yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah data yang telah dikumpulkan memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov Test* dengan bantuan fasilitas komputer yaitu SPSS (*Statistic Program for Social Science*) versi 23.0 *for windows*. Kaidah yang digunakan untuk menyetujui normalitas sebaran data adalah jika signifikansi $p > 0,05$ maka data berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikansi $p < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal (Sugiyono, 2015).

2. Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas, seperti penggunaan sosial media, dan variabel terikat yakni *body dissatisfaction*. Dua variabel dikatakan mempunyai pengaruh yang linier apabila nilai $p < 0,05$, tetapi jika $p > 0,05$ maka pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat tidak linier (Sugiyono, 2015). Untuk mengetahui kedua variabel mempunyai pengaruh yang linear, peneliti akan menggunakan *Test for Linearity* dengan bantuan fasilitas komputer yaitu program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25.0 for Windows.

3. Uji Regresi

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen adalah regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen, yang kemudian diolah menggunakan SPSS 25.0 for windows. Uji regresi sederhana ditinjau pada taraf signifikan 0,000 atau $p < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancan Penelitian

Tahap orientasi kancan memiliki tahapan dilalui untuk mendapatkan pengenalan yang lebih jauh mengenai area penelitian yang spesifik dan mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan mengenai fenomena permasalahan yang akan diteliti. Penelitian yang akan dilakukan pada kesempatan ini adalah mengenai Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Wanita Anggota *Fitness*. Dalam penelitian ini peneliti memfokuskan pada dua lokasi *fitness*, yaitu Banda Fitness Center dan Megafit Training Zone.

Sesuai dengan judul yang peneliti angkat, penelitian ini dilakukan di dua lokasi *fitness*, yaitu Banda Fitness Center dan Megafit Training Zone.

1. Banda Fitness Center

Banda Fitness Center yang terletak di gampong Neusu Jaya berdiri pada tahun 2010, dan mulai beroperasi juga di tahun yang sama yaitu pada 03 Mei 2010. Berdasarkan data yang diperoleh pada bulan Juni 2024 jumlah member aktif keseluruhan adalah 80 orang, diantaranya member pria berjumlah 30 orang dan member wanita berjumlah 50 orang. Banda Fitness Center terdiri dari dua kelas yaitu:

- a. Senam, terdiri dari beberapa jenis, yaitu: *pilates*, *aero*, *poundfit*, *zumba*, *strongnation*, *aerobik* dan *yoga*. Senam di Banda Fitness Center dilakukan

setiap hari kecuali di hari Minggu yang dipandu langsung oleh 6 orang instruktur.

- b. Gym, terdiri dari beberapa alat, yaitu: *treadmill, elliptical machine, smith machine, stationary bicycling, pec deck machine, leg press machine, lat pulldown machine, barbel, power rack, chest press machine* dan *bench press*.

2. Megafit Training Zone

Megafit Training Zone terletak di gampong Blang Cut yang didirikan pada November 2021 dan mulai beroperasi pada tanggal 29 Mei 2022. Megafit Training Zone adalah tempat zona pelatihan, kebugaran dan gym yang dikhususkan pada member wanita saja. Selain menyediakan tempat untuk gym Megafit juga membuka kelas senam yang terdiri dari *aerobik, zumba, combat fit, yoga* dan *poundfit* yang dipandu langsung oleh 7 orang instruktur. Megafit buka pada hari Senin-Sabtu dimulai pukul 09.00 Wib dan tutup pukul 22.00 Wib.

Berdasarkan data yang diperoleh pada bulan Juni 2024 jumlah member aktif keseluruhan adalah 400 orang. Setiap member yang sudah mendaftar bisa mengikuti semua kelas yang ada baik itu kelas gym maupun kelas senam. Dengan kebijakan yang ada jadi para member dapat merasakan setiap jenis cabang tanpa terkecuali.

B. Persiapan Penelitian

Persiapan peneliti yang pertama kali adalah mempersiapkan diri dengan baik untuk meminimalisir kesalahan yang tidak diinginkan selama proses penelitian. Persiapan penelitian dimulai dengan melakukan observasi dan wawancara pada beberapa subjek yang menjadi sarannya di lokasi penelitian yang akan dilakukan. Setelah melakukan observasi dan wawancara awal, peneliti menyusun instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam mengumpulkan data penelitian, serta mengurus surat izin untuk melakukan uji coba (*tryout*) instrumen pengukuran dan izin untuk melakukan penelitian. Setelah itu, peneliti akan melakukan proses penelitian hingga selesai.

1. Penyusunan Alat Ukur

Penelitian ini, menggunakan skala likert sebagai alat ukur untuk mengukur penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction*. Untuk skala penggunaan media sosial, peneliti menyusun 40 aitem berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Andarwati (2016). Sedangkan untuk skala *body dissatisfaction*, peneliti menyusun 40 aitem berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Cash dan Pruzinky (2002).

2. Pengurusan Surat Izin Penelitian

Peneliti memperoleh surat izin melakukan penelitian yang dikeluarkan oleh Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan nomor surat 337/UM.M₆/F/2024 pada tanggal 13 Juni 2024. Surat tersebut ditunjukkan kepada *Manager* Banda Fitness Center dan *Owner* Megafit Training Zone. Kemudian pada tanggal 10 Juli 2024 *Manager* Banda

Fitness Center dan Owner Megafit Training Zone mengeluarkan surat balasan izin penelitian.

C. Pelaksanaan Penelitian

Setelah melaksanakan persiapan penelitian, selanjutnya peneliti melakukan beberapa tahapan yang dijalankan sebagai berikut:

1. Penelitian pertama dilakukan pada tanggal 01 Juli 2024 di Banda Fitness Center dengan membagikan skala kepada 30 wanita anggota *fitness* yang secara langsung peneliti temui di Banda Fitness Center.
2. Penelitian kedua dilakukan pada tanggal 04 Juli 2024 di Megafit Training Zone dengan membagikan skala kepada 70 wanita anggota *fitness* yang secara langsung peneliti temui di Megafit Training Zone.

Penelitian di Banda Fitness Center dan Megafit Training Zone mencakupi jumlah sampel keseluruhan sebanyak 100 sampel penelitian.

D. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi kecocokan sebuah item. Penelitian ini, dapat diarahkan dengan cara validitas diuji yang menggunakan penilaian ahli yaitu berperan sebagai dosen pembimbing. Dosen pembimbing akan mengevaluasi dan memberikan saran terhadap item-item yang akan diuji, tepat atau tidaknya suatu item dapat diberikan sudut pandang yang berbeda. Setelah peneliti menyusun dan memperbaiki aitem-aitem tersebut,

dosen pembimbing akan menyatakan validitas aitem pada variabel tersebut dan jika item dianggap valid, maka penelitian dapat dilakukan.

b. Diskriminasi Aitem Uji Coba

Mengevaluasi item yang cocok, dilakukan diskriminasi item dengan memeriksa nilai Item-Total *Correlation* yang kurang dari $< 0,3$. Penelitian ini, aitem-aitem yang memiliki nilai Item-Total *Correlation* lebih besar dari $> 0,3$ dianggap cocok untuk digunakan pada penelitian selanjutnya, sesuai dengan Azwar (2011).

Setelah dilakukan analisis, ditemukan bahwa sebanyak 24 item dari 40 item pada skala penggunaan media sosial yang dapat digunakan yaitu 2, 3, 4, 5, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 24, 26, 27, 28, 30, 32, 33, 35, 37, 38 dan 39. Sedangkan 16 item yang tidak dapat digunakan dan harus dikeluarkan yaitu 1, 6, 7, 8, 9, 15, 19, 21, 22, 23, 25, 29, 31, 34, 36 dan 40. Detail hasil analisis item skala penggunaan media sosial dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.
Skala Penggunaan Media Sosial Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total	Bobot
			F	U		
1.	Perhatian	Ketertarikan individu terhadap media sosial	1, 7, 13, 19, 25	5, 11, 17, 21, 29	10	25%
2.	Penghayatan	a. Individu mampu memahami informasi yang didapatkan dari media sosial	2, 10, 18	6, 12, 22	6	25%

		b. Gemar mempraktikkan hal atau informasi yang ada di media sosial dalam kehidupan sehari-hari	26, 38	30, 40	4	
3.	Durasi	Individu dapat mengetahui lamanya rentang waktu dalam mengakses media sosial	3, 15 , 27, 33, 37	9 , 23 , 31 , 35, 39	10	25%
4.	Frekuensi	Banyaknya pengulangan mengakses media sosial	4, 14, 20, 28, 34	8 , 16, 24, 32, 36	10	25%
Total			20	20	40	100%

Ket : Nomor yang dicetak tebal merupakan aitem yang tidak valid

Tabel 5.
Skala Penggunaan Media Sosial Setelah Aitem Tidak Valid Dibuang

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total
			Valid	Gugur	
1.	Perhatian	Ketertarikan individu terhadap media sosial	4	1, 2, 7	4
2.	Penghayatan	a. Individu mampu memahami informasi yang didapatkan dari media sosial	5, 6	3	3
		b. Gemar mempraktikkan hal atau informasi yang ada di media sosial dalam kehidupan sehari-hari	9, 10, 12	8	4
3.	Durasi	Individu dapat mengetahui lamanya rentang waktu dalam mengakses mediasosial	11, 13, 14, 18	15, 21	6
4.	Frekuensi	Banyaknya pengulangan mengakses media sosial	19, 20, 23, 24	16, 17, 22	7
Total			14	10	24

Setelah dilakukan analisis, ada sisa 30 aitem dari 40 item yang masih dapat digunakan pada skala *body dissatisfaction* yaitu 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 17, 21, 22, 23, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38 dan 40. sementara 10 item lainnya dianggap tidak dapat digunakan dan harus dihapus dari penelitian yaitu 8, 14, 15, 18, 19, 20, 24, 27, 33 dan 39. Detail hasil analisis item skala *body dissatisfaction* tersedia pada tabel di bawah ini.

Tabel 6.
Skala *Body Dissatisfaction* Sebelum Aitem Tidak Valid Dibuang

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total
			F	U	
1.	Kognitif	a. Pemikiran tentang bentuk tubuh	1, 9	4, 12, 17	6
		b. Pemikiran tentang penampilan	23, 34, 37	28, 33 , 40	6
2.	Afektif	a. Perasaan tentang bentuk tubuh dan penampilan	2, 5, 11, 13	7, 10, 16, 25	8
		b. Kepuasan tentang bentuk tubuh dan penampilan	22, 27 , 36	31, 32, 38	6
3.	Perilaku	a. Perilaku terhadap ketidakpuasan bentuk tubuh	3, 8 , 15	6, 14, 18	6
		b. Perilaku ketidakpuasan penampilan	19 , 24 , 29, 35	21, 26, 30, 39	8
Total			20	20	40

Ket : Nomor yang dicetak tebal merupakan aitem yang tidak valid

Tabel 7.
Skala *Body Dissatisfaction* Setelah Aitem Tidak Valid Dibuang

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total
			F	U	
1.	Kognitif	a. Pemikiran tentang bentuk tubuh	1, 9	4, 12, 17	5
		b. Pemikiran tentang penampilan	15, 20, 23	27, 28	5
2.	Afektif	a. Perasaan tentang bentuk tubuh dan penampilan	2, 5, 11, 13	7, 10, 16, 25	8

		b. Kepuasan tentang bentuk tubuh dan penampilan	19, 22	8, 14, 24	5
3.	Perilaku	a. Perilaku terhadap ketidakpuasan bentuk tubuh	3	6	2
		b. Perilaku ketidakpuasan penampilan	15, 19	21, 26, 30	5
Total			20	20	40

Setelah memisahkan item-item yang valid dan tidak valid, sehingga dilakukannya penghapusan pada item-item yang tidak valid. Namun, penghapusan item-item ini tidak akan berdampak pada representasi aspek yang telah ditentukan pada kisi-kisi sebelumnya. Dengan kata lain, setiap pernyataan pada skala penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* tetap mencakup setiap aspek yang telah dirumuskan dalam kisi-kisi atau *blueprint*, meskipun item-item yang tidak valid telah dihapus.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dengan menggunakan koefisien formula *alpha cronbach*. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa skala penggunaan media sosial yang terdiri dari 40 aitem memiliki nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,852, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Setelah dilakukan penghapusan item-item yang tidak valid, jumlah item yang tersisa menjadi 24 dan koefisien reliabilitas skala Asertivitas meningkat menjadi 0,915, menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 8.
Hasil Uji Reliabilitas Skala Penggunaan Media Sosial Sebelum Aitem Gugur Dibuang

Skala	Formula Cronbach's Alpha	Jumlah
Penggunaan Media Sosial	0,852	40

Sumber : Olah data SPSS 25.0 for Windows, tahun 2024

Tabel 9.
Hasil Uji Reliabilitas Skala Penggunaan Media Sosial Setelah Aitem Gugur Dibuang

Skala	Formula Alpha Cronbach	Jumlah
Penggunaan Media Sosial	0,915	24

Sumber : Olah data SPSS 25.0 for Windows, tahun 2024

Uji reliabilitas juga dilakukan pada skala *body dissatisfaction* yang terdiri dari 40 item menunjukkan hasil reliabilitas yang baik dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,907. Setelah dilakukan penghapusan aitem-aitem yang tidak valid, jumlah item yang tersisa menjadi 30 dan koefisien reliabilitas skala *body dissatisfaction* meningkat menjadi 0,937, menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi.

Tabel 10.
Hasil Uji Reliabilitas Skala *Body Dissatisfaction* Sebelum Aitem Gugur Dibuang

Skala	Formula Cronbach's Alpha	Jumlah
<i>Body Dissatisfaction</i>	0,907	40

Sumber : Olah data SPSS 25.0 for Windows, tahun 2024

Tabel 11.
Hasil Uji Reliabilitas Skala *Body Dissatisfaction* Setelah Aitem Gugur Dibuang

Skala	Formula Cronbach's Alpha	Jumlah
<i>Body Dissatisfaction</i>	0,937	30

Sumber : Olah data SPSS 25.0 for Windows, tahun 2024

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa skala penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* pada penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Deskripsi Responden dan Data Penelitian

a. Deskripsi Responden Penelitian

Responden di dalam penelitian ini adalah wanita anggota *fitness*. Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang didasarkan pada kebetulan, siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika dianggap bahwa orang yang kebetulan bertemu itu cocok sebagai sumber data. Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 100 orang.

Tabel 12.
Deskripsi Responden Penelitian

Lokasi	Usia				Jumlah
	18-25	26-35	36-45	>46	
Banda Fitness Center	25	4	1	0	30
Megafit Training Zone	44	22	4	0	70
Total	69	26	5	0	100

Sumber : SPSS 25.0 for Windows, tahun 2024

b. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian bertujuan untuk menggambarkan karakteristik data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Variabel penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* dibagi ke dalam tiga kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Deskriptif statistik variabel penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* adalah sebagai berikut:

Tabel 13.
Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Penggunaan Media Sosial	100	50	96	69.18	9.855
<i>Body Dissatisfaction</i>	100	39	119	68.23	17.848

Sumber : Olah Data SPSS 25.0 For Windows, tahun 2024

Kategori skor penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* dibagi kedalam tiga kategori rendah, sedang dan tinggi. Untuk menentukan ketiga kategori tersebut, peneliti menggunakan rumus (azwar, 2010), yaitu sebagai berikut:

$$\text{Rendah} = X < (\bar{X} - 1.SD)$$

$$\text{Sedang} = X < (\bar{X} - 1.SD) \leq X (\bar{X} + 1.SD)$$

$$\text{Tinggi} = (\bar{X} + 1.SD) \leq X$$

1. **Penggunaan Media Sosial**

$$\text{Rendah} = X < (69,18 - 9,85)$$

$$= X < 59$$

$$\text{Sedang} = (69,18 - 9,85) \leq X (69,18 + 9,85)$$

$$= 59 \leq X 79$$

$$\text{Tinggi} = (69,18 + 9,85) \leq X$$

$$= 79 \leq X$$

2. ***Body Dissatisfaction***

$$\text{Rendah} = X < (68,23 - 17,85)$$

$$= X < 50$$

$$\text{Sedang} = (68,23 - 17,85) \leq X (68,23 + 17,85)$$

$$= 50 \leq X \leq 86$$

$$\text{Tinggi} = (68,23 + 17,85) \leq X$$

$$= 86 \leq X$$

Berdasarkan deskripsi di atas, maka rentang frekuensi deskripsi data penelitian penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* peneliti jabarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 14.
Kategori Data Penelitian

Variabel	Rentang Frekuensi Persentase Data Penelitian			Total
Penggunaan Media Sosial	Rendah (50 - 58)	Sedang (59 - 78)	Tinggi (79 - 96)	100 (100%)
	10 (10%)	74 (74%)	16 (16%)	
<i>Body Dissatisfaction</i>	Rendah (39 - 49)	Sedang (50 - 85)	Tinggi (86 - 119)	100 (100%)
	12 (12%)	74 (74%)	14 (14%)	

Sumber : Olah data SPSS 25.0 for Windows, tahun 2024

Berdasarkan analisis frekuensi kategori data penelitian di atas, untuk variabel penggunaan media sosial menunjukkan bahwa subjek penelitian di dominasi oleh subjek yang memiliki penggunaan media sosial kategori sedang yaitu berjumlah 74 orang dengan persentase 74%. Kemudian diikuti oleh subjek dengan kategori penggunaan media sosial yang tinggi berjumlah 16 orang dengan persentase 16%, dan untuk kategori penggunaan media sosial rendah sebanyak 10 orang dengan persentase 10%. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial pada wanita anggota fitnes berada dalam kategori sedang atau tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah.

Sementara itu, untuk variabel *body dissatisfaction* berdasarkan analisis frekuensi kategori data penelitian, menunjukkan dominasi wanita anggota *fitness*

dengan *body dissatisfaction* berada pada kategori sedang sebanyak 74 orang dengan persentase 74%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata wanita anggota *fitness* mengalami *body dissatisfaction* yang sedang atau tidak terlalu tinggi maupun terlalu rendah. Lalu diikuti wanita anggota *fitness* dengan kategori *body dissatisfaction* tinggi sebanyak 14 orang (14%), dan kategori rendah sebanyak 12 orang (12%).

3. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan dengan uji normalitas dan uji linieritas terlebih dahulu sebagai syarat agar penelitian dapat dilakukan. Setelah syarat dari uji normalitas dan linearitas terpenuhi, maka penelitian dapat dilanjutkan hingga ke uji hipotesis berupa uji regresi untuk melihat pengaruh antar variabel.

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas di dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov Test* dengan tujuan untuk melihat sebaran data penelitian dalam suatu kelompok dan menentukan distribusi data apakah normal ataupun tidak. Ketentuan dalam uji normalitas ini apabila nilai signifikansi >0.05 , maka data tersebut berdistribusi normal. Sementara apabila nilai signifikansi berada <0.05 , maka data yang digunakan tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas di dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 15.
Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Kolmogorov Smirnov Test</i>	Sig (P)	Keterangan
Penggunaan Media Sosial (X)	0,990	0,281	Normal
<i>Body Dissatisfaction</i> (Y)			

Sumber : Olah Data SPSS 21.0 For Windows, tahun 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas yang disajikan pada tabel diatas menunjukkan bahwa data variabel penggunaan media sosial dan variabel *body dissatisfaction* memiliki nilai signifikansi (p) 0,281 atau berada >0.05 yang artinya kedua data dari kedua variabel tersebut bersifat normal. Sehingga untuk uji asumsi yang pertama yaitu uji normalitas terpenuhi.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas di dalam penelitian ini menggunakan metode *Test For Linearity*. Dengan ketentuan dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila nilai signifikansi *deviation from linearity* $<0,05$, sementara jika nilai signifikansi *deviation from linearity* berada >0.05 , maka tidak terdapat hubungan yang linier secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Hasil uji linieritas penelitian ini dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 16.
Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	Sig (P)	Keterangan
Penggunaan Media Sosial (X)	59.971	0.000	Linear
<i>Body Dissatisfaction</i> (Y)			

Sumber : Olah Data SPSS 21.0 For Windows, tahun 2024

Berdasarkan hasil uji linearitas, nilai signifikansi (P) berada di angka 0,000 yang berarti berada <0.05 . Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat

hubungan yang linear antara variabel penggunaan media sosial (X) dan variabel *body dissatisfaction* (Y).

4. Uji Hipotesis

Setelah uji asumsi terpenuhi, selanjutnya peneliti melakukan uji hipotesis untuk melihat seberapa berpengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction*.

Uji hipotesis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah uji regresi sederhana. Uji regresi bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan ketentuan jika nilai $p < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sebaliknya, jika nilai $P > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_o diterima.

Tabel 17.
Hasil Uji Hipotesis

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10168.717	1	10168.717	46.639	0.000 ^b
	Residual	21366.993	98	218.031		
	Total	31535.710	99			
a. Dependent Variable: Variabel terikat _a b. Predictors: (Constant), Variabel bebas _b						

Sumber : Olah Data SPSS 25.0 For Windows, tahun 2024

Berdasarkan hasil uji regresi menunjukkan nilai F hitung 46.639 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan media sosial memiliki pengaruh terhadap variabel *body dissatisfaction*.

Tabel 18.
Hasil Analisis Uji Regresi

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.568 ^a	.322	.316	14.76586	.322	46.639	1	98	0.000

a. Predictors: (Constant), Asertivitass_X

Sumber : Olah Data SPSS 25.0 For Windows, tahun 2024

Besarnya pengaruh variabel penggunaan media sosial (X) terhadap variabel *body dissatisfaction* (Y) ditunjukkan pada tabel *model summary* di atas. Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa besarnya nilai regresi atau pengaruh yaitu sebesar 0.322 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh penggunaan media sosial (X) terhadap variabel *body dissatisfaction* (Y) sebesar 32,2%. Sementara untuk sisanya 67,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel diatas menunjukkan juga seberapa besar hubungan antara variabel X dan Y, maka diperoleh nilai korelasinya sebesar 0.568. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* memiliki hubungan yang positif, semakin tinggi penggunaan media sosial wanita anggota *fitness* maka semakin tinggi kemungkinan mengalami *body dissatisfaction* begitu juga sebaliknya semakin menurun penggunaan media sosial maka semakin menurun *body dissatisfaction* wanita anggota *fitness*.

Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hipotesis di dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness*.

E. Pembahasan

Pada variabel penggunaan media sosial mayoritas wanita anggota *fitness* yang menggunakan media sosial berada dalam kategori sedang yaitu sebanyak 74 orang dari total 100 subjek atau jika persentasekan mencapai 74%. Sementara jumlah wanita anggota *fitness* yang memiliki penggunaan sosial media tinggi yaitu sebanyak 16 orang (16%). Untuk wanita anggota *fitness* yang memiliki penggunaan sosial media dengan kategori rendah sebanyak 10 orang (10%) dengan total 100%.

Sementara itu, untuk variabel *body dissatisfaction*, mayoritas wanita anggota *fitness* yang mengalami *body dissatisfaction* juga berada dalam kategori sedang yaitu sebanyak 74 orang atau sekitar 74%. Sementara jumlah wanita anggota *fitness* yang mengalami *body dissatisfaction* tinggi yaitu sebanyak 14 orang (14%). Untuk wanita anggota *fitness* yang mengalami *body dissatisfaction* dengan kategori rendah sebanyak 12 orang (12%) dengan total 100%.

Hasil penelitian koefisien regresi menunjukkan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, hal ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness*. Besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* berdasarkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.322 atau sekitar 32,2%. Sementara sekitar 67,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Sari, Komaruddin, dan Setiyani (2021), mengemukakan bahwa salah satu faktor penyebab remaja perempuan mengalami ketidakpuasan terhadap citra tubuh adalah penggunaan media sosial Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial Instagram terhadap *body image* pada remaja perempuan sebesar 62%. Hal ini membuktikan bahwa penggunaan media sosial Instagram turut berperan dalam memprediksi ketidakpuasan remaja perempuan terhadap *body image* yang dimiliki. Dengan demikian, semakin sering remaja perempuan menggunakan Instagram, semakin besar kemungkinan mereka mengalami ketidakpuasan terhadap *body image* mereka.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Marizka (2019), yang menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan partisipan sebanyak 403 orang dewasa awal di Kota Bandung. Marizka memfokuskan pada bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi persepsi tubuh individu dan tingkat ketidakpuasan terhadap tubuh mereka sendiri. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap ketidakpuasan pada tubuh, ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0.006 < 0.05$. Temuan ini mendukung pandangan bahwa *eksposur* yang berlebihan terhadap konten media sosial, yang sering kali menampilkan standar kecantikan yang tidak realistis, dapat berdampak negatif pada citra tubuh individu.

Variabel penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* juga menunjukkan hubungan positif yaitu sebesar 0,568, semakin tinggi penggunaan

media sosial wanita anggota *fitness* maka semakin tinggi kemungkinan wanita anggota *fitness* mengalami *body dissatisfaction*. Begitu juga sebaliknya semakin menurun penggunaan media sosial maka semakin menurun juga *body dissatisfaction* wanita anggota *fitness*.

Penelitian ini juga relevan dengan hasil studi sebelumnya yang dilakukan oleh Maimunah dan Satwika (2021) melibatkan 228 subjek perempuan dewasa awal yang sedang menjalani pendidikan sebagai mahasiswa di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi korelasi sebesar 0,015 ($\text{sig} < 0,05$). Hasil uji hipotesis *product moment* menunjukkan nilai koefisien R sebesar 0,028. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan cukup signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction*. Hasil positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan mengalami *body dissatisfaction*.

Hubungan yang positif disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk paparan terhadap gambar dan konten yang menampilkan standar kecantikan yang tidak realistis (Kharizta, 2018). Media sosial sering kali memprioritaskan konten yang menarik perhatian, seperti gambar tubuh yang ideal, yang pada gilirannya dapat memicu perbandingan sosial negatif.

Salah satu teori yang relevan adalah Teori Perbandingan Sosial (*Social Comparison Theory*) yang dikemukakan oleh Leon Festinger (dalam Putri, 2018). Teori ini menyatakan bahwa individu cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain sebagai cara untuk mengevaluasi dan meningkatkan diri. Dalam

konteks media sosial, wanita mungkin merasa tertekan untuk mencapai standar kecantikan yang dilihat sering kali tidak realistis dan teredit.

Menurut Albert Bandura (dalam Warini, Hidayat & Ilmi, 2023) Individu belajar melalui observasi dan tiruan, paparan berulang terhadap konten yang ideal dapat menyebabkan distorsi persepsi terhadap tubuh sendiri, yang memperburuk ketidakpuasan tubuh. Dengan demikian, intervensi yang menekankan pada peningkatan *self-esteem* dan edukasi mengenai citra tubuh yang sehat, serta pemahaman kritis terhadap konten media sosial, sangat penting untuk mengurangi dampak negatif ini.

Usman (2022) menjelaskan bahwa ketidakpuasan tubuh bisa dikurangi dengan teknik restrukturisasi kognitif, yang bertujuan mengubah pikiran negatif menjadi positif. Proses ini melibatkan enam tahap: rasionalisasi, identifikasi pikiran dalam situasi tertentu, pengenalan dan latihan coping thought, peralihan pikiran negatif ke coping thought, latihan penguat positif, dan evaluasi.

Kekurangan dalam penelitian ini adalah keterbatasan dalam generalisasi hasil. Karena partisipan penelitian ini hanya terdiri dari wanita dan jumlah sampel yang relatif kecil pada anggota pusat kebugaran, hasilnya mungkin tidak berlaku untuk populasi wanita secara umum. Wanita yang aktif di pusat kebugaran mungkin sudah memiliki tingkat kesadaran tubuh yang berbeda dibandingkan dengan mereka yang tidak berpartisipasi dalam kegiatan kebugaran rutin. Selain itu, penelitian ini mungkin tidak memperhitungkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi ketidakpuasan tubuh, seperti faktor psikologis dan lingkungan sosial.

Penggunaan media sosial sebagai variabel juga memerlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai jenis *platform* yang digunakan, konten yang dilihat, dan interaksi sosial yang terjadi di dalamnya, yang mungkin tidak sepenuhnya terukur dalam penelitian ini. Keterbatasan ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut dengan sampel yang lebih beragam dan pendekatan metodologis yang lebih komprehensif untuk mendapatkan gambaran yang lebih holistik mengenai dampak media sosial terhadap ketidakpuasan tubuh.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness* dengan persentase besarnya pengaruh media sosial terhadap *body dissatisfaction* 32,2% (R Square 0.322), sementara sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji regresi sederhana menunjukkan nilai signifikansi 0.000 atau < 0.05 yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Hasil penelitian menunjukkan hubungan yang positif sebesar 0,568 antara dua variabel, yang berarti semakin tinggi penggunaan media sosial wanita anggota *fitness* maka semakin tinggi kemungkinan wanita anggota *fitness* mengalami *body dissatisfaction*, begitu juga sebaliknya semakin menurun penggunaan media sosial maka makin menurun juga *body dissatisfaction* wanita anggota *fitness*.

Hasil penelitian juga menunjukkan *body dissatisfaction* pada wanita anggota *fitness* berada dalam kategori sedang, hal ini diikuti dengan penggunaan media sosial pada wanita anggota *fitness* juga berada dalam kategori sedang. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial pada wanita anggota *fitness*, maka semakin tinggi pula kemungkinan mengalami *body dissatisfaction*.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti maka saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bagi Banda Fitness Center

Saran yang dapat diberikan untuk Banda Fitness Center yaitu dapat meningkatkan kesadaran tentang dampak negatif dari media sosial. Tempatkan poster dan brosur informatif di area gym yang menjelaskan pentingnya memiliki persepsi tubuh yang sehat dan realistis. Selain itu, adakan seminar atau workshop yang membahas cara-cara positif menggunakan media sosial serta strategi untuk mengurangi dampak negatifnya. Dengan demikian, Banda Fitness Center dapat membantu anggotanya mengembangkan citra tubuh yang lebih positif dan mengurangi *body dissatisfaction* yang disebabkan oleh media sosial

2. Bagi Megafit Training Zone

Saran yang dapat diberikan untuk Megafit Traing Zone yaitu sebaiknya diadakan sesi edukasi tentang citra tubuh positif dan manajemen penggunaan media sosial. Selain itu, penting untuk mendorong lingkungan yang mendukung di mana wanita merasa nyaman dan percaya diri dengan penampilan mereka, sehingga dapat mengurangi tekanan dari standar kecantikan yang tidak realistis.

3. Bagi Member Wanita Anggota *Fitness*

Bagi wanita anggota *fitness*, penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk meningkatkan motivasi dan konsistensi dalam berolahraga.

Dengan mengikuti akun-akun *fitness* yang inspiratif, bergabung dalam komunitas online yang positif, dan berbagi pencapaian pribadi, anggota dapat merasa lebih termotivasi dan terinspirasi. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sumber informasi tentang berbagai jenis latihan, tips kesehatan, dan nutrisi yang dapat mendukung perjalanan kebugaran. Namun, penting untuk selalu kritis dan selektif dalam memilih konten yang diikuti, agar tetap fokus pada tujuan kebugaran yang sehat dan realistis.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya melibatkan wanita anggota *fitness*, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk populasi yang lebih luas. Kedua, metode pengumpulan data yang digunakan, seperti kuesioner, tidak sepenuhnya menggambarkan kompleksitas pengalaman individu terkait penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction*. Selain itu, penelitian ini hanya berfokus pada media sosial secara umum tanpa mempertimbangkan perbedaan *platform* atau jenis konten yang diakses. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas sampel, mempertimbangkan pendekatan kualitatif, dan meneliti perbedaan dampak dari berbagai *platform* media sosial untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2da ed.) Berkshire.
- Akizaku Olahraga. (2021). *Fitness Center: Pengertian, Manfaat & Jenisnya*. Diakses pada tanggal 30 Desember 2023 di <https://akizakuolahraga.xyz>.
- Alodokter, (11 Maret 2023). 7 manfaat fitness untuk kesehatan. Retrieved from Alodokter.ci.id:<https://www.alodokter.com/memaksimalisasi-manfaat-fitness-di-gym>
- Amalia, D. R., Dewi, M. P., & Kusumastuti, A. N. (2018). Body dissatisfaction dan harga diri pada ibu pasca melahirkan. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 161–171.
- Ananta, A.(2016). Penurunan body dissatisfaction pada perempuan dalam masa energinya adulthood dengan gratitude intervensi. *Jurnal Psikologi Indonesia*, 5(02), 160-166.
- Andarwati, I. (2016). Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media jejaring sosial instagram pada siswa kelas XI SMA N 9 Yogyakarta. *E Jurnal bimbingan dan konseling* Vol 3 : 1-12.
- Andini, S. F. (2020). Aktivitas dan pengaruh sosial media terhadap body dissatisfaction pada dewasa awal. *Analitika: Jurnal Magister Psikologi UMA*, 12(1), 34-43.
- Anggrainy, N. E. (2022). Body dissatisfaction pada wanita pengguna media sosial instagram. *SPECTRUM: Journal of Gender and Children Studies*, 2(2), 95-104.
- Aprilita, D & Listyani, R. H. (2016). Representasi kecantikan perempuan dalam media sosial instagram (analisis semiotika roland barthes pada akun @mostbeautyindo, @bidadarisurga, dan @papuan_girl). *Paradigma*. 4(3), 1-13.
- Aristanti, R., & Rohmatun, R. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri (Self control) dengan Kecanduan Internet (Internet Addiction) Pada Remaja Penggemar Korean Pop (K-Pop) di Semarang. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humanoira*. Konf Ilm Mhs Unissula 2 [Internet]. 2019;554(2):721-8.
- Asharyadi, A. A. P., & Qodariah, S. (2022). Hubungan adiksi media sosial dengan body dissatisfaction pada wanita dewasa awal di Bandung. *In Bandung Conference Series: Psychology Science*. 2 (1). 476-484.
- Astuti, S. T., & Ningsih, Y. T. (2021). Hubungan social comparison dan body image pada wanita dewasa awal pengguna instagram. *Socio Humanus*, 3(3), 254–264.

- Carr, C., & Hayes, R. (2015). Social Media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46-65.
- Cash, T. F., & Szymanski, M. L. (1995). The development and validation of the Body-Image Ideals Questionnaire. *Journal of personality assessment*, 64(3), 466-477.
- Cash, T.F & Pruzinsky, T. 2002. *Body Image : A Handbook of Theory, Research and Clinical*. New York: Guilford Publications.
- Chervenec, B. (2015). Is Beauty a Promise to Happiness?. New Errands: The Undergraduate. *Journal of American Studies*, 2 (2).
- Cross, M. (2013). *Social media security leveraging social networking while mitigating risk*. Newnes
- Dewi, A. E., Noviekayati, I., & Rina, A. P. (2020). Social comparison dan kecenderungan body dissatisfaction pada wanita dewasa awal pengguna Instagram. *Sukma: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(2), 173-180.
- Ekasari, N. (2014). Pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*. 16 (2). 81-102. .
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New media & society*, 20(4), 1380-1395.
- Fatmawati, N. (2021). *Pengaruh Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Masyarakat*. Di akses pada 10 November 2023 di <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14366/Pengaruh-Positif-dan-Negatif-Media-Sosial-Terhadap-Masyarakat.html>
- Fox, J., & Vendernia, M. A. (2016). Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(10), 593-600.
- Garner, B. & Wilson, P. H. (2005) The relationship between friendship factors and adolescent girls' body image concern, body dissatisfaction, and restrained eating. *International Journal of Eating disorders*. 37(4):313-320.
- Grogan, S. (2017). *Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. Routledge, United States.
- Gustam, R.R. (2015). Karakteristik media sosial dalam membentuk budaya populer korean pop di kalangan komunitas samarindan dan Balikpapan. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*. 3(2). 224-242.

- Hall, M. (2009). Predictors of body dissatisfaction among adolescent females. *Paper based on a program presented at the American Counseling Association Annual Conference and Exposition*, Charlotte: North Carolina.
- Hasanah, U. & Hidayat, B. M. R. (2016). Intesitas penggunaan media sosial instagram terhadap body image. *Jurnal Psikologi*, 15 (2). 116-131.
- Havighurst, R. J. (2004). *Developmental Task*. Diakses 15 Desember 2023 dari <http://www.freudianslip.co.uk/havighurst-developmental-task.php>
- Home Page We Are Social, (2021). *Digital 2023*. Di akses pada 10 November 2023 di <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/dig>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kamus versi online/daring (dalam jaringan). Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.web.id/guna>, diakses tanggal 23 Maret 2024
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku, Yogyakarta.
- Maimunah, S., & Satwika, Y. W. (2021). Hubungan media sosial dengan body dissatisfaction pada mahasiswa perempuan di Kota Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(2), 224-226.
- Marizka, D. S. (2019). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Ketidakpuasan Pada Tubuh Yang Dimoderasi Oleh Self-Compassion Pada Dewasa Awal Di Kota Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Melliana S. A. (2006). *Menjelajah Tubuh: Perempuan dan Mitos Kecantikan*. Yogyakarta: LKis.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial Perspektif Komunikasi Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurjanah, S. (2014). Pengaruh penggunaan media sosial facebook terhadap perilaku cyberbullying pada siswa SMAN 12 Pekanbaru. *Jom Fisip*, 1(2)
- Nursyaifuddin, M. (2016). *Pengaruh Perbandingan Sosial, Selfesteem & Thin Ideal Internalization Terhadap Body Dissatisfaction Ibu di Jakarta Selatan*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Ogden, J. (2000). *Health Psychology : Second Edition*. Buckingham : Open University press.
- Pakar komunikasi. (n.d.). *Pengertian media sosial menurut para ahli*. Komunikasi digital. <https://pakarkomunikasi.com/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli/amp>

- Pratiwi, M. V., & Sawitri, D. R. (2020). Hubungan antara ketidakpuasan pada tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal anggota pusat kebugaran moethya. *Jurnal Empati*, 9(4), 306-312.
- Prima, E., & Sari, E. P. (2013). Hubungan antara body dissatisfaction dengan kecenderungan perilaku diet pada remaja putri. *Jurnal Psikologi Integratif*, 1(1), 17-30.
- Purbaningtyas, K., & Satwika, Y. W. (2021). Hubungan body image dengan subjective well-being pada perempuan dewasa awal yang mengalami kelebihan berat badan. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(3), 241-250.
- Puspitasari, A.I & Ambarini, T.K. (2017). Hubungan Social Comparison dan Body Dissatisfaction pada Remaja Perempuan. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*. 6. 59-66.
- Putri, A. F. (2019). Pentingnya orang dewasa awal menyelesaikan tugas perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35-40.
- Putri, B. K. (2018). Hubungan antara social comparison dengan kepuasan hidup pada wanita yang bekerja. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Putri, D. A., & Indryawati, R. (2019). Body dissatisfaction dan perilaku diet pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 88-97.
- Riyanto, A. D. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022. Retrieved from <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Rizky, R.G. (2015). Karakteristik media sosial dalam membentuk budaya populer korean pop di kalangan komunitas samarinda dan balikpapan. *Journal Ilmu Komunikasi*. 3(2). 224-242.
- Ruttriani, R. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Body Dissatisfaction Pada Perempuan Dewasa Awal (Doctoral Dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Sari, V. A., Komarudin, S., & Setiyani, R. Y. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Body Image Remaja Perempuan di Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Aisyiyah Yogyakarta).

- Sigarlaki, M. A., & Dzahabiyah, D. (2022). Hubungan Body Dissatisfaction dengan Social Anxiety pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas “X” Angkatan 2018. *Humanitas (Jurnal Psikologi)*, 6(2), 136-137.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Alfa Beta.
- Sumali, E., Sukamto, M. E., & Mulya, T. W. (2008). Efektivitas hipnoterapi terhadap penurunan body dissatisfaction pada Remaja akhir. *Humanitas: Indonesian Psychological Journal*, 5(1), 47-57.
- Sumanty, D., Sudirman, D., & Puspasari, D. (2018). Hubungan religiusitas dengan citra tubuh pada wanita dewasa awal. *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 1(1), 9-28.
- Suseno, A. O., & Dewi, K. S. (2014). Hubungan antara ketidakpuasan bentuk tubuh dengan intensi melakukan perawatan tubuh pada wanita dewasa awal. *Jurnal Empati*, 3(3), 20–31.
- Thompson, J. K., Shroff, H., Herbozo, S., Cafri, G., Rodriguez, J., & Rodriguez, M. (2007). Relations among multiple peer influences, body dissatisfaction, eating disturbance, and self-esteem: A comparison of average weight, at risk of overweight, and overweight adolescent girls. *Journal of Pediatric Psychology*, 32(1), 24-29.
- Usman, F. (2021). Perilaku body dissatisfaction dan penanganannya pada siswa (studi kasus pada siswa) di SMA Negeri 2 Soppeng. *Jurusan Bimbingan dan Konseling, Universitas Negeri Makassar, Indonesia* 2, 1-11.
- Warini, S., Hidayat, Y. N., & Ilmi, D. (2023). Teori Belajar Sosial Dalam Pembelajaran. *ANTHOR: Education and Learning Journal*, 2(4), 566-576.
- Wijianto, W., & Ulfa, I. F. (2016). Pengaruh status sosial dan kondisi ekonomi keluarga terhadap motivasi bekerja bagi remaja awal (Usia 12-16 Tahun) di Kabupaten Ponorogo. *Al Tijarah*, 2(2), 190.
- Yundianto, D. & Khatami. M. (2020). *Dinamika perkembangan remaja* : Jakarta: Kencana.

LAMPIRAN I

Skala Tryout Penggunaan Media Sosial Dan *Body Dissatisfaction*

Assalamu'laikum Wr.Wb

Dengan Hormat, saya Cut Sri Wahyuni, Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Pada saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun tugas akhir. Saya bermaksud untuk meminta kesediaan anda untuk berpartisipasi dengan cara mengisi skala ini. Skala ini digunakan hanya untuk penelitian semata dan identitas anda akan dirahasiakan. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan anda untuk mengisi skala ini dengan sebenarnya.

Petunjuk Pengisian :

Sebelum mengisi skala ini, terlebih dahulu mengisi identitas diri anda. Selanjutnya, anda dapat mengisi pernyataan yang telah tersedia. Jawablah pernyataan tersebut sesuai dengan keadaan diri anda sendiri.

Pilihan Jawaban Berupa:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Saya mengucapkan ribuan terima kasih kepada yang telah berpartisipasi dalam membantu saya menyelesaikan penelitian ini. Semoga kita diberikan kesehatan dan selalu dalam lindungan Allah SWT. Aamiin

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

IDENTITAS SUBJEK

Nama/Inisial :
Jenis Kelamin :
Usia :
Alamat :
Tanggal Bergabung (Member) :
Media Sosial Yang Digunakan :

1. Skala Tryout Penggunaan Media Sosial**Petunjuk Pengisian:**

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan. Silahkan dibaca dan dipahami setiap pernyataan yang disediakan, Tidak terdapat jawaban yang salah dan kerahasiaan anda dalam pengisian skala ini akan dijaga dengan sebaik-baiknya. Pilihlah salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai.

Pilihan jawaban berupa:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya melupakan tugas ketika sudah menggunakan media sosial				
2	Saya bisa menyaring informasi yang ada di media sosial				
3	Dalam sehari saya menghabiskan waktu lebih dari 2 jam untuk mengakses media sosial				
4	Saya dapat menghabiskan waktu berjam- jam untuk mengakses media sosial				
5	Saya mudah bosan saat sedang mengakses media sosial				
6	Saya tidak bisa membedakan berita hoax dan asli di media sosial				
7	Saya tidak bisa melakukan kegiatan lain saat sedang menggunakan media sosial				
8	Saya sering kehilangan banyak waktu karena terlalu lama mengakses media sosial				
9	Saya mengakses media sosial kurang dari 2 jam dalam sehari				
10	Banyak manfaat yang saya dapatkan ketika mengakses media sosial				
11	Saya tidak begitu menikmati media sosial saat menggunakannya				
12	Saya merasa menggunakan media sosial hanya membuang-buang waktu				
13	Apapun kondisinya, saya menyempatkan untuk menggunakan media sosial				
14	Saya mengakses media sosial setiap hari				

15	Saat sedang senggang, saya dapat menghabiskan waktu 20 menit untuk mengakses media sosial				
16	Saya mengakses media sosial hanya ketika waktu senggang saja				
17	Mengakses media sosial bukanlah hal yang menarik bagi saya				
18	Saya suka mengikuti informasi yang saya lihat di media sosial				
19	Saya suka update kegiatan sehari-hari di media sosial				
20	Dalam sehari, saya mengakses media sosial lebih dari 5 kali				
21	Saya tidak suka update status di media sosial				
22	Saya tidak mudah terpengaruh hal atau informasi dari media sosial				
23	Meskipun memiliki waktu senggang, saya lebih baik melakukan aktivitas lainnya daripada menghabiskan waktu hanya untuk mengakses media sosial				
24	Saya membatasi diri untuk mengakses media sosial				
25	Saya tidak suka diganggu saat sedang mengakses media sosial				
26	Beberapa hal yang sedang menjadi <i>trend</i> di media sosial saya praktikan dalam kehidupan sehari-hari				
27	Saya tidak tenang apabila tidak bermain media sosial lebih dari 3-4 jam				

28	Saat senggang, saya dapat menghabiskan waktu 20 menit untuk mengakses media sosial				
29	Saya bisa mengerjakan tugas sambil mengakses media sosial				
30	Saya tidak begitu mengikuti informasi yang ada di media sosial				
31	Bermain media sosial terlalu lama dapat membuang-buang waktu				
32	Saya mengakses media sosial hanya sekali dalam sehari				
33	Menghabiskan waktu dengan bermain media sosial dapat membuat hati senang				
34	Dalam seminggu, saya mengakses media sosial lebih dari 10 kali				
35	Mengakses media sosial terlalu lama dapat membuat saya bosan				
36	Saya mengakses media sosial kurang dari 5 kali dalam seminggu				
37	Saat waktu luang akan saya habiskan untuk mengakses media sosial				
38	Barang-barang yang saya gunakan kebanyakan berasal dari iklan yang saya temui di media sosial				
39	Saya mengakses media sosial saat butuh saja				
40	Saya tidak mengikuti apa yang menjadi <i>trend</i> di media sosial				

2. Skala *Tryout Body Dissatisfaction*

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya tidak menarik secara fisik				
2	Saya merasa sangat tidak nyaman dan tidak percaya diri dengan bentuk tubuh saya				
3	Saya selalu berusaha menutupi bagian-bagian tubuh saya yang tidak saya sukai dengan pakaian yang longgar dan tidak ketat				
4	Saya sangat menyukai postur tubuh saya				
5	Saya merasa sedih setiap kali melihat cermin dan melihat bentuk tubuh saya				
6	Saya selalu menampilkan diri apa adanya				
7	Saya merasa bentuk tubuh saya saat ini sudah ideal				
8	Saya sering menghindari situasi-situasi di mana saya harus memperlihatkan tubuh saya, seperti berenang atau ganti baju di depan anggota fitness lainnya				
9	Menurut saya ukuran tubuh saya terlalu besar dan tidak proporsional.				
10	Saya sangat senang bercermin karena bentuk tubuh yang ideal				
11	Saya merasa khawatir setiap kali ada orang yang memperhatikan penampilan saya				
12	Menurut saya ukuran tubuh saya sudah sesuai dengan berat badan saya				
13	Saya marah pada diri sendiri karena tidak bisa tampil lebih baik dan menarik seperti orang lain				
14	Saya tidak sungkan ketika harus ganti baju didepan rekan saya ditempat fitness				

15	Saya selalu mengkonsumsi makanan yang sehat untuk terhindar dari kegemukan				
16	Saya sangat senang apabila ada orang yang mengomentari penampilan saya				
17	Menurut saya jika berat badan naik saya tidak perlu merasa cemas				
18	Saya tidak membatasi makanan yang ingin saya konsumsi				
19	Saya sering menghindari dari aktivitas-aktivitas sosial atau situasi yang melibatkan penampilan fisik saya				
20	Menurut saya jika berat badan saya naik saya harus melakukan diet				
21	Saya sangat senang mengikuti aktivitas-aktivitas sosial				
22	Saya tidak puas dengan bentuk tubuh saya meskipun sehat dan bugar				
23	Saya tidak menarik dan tidak percaya diri dengan penampilan saya.				
24	Saya sering menghabiskan banyak waktu dan uang untuk membeli pakaian, kosmetik, atau perawatan kecantikan demi memperbaiki penampilan saya				
25	Saya sangat bangga dengan diri sendiri				
26	Saya senang berpenampilan apa adanya tanpa membandingkan dengan penampilan orang lain				
27	Menurut saya perlu banyak melakukan perubahan untuk bentuk tubuh yang ideal.				
28	Saya selalu percaya diri dengan apapun yang saya pakai				
29	Saya terobsesi untuk selalu terlihat sempurna, walau penampilan saya sudah cukup baik				

30	Saya tidak mudah terpengaruh dengan penampilan terutama mengikuti <i>trend</i> media sosial				
31	Saya puas dengan bentuk tubuh saya, karena saya tahu saya sudah berusaha untuk sehat dan bugar				
32	Tubuh saya sudah cukup ideal dan tidak perlu melakukan banyak perubahan lagi				
33	Menurut saya apapun yang sedang trending di sosial media penting untuk diikuti agar tidak ketinggalan zaman				
34	Menurut saya gaya berpakaian saya tidak modis dan selalu ketinggalan zaman				
35	Saya terkadang melakukan tindakan yang berbahaya, seperti memaksakan diri untuk berolahraga secara berlebihan atau membatasi makan, demi mencapai penampilan yang diinginkan				
36	Penampilan saya saat ini belum membuat saya nyaman dan puas secara keseluruhan				
37	Menurut saya penampilan saya tidak sebagus orang-orang di sekitar saya maupun di media sosial				
38	Saya sangat puas dan nyaman dengan penampilan saya secara keseluruhan				
39	Saya tidak akan menyiksa diri hanya untuk mendapatkan penampilan yang menarik				
40	Penampilan saya tetap bagus meskipun tidak menggunakan produk yang sama seperti yang ada di media sosial				

LAMPIRAN II

Skala Penelitian Penggunaan Media Sosial Dan *Body Dissatisfaction*

1. Skala Penelitian Penggunaan Media Sosial

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya mudah bosan saat sedang mengakses media sosial				
2.	Saya tidak begitu menikmati media sosial saat menggunakannya				
3.	Saya merasa menggunakan media sosial hanya membuang-buang waktu				
4.	Apapun kondisinya, saya menyempatkan untuk menggunakan media sosial				
5.	Saya bisa menyaring informasi yang ada di media sosial				
6.	Banyak manfaat yang saya dapatkan ketika mengakses media sosial				
7.	Mengakses media sosial bukanlah hal yang menarik bagi saya				
8.	Saya tidak begitu mengikuti informasi yang ada di media sosial				
9.	Saya suka mengikuti informasi yang saya lihat di media sosial				
10.	Beberapa hal yang sedang menjadi <i>trend</i> di media sosial saya peraktikan dalam kehidupan sehari-hari				
11.	Saya tidak tenang apabila tidak bermain media sosial lebih dari 3-4 jam				
12.	Barang-barang yang saya gunakan kebanyakan berasal dari iklan yang saya temui di media sosial				
13.	Dalam sehari saya menghabiskan waktu lebih dari 2 jam untuk mengakses media sosial				

14.	Menghabiskan waktu dengan bermain media sosial dapat membuat hati senang				
15.	Mengakses media sosial terlalu lama dapat membuat saya bosan				
16.	Saya mengakses media sosial hanya ketika waktu senggang saja				
17.	Saya mengakses media sosial hanya sekali dalam sehari				
18.	Saat waktu luang akan saya habiskan untuk mengakses media sosial				
19.	Saat senggang, saya dapat menghabiskan waktu 20 menit untuk mengakses media sosial				
20.	Dalam sehari, saya mengakses media sosial lebih dari 5 kali				
21.	Saya mengakses media sosial saat butuh saja				
22.	Saya membatasi diri untuk mengakses media sosial				
23.	Saya dapat menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengakses media sosial				
24.	Saya mengakses media sosial setiap hari				

2. Skala Penelitian *Body Dissatisfaction*

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya tidak menarik secara fisik				
2.	Saya merasa sangat tidak nyaman dan tidak percaya diri dengan bentuk tubuh saya				
3.	Saya selalu berusaha menutupi bagian-bagian tubuh saya yang tidak saya sukai dengan pakaian yang longgar dan tidak ketat				
4.	Saya sangat menyukai postur tubuh saya				
5.	Saya merasa sedih setiap kali melihat cermin dan melihat bentuk tubuh saya				
6.	Saya selalu menampilkan diri apa adanya				
7.	Saya merasa bentuk tubuh saya saat ini sudah ideal				
8.	Saya puas dengan bentuk tubuh saya, karena saya tahu saya sudah berusaha				
9.	Menurut saya ukuran tubuh saya terlalu besar dan tidak proporsional.				
10.	Saya sangat senang bercermin karena bentuk tubuh yang ideal				
11.	Saya merasa khawatir setiap kali ada orang yang memperhatikan penampilan saya				
12.	Menurut saya ukuran tubuh saya sudah sesuai dengan berat badan saya				
13.	Saya marah pada diri sendiri karena tidak bisa tampil lebih baik dan menarik seperti orang lain				
14.	Tubuh saya sudah cukup ideal dan tidak perlu melakukan banyak perubahan lagi				
15.	Menurut saya gaya berpakaian saya tidak modis dan selalu ketinggalan zaman				
16.	Saya sangat senang apabila ada orang yang mengomentari penampilan saya				
17.	Menurut saya jika berat badan naik saya tidak perlu merasa cemas				
18.	Saya terkadang melakukan tindakan yang berbahaya, seperti memaksakan diri untuk berolahraga secara berlebihan atau membatasi makan, demi mencapai penampilan yang diinginkan				

19.	Penampilan saya saat ini belum membuat saya nyaman dan puas secara keseluruhan				
20.	Menurut saya penampilan saya tidak sebagus orang-orang di sekitar saya maupun di media sosial				
21.	Saya sangat senang mengikuti aktivitas-aktivitas sosial				
22.	Saya tidak puas dengan bentuk tubuh saya meskipun sehat dan bugar				
23.	Saya tidak menarik dan tidak percaya diri dengan penampilan saya.				
24.	Saya sangat puas dan nyaman dengan penampilan saya secara keseluruhan				
25.	Saya sangat bangga dengan diri sendiri				
26.	Saya senang berpenampilan apa adanya tanpa membandingkan dengan penampilan orang lain				
27.	Penampilan saya tetap bagus meskipun tidak menggunakan produk yang sama seperti yang ada di media sosial				
28.	Saya selalu percaya diri dengan apapun yang saya pakai				
29.	Saya terobsesi untuk selalu terlihat sempurna, walau penampilan saya sudah cukup baik				
30.	Saya tidak mudah terpengaruh dengan penampilan terutama mengikuti <i>trend</i> media sosial				

LAMPIRAN III

Tabulasi Data *Tryout* Penggunaan Media Sosial

Nama	Sosmed	Aitem																																								Total	
		X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X 10	X 11	X 12	X 13	X 14	X 15	X 16	X 17	X 18	X 19	X 20	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 28	X 29	X 30	X 31	X 32	X 33	X 34	X 35	X 36	X 37	X 38	X 39	X 40		
AP	Instagram	1	4	3	1	4	3	1	3	3	4	4	3	4	3	3	2	1	3	4	3	3	2	4	3	1	4	3	4	1	3	1	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	119
AM	Tiktok	3	3	3	2	3	2	4	2	3	3	1	1	3	2	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	97
Z	Instagram	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	102
Rina	Facebook	4	4	2	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	2	1	2	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1	1	1	4	110	
Vnf	Instagram	3	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2	3	2	103	
Linemarza	Instagram	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	104
AQZ	Instagram	4	3	4	4	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	107
NN	Facebook	1	4	3	2	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	94
Tiara	Instagram	1	3	2	1	1	4	1	3	3	2	1	2	1	1	3	2	1	3	3	2	3	2	1	2	2	2	1	2	4	3	4	4	1	2	1	2	3	1	1	1	82	
Risma	Instagram	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	107	
NA	Instagram	2	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	4	3	2	2	111	
Nd	Instagram	2	4	3	2	1	3	1	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	4	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	4	2	3	2	3	1	3	3	3	2	3	99	
Halimah	Instagram	3	4	4	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	3	3	4	2	3	1	2	2	2	2	101	
V	Instagram	1	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	4	1	1	1	4	1	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	127
MS	Facebook	1	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	1	4	4	4	1	137
Ns	Instagram	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	107
N	Instagram	2	3	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	105
F	Instagram	4	3	4	4	1	3	4	2	2	4	2	1	3	3	3	1	1	3	4	2	1	2	1	2	4	4	4	3	2	1	1	2	4	4	1	1	3	2	1	4	1	101
E	Tiktok	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	105
HH	Instagram	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	3	1	1	94	
R	Tiktok	1	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	2	98
DA	Instagram	3	4	4	4	3	2	2	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	1	2	3	3	3	1	3	2	3	4	4	2	3	4	3	3	2	117	
OY	Instagram	2	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	98	
RD	Instagram	2	4	4	3	3	2	2	2	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	3	4	4	3	2	4	3	1	2	108	
Hanum	Instagram	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	90
NA	Instagram	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	101	
Vira	Instagram	3	4	3	2	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	100	
RO	Instagram	3	4	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	4	2	3	4	2	3	2	4	110	
SZ	Instagram	3	4	3	2	2	4	3	2	2	4	1	2	2	2	1	3	1	3	3	3	1	4	4	2	2	2	1	4	3	1	1	2	1	4	3	3	2	4	2	3	99	
SH	Facebook	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	98	
PNI	Instagram	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	133	
Salfira	Instagram	3	3	3	2	1	3	2	2	3	4	2	3	4	4	4	2	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	2	3	1	3	1	3	3	2	2	4	3	4	4	1	109	
Uswa	Facebook	2	4	4	4	2	2	3	2	2	3	2	1	4	4	3	2	1	4	4	4	2	3	2	2	3	4	4	4	1	2	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	109	

LAMPIRAN IV

Reliabilitas Skala Penggunaan Media Sosial Sebelum Aitem Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.852	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	103.3750	131.855	-.013	.859
X2	102.2813	126.080	.403	.847
X3	102.5625	122.125	.605	.842
X4	102.8438	120.717	.511	.843
X5	103.3750	120.371	.610	.841
X6	102.7813	131.596	.038	.854
X7	103.6250	130.887	.049	.855
X8	103.2500	133.290	-.091	.855
X9	103.0313	129.967	.204	.851
X10	102.3750	125.790	.488	.846
X11	103.1875	119.641	.695	.839
X12	103.1250	124.758	.395	.847
X13	102.6563	121.330	.673	.841
X14	102.5313	121.934	.694	.841
X15	102.6875	129.512	.174	.852
X16	103.3125	125.125	.475	.845
X17	102.9688	123.709	.421	.846
X18	102.5313	125.354	.454	.846
X19	102.8125	125.770	.227	.914
X20	102.5313	122.064	.685	.841
X21	103.2188	129.080	.178	.852
X22	103.5313	129.676	.158	.852
X23	103.4375	125.738	.288	.915
X24	103.4063	123.539	.619	.843
X25	103.3438	130.943	.053	.855
X26	102.9375	124.383	.466	.845

X27	103.0938	122.539	.525	.843
X28	102.5313	125.870	.508	.846
X29	103.6563	139.072	-.381	.865
X30	103.0938	123.636	.436	.846
X31	103.6250	137.726	-.318	.863
X32	102.7188	126.531	.401	.847
X33	102.6875	122.867	.520	.844
X34	102.6563	131.652	.020	.855
X35	103.5313	121.612	.622	.841
X36	102.9688	129.773	.129	.853
X37	102.6875	125.641	.409	.847
X38	103.0625	121.415	.535	.843
X39	103.1875	121.641	.475	.844
X40	103.3750	131.919	.011	.858

LAMPIRAN V

Reliabilitas Skala Penggunaan Media Sosial Setelah Aitem Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	24

Aitem-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach 's Alpha if Item Deleted
X 2	63.1515	103.633	.364	.914
X 3	63.4242	100.127	.558	.911
X 4	63.6970	98.655	.484	.913
X 5	64.2424	97.377	.649	.909
X 10	63.2424	102.814	.487	.912
X 11	64.0606	97.184	.710	.908
X 12	64.0000	101.063	.454	.913
X 13	63.5455	98.256	.727	.908
X 14	63.4242	99.064	.731	.908
X 16	64.2121	102.110	.492	.912
X 17	63.8788	100.360	.459	.913
X 18	63.4242	102.252	.477	.912
X 20	63.3939	99.934	.642	.910
X 24	64.3030	101.280	.590	.911

X 26	63.8485	101.008	.506	.912
X 27	64.0000	99.813	.536	.911
X 28	63.4242	103.127	.498	.912
X 30	63.9697	100.280	.479	.913
X 32	63.6061	103.621	.399	.914
X 33	63.5758	99.627	.568	.911
X 35	64.4242	98.689	.660	.909
X 37	63.6364	101.989	.412	.914
X 38	63.9697	99.405	.508	.912
X 39	64.0909	98.523	.512	.912

LAMPIRAN VI

Tabulasi Data *Tryout Body Dissatisfaction*

Nama	Sosmed	Aitem																																								Total		
		Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Y 12	Y 13	Y 14	Y 15	Y 16	Y 17	Y 18	Y 19	Y 20	Y 21	Y 22	Y 23	Y 24	Y 25	Y 26	Y 27	Y 28	Y 29	Y 30	Y 31	Y 32	Y 33	Y 34	Y 35	Y 36	Y 37	Y 38	Y 39	Y 40			
AP	Instagram	4	1	4	4	3	1	4	3	1	4	4	4	4	2	4	3	4	1	4	4	3	2	4	4	4	1	4	3	4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	3	1	3	126	
AM	Tiktok	3	3	4	1	4	2	2	4	2	2	2	3	3	2	2	1	3	1	3	3	1	2	2	4	1	1	4	1	3	1	2	1	1	4	3	3	3	2	1	1	91		
Z	Instagram	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	98		
Rina	Facebook	1	4	3	4	2	1	1	1	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	1	1	4	1	3	3	1	3	1	1	2	3	3	2	4	1	2	1	4	3	4	3	95		
Vnf	Instagram	3	2	3	2	2	1	2	4	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	97		
Linemarza	Instagram	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	100		
AQZ	Instagram	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	86		
NN	Facebook	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	112		
Tiara	Instagram	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	4	4	1	1	1	3	1	1	3	1	2	4	1	1	1	2	2	2	3	1	4	2	66		
Risma	Instagram	2	2	3	2	2	1	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	2	4	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	89	
NA	Instagram	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	1	3	2	4	1	3	4	2	3	3	2	3	3	1	3	4	1	3	3	1	105		
Nd	Instagram	1	1	1	1	1	2	1	4	1	1	1	1	1	1	4	3	2	1	1	1	4	1	1	1	4	1	1	3	1	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	62	
Halimah	Instagram	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	2	4	2	3	1	1	3	2	2	3	3	3	3	3	2	106	
V	Instagram	1	1	4	4	1	1	1	4	1	1	3	1	1	4	4	4	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	78	
MS	Facebook	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	2	4	2	1	3	1	3	4	4	4	4	3	1	1	131	
Ns	Instagram	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	93	
N	Instagram	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	85	
F	Instagram	4	3	4	1	3	2	2	4	3	1	3	1	4	2	3	2	1	1	4	3	1	4	3	4	1	1	4	2	3	1	1	2	1	3	4	4	3	2	1	2	98		
E	Tiktok	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	90		
HH	Instagram	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	4	3	1	2	3	2	3	2	1	2	2	3	4	3	3	2	2	2	102		
R	Tiktok	2	2	3	1	1	1	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	4	2	4	2	2	2	3	2	1	4	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	88	
DA	Instagram	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	3	1	2	2	2	1	1	4	1	4	1	1	1	1	4	4	4	4	1	1	1	93		
OY	Instagram	3	3	3	2	2	1	3	4	1	3	4	2	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	1	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	96	
RD	Instagram	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	4	2	3	3	2	4	1	2	2	4	1	1	3	2	1	4	1	1	1	1	2	3	2	2	1	3	1	84	
Hanum	Instagram	2	2	3	1	1	1	2	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	1	1	85			
NA	Instagram	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	92	
Vira	Instagram	2	3	3	3	3	2	3	4	1	3	4	4	1	4	4	3	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	4	1	1	2	107
RO	Instagram	2	2	2	2	2	4	4	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	124	
SZ	Instagram	4	3	3	1	1	4	2	2	1	3	2	2	4	4	3	2	4	2	3	1	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	1	4	4	3	3	1	2	2	4	110		
Sh	Facebook	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	96		
PNI	Instagram	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	2	3	2	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	130	
Salfira	Instagram	2	2	4	2	1	1	2	2	2	4	1	1	3	3	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	2	3	1	4	1	1	1	1	3	3	2	2	1	1	1	75		
Uswa	Facebook	2	3	3	3	2	2	1	4	3	2	3	1	4	2	3	1	2	1	3	3	1	3	4	3	2	1	3	2	4	1	2	2	2	4	4	3	3	2	2	1	97		

LAMPIRAN VII

Reliabilitas Skala *Body Dissatisfaction* Sebelum Aitem Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	40

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	94.1515	242.695	.660	.902
Y2	94.2121	250.485	.442	.905
Y3	93.6364	253.614	.331	.906
Y4	94.3333	248.417	.433	.905
Y5	94.3030	245.093	.591	.903
Y6	94.6970	249.655	.478	.904
Y7	94.2727	242.517	.714	.901
Y8	93.4848	254.820	.220	.908
Y9	94.5455	253.506	.325	.906
Y10	94.1818	243.653	.723	.901
Y11	93.7879	249.172	.498	.904
Y12	94.2424	242.439	.605	.902
Y13	94.1212	242.922	.601	.902
Y14	93.8182	265.403	-.145	.912
Y15	93.6970	269.593	-.332	.913
Y16	94.2121	251.110	.417	.905
Y17	94.2727	242.205	.640	.902
Y18	94.3333	252.792	.282	.907
Y19	93.7576	256.314	.186	.908
Y20	93.7273	258.830	.078	.910
Y21	94.6667	248.042	.501	.904
Y22	94.2121	239.297	.762	.900
Y23	94.0000	236.187	.837	.899
Y24	93.3939	261.559	-.003	.910
Y25	94.8788	247.360	.552	.903
Y26	94.6970	243.530	.611	.902

Y27	93.4545	255.193	.268	.907
Y28	94.5758	243.377	.696	.901
Y29	93.6364	250.489	.439	.905
Y30	94.3333	251.229	.322	.906
Y31	94.6970	252.155	.398	.905
Y32	94.2424	243.377	.618	.902
Y33	94.3333	265.979	-.151	.913
Y34	94.1515	247.508	.447	.905
Y35	93.8182	247.653	.459	.904
Y36	93.9091	241.835	.674	.901
Y37	93.8182	244.216	.604	.902
Y38	94.5152	243.820	.680	.902
Y39	94.6364	261.426	-.006	.911
Y40	94.6970	249.280	.468	.904

LAMPIRAN VIII

Reliabilitas Skala *Body Dissatisfaction* Setelah Aitem Gugur

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	30

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	67.0303	223.093	.674	.934
Y2	67.0909	229.898	.487	.936
Y3	66.5152	233.570	.347	.937
Y4	67.2121	228.860	.435	.937
Y5	67.1818	225.091	.617	.935
Y6	67.5758	230.252	.473	.936
Y7	67.1515	223.508	.704	.934
Y9	67.4242	233.627	.333	.938
Y10	67.0606	224.121	.734	.933
Y11	66.6667	229.479	.506	.936
Y12	67.1212	222.672	.624	.934
Y13	67.0000	222.563	.641	.934
Y16	67.0909	232.523	.374	.937
Y17	67.1515	223.633	.616	.935
Y21	67.5455	227.693	.537	.935
Y22	67.0909	220.898	.735	.933
Y23	66.8788	217.172	.839	.932
Y25	67.7576	228.064	.546	.935
Y26	67.5758	224.064	.618	.935
Y28	67.4545	224.381	.684	.934
Y29	66.5152	230.445	.460	.936
Y30	67.2121	231.922	.312	.938
Y31	67.5758	231.877	.428	.937
Y32	67.1212	225.422	.569	.935

Y34	67.0303	226.905	.487	.936
Y35	66.6970	228.655	.443	.937
Y36	66.7879	222.360	.684	.934
Y37	66.6970	223.655	.652	.934
Y38	67.3939	224.496	.682	.934

LAMPIRAN IX

Tabulasi Data Penelitian Penggunaan Media Sosial

NO	Nama	Umur	Aitem																								Total X
			X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	
1	Angel	23	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	2	1	2	3	3	4	3	3	3	4	3	73
2	IF	22	2	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	3	1	2	4	3	3	3	3	2	2	3	72
3	PS	19	1	1	2	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	2	1	1	4	2	3	2	2	2	4	65
4	DM	23	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
5	PJ	26	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	81
6	WHA	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	66
7	YSZ	21	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	66
8	Az	28	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	4	1	1	3	2	58
9	N	25	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	4	3	2	2	3	3	63
10	As	25	2	1	2	3	4	3	2	1	4	4	3	3	3	3	1	2	1	4	4	4	1	2	3	2	62
11	M	25	2	3	3	2	4	4	3	1	2	2	2	3	4	3	1	1	2	4	3	2	1	2	1	3	58
12	RH	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	93
13	LM	19	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	88
14	Rt	22	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	65
15	R	21	3	4	3	1	4	4	4	4	4	1	1	1	4	1	1	1	4	4	4	4	1	1	1	4	64
16	A	22	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	1	4	4	1	1	4	4	75
17	CR	22	3	3	2	3	3	4	3	2	2	2	3	1	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	64
18	Nur	21	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	4	72
19	A	21	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	1	1	4	1	1	4	4	1	1	4	66
20	Ns	21	1	4	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	1	1	4	4	4	1	1	1	1	4	63
21	D	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	1	1	4	84
22	MN	30	1	1	1	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	1	1	3	4	4	4	2	1	4	4	70
23	DP	23	3	4	3	3	4	4	3	4	4	2	2	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	81
24	N	21	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	75
25	UA	21	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	1	1	4	4	78
26	Zf	22	2	3	3	2	4	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	3	3	2	2	2	2	3	62
27	Mesita	21	2	2	3	4	4	4	3	2	3	1	3	2	3	2	1	1	3	3	3	3	2	2	2	4	62
28	HR	22	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	2	1	2	2	3	3	3	1	2	1	4	70
29	UA	22	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	1	2	1	2	1	1	3	2	4	3	3	1	1	4	62
30	Salfira	38	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	1	4	4	4	1	2	4	78
31	RA	22	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	65
32	MS	45	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	4	4	4	2	2	2	3	4	73
33	RJ	24	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	1	3	4	4	1	2	4	4	79

34	CM	27	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	82
35	RDK	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	78
36	RA	22	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	1	2	3	3	4	3	2	2	2	3	69
37	RD	32	3	3	1	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	1	3	4	4	4	3	3	4	4	4	80
38	AF	21	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	1	3	2	1	2	2	2	3	3	1	2	1	1	3	61
39	RP	19	2	2	3	3	3	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	3	3	56
40	GN	28	2	2	1	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	62
41	UH	21	2	2	1	4	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	1	1	4	1	3	4	1	1	3	3	61
42	Gustia	20	2	3	2	3	4	4	2	3	3	3	2	4	4	3	1	1	1	2	3	4	1	1	4	4	64
43	NH	20	4	4	4	3	3	3	3	3	4	1	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	1	3	4	4	78
44	Riza	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	67
45	DI	22	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	1	2	4	2	3	3	2	3	3	4	76
46	C	24	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	4	1	2	3	3	66
47	Faz	22	3	3	1	4	4	4	4	3	3	1	1	1	2	1	1	2	4	1	3	3	2	2	3	3	59
48	P	26	3	3	2	1	3	4	3	3	3	3	1	2	3	3	2	1	3	3	4	4	2	3	3	3	65
49	O	25	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	4	4	3	2	3	3	4	75
50	Tia	37	3	3	1	1	4	3	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	1	2	50
51	Rey	21	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	72
52	RA	27	2	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	2	1	1	3	2	2	2	2	3	1	3	55
53	Bella	35	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	72
54	RY	24	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	63
55	Tama	27	2	3	2	2	4	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	1	2	2	3	57
56	COH	28	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	85
57	YS	23	2	2	2	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	3	1	1	4	3	3	1	2	3	4	70
58	YA	22	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	55
59	W	21	1	2	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	67
60	DY	21	3	3	2	4	3	4	4	2	2	3	2	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	76
61	AAP	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	65
62	IN	25	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	68
63	SK	23	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	51
64	Zw	22	2	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	62
65	OY	32	1	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	59
66	AK	21	2	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	2	3	1	2	3	4	3	3	2	3	3	4	71
67	NH	20	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	67
68	H	21	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	61
69	NK	24	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	2	1	1	3	3	2	3	3	2	3	3	64
70	Yunita	20	1	2	2	4	4	4	1	1	2	4	4	1	2	2	4	3	3	2	3	4	2	2	4	4	65
71	Sb	20	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	64
72	F	25	3	3	3	2	4	4	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	2	2	1	2	2	55
73	MPA	20	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	4	3	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4	71

74	NS	30	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	4	4	3	2	3	3	75
75	Rida	25	3	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	62
76	C	30	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	62
77	Erin	21	2	4	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	4	68
78	MH	28	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	4	2	3	2	4	67
79	NF	28	1	1	2	2	3	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	52
80	Elvi	24	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	71
81	Ro	31	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	1	4	3	4	4	70
82	PA	37	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	4	71
83	PS	25	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	68
84	T	20	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	64
85	AO	19	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	64
86	MS	45	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	1	3	3	2	3	2	2	2	4	4	4	4	67
87	SM	23	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	67
88	LNA	19	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	65
89	NS	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
90	PR	29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
91	TNB	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	93
92	LN	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
93	RR	35	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	1	4	4	80
94	Tiara	22	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	70
95	FA	23	2	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	4	3	2	2	2	3	59
96	S	21	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	1	3	3	2	1	4	3	3	3	2	3	3	3	69
97	Iyana	22	2	3	4	2	4	4	4	1	3	3	2	3	3	3	1	1	3	4	3	3	2	2	3	3	66
98	Sa	22	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	66
99	TD	29	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	86
100	YM	32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	88

LAMPIRAN X

Tabulasi Data Penelitian *Body Dissatisfaction*

NO	Nama	Umur	Aitem																														Total Y	
			Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Y 12	Y 13	Y 14	Y 15	Y 16	Y 17	Y 18	Y 19	Y 20	Y 21	Y 22	Y 23	Y 24	Y 25	Y 26	Y 27	Y 28	Y 29	Y 30		
1	A	23	1	1	2	1	1	3	1	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	3	3	2	3	3	58	
2	IF	22	2	3	4	2	2	2	2	2	2	1	4	1	3	3	2	2	4	3	4	4	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	77	
3	PS	19	4	3	4	1	4	1	1	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	4	4	1	2	2	1	1	1	1	4	1	67			
4	DM	23	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	74		
5	PJ	26	1	3	3	3	2	2	3	2	3	2	4	4	3	1	3	4	1	4	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	64		
6	WH	22	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	72		
7	YSZ	21	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	74	
8	Az	28	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	4	1	4	2	3	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	1	2	1	3	2	78	
9	N	25	2	2	2	1	4	1	2	2	3	2	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	1	3	2	3	3	2	2	3	2	69		
10	As	25	3	3	3	2	3	2	2	1	4	1	3	2	3	2	4	1	1	3	3	4	2	3	4	1	1	1	1	3	2	69		
11	M	25	2	2	3	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	4	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	43	
12	RH	32	3	2	4	4	4	2	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	2	3	1	1	4	4	96	
13	LM	19	3	3	3	4	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	3	4	4	4	3	4	3	1	4	99	
14	Rt	22	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	3	1	1	4	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	42	
15	R	21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	42	
16	A	22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	39
17	CR	22	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	51	
18	Nur	21	3	3	3	3	3	2	3	1	4	2	3	2	1	4	1	3	3	2	2	3	2	3	3	2	1	1	2	2	4	4	75	
19	A	21	1	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	1	1	4	1	4	1	1	1	4	1	4	84	
20	Ns	21	1	1	1	4	1	4	4	4	4	1	4	1	4	4	1	4	4	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4	1	4	78	
21	D	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1	4	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	4	4	1	4	93	
22	MN	30	3	4	4	1	3	1	1	1	4	1	4	1	4	1	4	2	2	4	4	1	1	4	4	2	1	2	2	1	3	1	71	
23	DP	23	2	1	1	1	1	2	3	1	1	3	3	4	1	4	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	4	1	53	
24	N	21	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	1	4	1	4	1	4	4	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	1	4	4	75	
25	UA	21	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	4	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	57	
26	Zf	22	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	1	2	2	2	1	1	4	2	2	3	2	2	68		
27	Mesita	21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	42	
28	HR	22	1	1	4	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	43	
29	UA	22	1	1	1	2	2	1	2	2	1	3	3	2	1	2	1	2	2	3	1	1	2	2	2	1	1	1	1	3	2	50		
30	Salfir	38	2	3	4	1	1	1	2	1	1	2	4	1	1	2	3	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	50	
31	RA	22	2	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	3	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	70	

32	MS	45	4	3	3	4	4	2	3	3	4	1	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	2	4	3	3	1	2	3	1	4	3	91	
33	RJ	24	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	4	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	1	49	
34	CM	27	3	4	4	3	3	3	2	1	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	1	1	2	2	3	3	3	92	
35	RDK	32	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	46		
36	RA	22	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	71		
37	RD	32	2	3	4	1	4	1	1	1	2	3	2	3	2	4	1	4	4	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	68		
38	AF	21	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	42	
39	RP	19	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	79		
40	GN	28	2	2	4	1	2	1	2	1	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	1	3	2	60
41	UH	21	2	3	1	2	2	1	2	1	1	3	4	3	1	3	1	3	4	1	4	3	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	58	
42	Gustia	20	2	3	4	1	3	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	4	3	4	2	3	3	1	1	1	1	1	3	1	57	
43	NH	20	4	4	4	3	3	1	1	1	3	3	4	4	4	3	4	4	1	1	1	1	4	1	4	4	3	3	4	4	4	88		
44	Riza	23	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	63	
45	DI	22	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	47
46	C	24	3	2	2	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	3	1	58	
47	Faz	22	3	3	3	4	1	2	4	3	4	3	1	4	1	4	2	3	4	1	4	3	2	1	1	2	1	1	1	1	4	1	72	
48	P	26	2	3	2	2	2	2	3	3	1	2	2	3	1	3	2	3	3	2	4	3	3	2	2	2	1	3	1	2	3	3	70	
49	O	25	2	2	2	1	2	2	1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	3	4	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	4	2	58	
50	Tia	37	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1	1	2	2	1	54	
51	Rey	21	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	1	1	2	3	2	70	
52	RA	27	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	66	
53	Bella	35	2	1	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	1	3	1	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	52	
54	RY	24	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	76	
55	Tama	27	3	3	3	3	2	1	3	2	1	3	2	2	2	3	1	2	1	1	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	57	
56	COH	28	4	4	3	4	4	1	1	1	4	1	3	4	4	2	4	3	2	4	2	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	92	
57	YS	23	3	3	3	1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	72	
58	YA	22	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	67	
59	W	21	4	4	4	1	4	1	1	1	4	1	4	1	4	1	1	4	4	4	1	4	4	1	1	1	1	1	2	4	1	73		
60	Des	21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	3	1	2	3	2	2	1	3	2	3	2	2	2	2	64	
61	AAP	21	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	72	
62	IN	25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	52	
63	SK	23	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	63	
64	Zw	22	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	57	
65	OY	32	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	69	
66	AK	21	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	4	2	81		
67	NH	20	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	67	
68	H	21	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	68	
69	NK	24	1	2	3	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	2	2	1	1	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	44	
70	Yunita	20	4	2	4	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	1	3	2	76	

71	Sb	20	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	69		
72	F	25	1	2	2	2	1	1	3	2	1	2	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	50	
73	MPA	20	3	3	3	2	2	1	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	4	3	2	3	2	2	1	1	1	2	2	3	2	75	
74	NS	30	2	2	3	1	2	2	3	1	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	61		
75	Rida	25	3	1	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	56		
76	C	30	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1	1	4	4	4	1	4	3	2	2	2	2	2	3	1	74		
77	Erin	21	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	79		
78	MH	28	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	57	
79	NF	28	3	2	4	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	62	
80	Elvi	24	2	2	2	3	2	1	3	2	2	3	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	56	
81	Ro	31	2	2	2	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	4	4	85		
82	PA	37	2	2	4	1	2	1	3	1	2	1	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	4	2	60	
83	PS	25	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	62		
84	T	20	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	70		
85	AO	19	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	4	1	58	
86	MS	45	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	1	3	4	1	1	1	4	2	1	2	1	1	1	1	2	2	68	
87	SM	23	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	62	
88	Lna	19	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	82	
89	NS	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	114	
90	PR	29	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
91	TNB	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	119	
92	LN	30	4	4	4	4	4	4	1	1	2	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	103
93	RR	35	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	2	4	104	
94	Tiara	22	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	64	
95	FA	23	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	62	
96	S	21	3	2	3	2	1	1	2	2	1	2	3	2	1	3	2	2	2	1	3	3	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	55	
97	Iyana	22	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	39	
98	Sa	22	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	4	1	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	55	
99	TD	29	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	3	3	4	3	106	
100	YM	32	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	114	

LAMPIRAN XI

KATEGORISASI DATA PENELITIAN

Kategorisasi Penggunaan Media Sosial

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	10	10.0	10.0	10.0
	Sedang	74	74.0	74.0	84.0
	Tinggi	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kategorisasi *Body Dissatisfaction*

		Kategori			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	12	12.0	12.0	12.0
	Sedang	74	74.0	74.0	86.0
	Tinggi	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN XII**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	14.69109288
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.043
	Negative	-.099
Kolmogorov-Smirnov Z		.990
Asymp. Sig. (2-tailed)		.281
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

LAMPIRAN XIII**Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	20344.781	33	616.509	3.636	.000
		Linearity	10168.717	1	10168.717	59.971	.000
		Deviation from Linearity	10176.064	32	318.002	1.875	.016
	Within Groups		11190.929	66	169.560		
	Total		31535.710	99			

LAMPIRAN XIV

Hasil Uji Korelasi

Correlations			
		Y	X
Pearson Correlation	Y	1.000	.568
	X	.568	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000
	X	.000	.
N	Y	100	100
	X	100	100

LAMPIRAN XV

Hasil Uji Regresi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10168.717	1	10168.717	46.639	.000 ^b
	Residual	21366.993	98	218.031		
	Total	31535.710	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.568 ^a	.322	.316	14.76586	.322	46.639	1	98	.000

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial X

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.915	10.522		-.277	.782
	X	1.028	.151	.568	6.829	.000

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN XVI

SK Pembimbing



SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
NOMOR: 013/UM.M6/KEP/F/2024

TENTANG

PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI TAHUN AKADEMIK 2023-2024
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI

- Menimbang : 1. Bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi mahasiswa pada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dipandang perlu menunjuk pembimbing Skripsi Mahasiswa Tahun Akademik 2023-2024;
2. Bahwa namanya yang tercantum dalam surat keputusan ini dianggap cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan pembimbing Skripsi Mahasiswa.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012, Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia;
3. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
4. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 6007/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/VI/2021 Menyatakan Bahwa Program Studi Sarjana Psikologi Unmuha Terakreditasi Dengan Peringkat B;
5. Surat Keputusan Rektor Unmuha Nomor : 494/UM.M/KEP/D/2020 Tanggal 29 Rabiul Akhir 1442 H/ 14 Desember 2020 M Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Psikologi Unmuha Masa Jabatan 2020-2024.
- Memperhatikan Keputusan tim penguji proposal skripsi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh pada bulan Januari 2024

MEMUTUSKAN

- Menetapkan :
Pertama **Menunjuk Saudara;**
Syarifah Zainab, M.Si
Julia aridhona, M.Si
Untuk Membimbing Skripsi:
Nama : Cut Sri Wahyuni
NPM : 2009110061
Prodi : Psikologi
Judul : Pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap *Body Dissatisfaction* pada Wanita Anggota banda *Fitness Center*
- Kedua : Kepada pembimbing yang tercantum di atas berwenang untuk membimbing Skripsi Mahasiswa dan diberi honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- Ketiga : Surat Keputusan pembimbing ini berlaku hanya satu tahun, terhitung sejak tanggal ditetapkan.
- Keempat : Segala sesuatu akan diperbaiki dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh,
Pada Tanggal : 17 Sya'ban 1445 H
27 Februari 2024 M



Dekan,
Barr mawi, M.Si
NIK: 19700103 200609 1 001

Tembusan:
1. Biro Keuangan & Bendahara
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip

LAMPIRAN XVII

Surat Izin Penelitian Banda Fitness Center



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS PSIKOLOGI

Status Akreditasi "B" No. 6007/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/VI/2021

Jl. Muhammadiyah No. 91 Batoh, Lueng Bata

Telp. 085225961113, Banda Aceh - 23245

Email : psikologi@unmuha.ac.id | Homepage : www.psikologi.unmuha.ac.id

Nomor : 337/UM.M6/F/2024
 Lampiran : -
 Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth,
Manager Banda Fitness Center

Di -
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Berdasarkan surat permohonan tanggal 11 Juni 2024, atas nama :

Nama : Cut Sri Wahyuni
 NPM : 2009110061
 Semester : VIII (delapan)
 Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction*
 Pada Wanita Anggota Fitness

Dengan ini kami sampaikan bahwa yang bersangkutan benar sedang dalam proses penyusunan Skripsi di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Untuk itu, melalui surat ini kami mohon agar diberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk memperoleh data di Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 06 Dzulhijjah 1445 H
 13 Juni 2024 M


 Dekan,
 Sulhan Karim, M.Si

LAMPIRAN XVIII

Surat Izin Penelitian Megafit Training Zone



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS PSIKOLOGI

Status Akreditasi "B" No. 6007/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/VI/2021

Jl. Muhammadiyah No. 91 Batoh, Lueng Bata

Telp. 085225961113, Banda Aceh - 23245

Email : psikologi@unmuha.ac.id | Homepage : www.psikologi.unmuha.ac.id

Nomor : 337/UM.Ms/F/2024
 Lampiran : -
 Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth,
Owner Megafit Training Zone

Di -
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Berdasarkan surat permohonan tanggal 11 Juni 2024, atas nama :

Nama : Cut Sri Wahyuni
 NPM : 2009110061
 Semester : VIII (delapan)
 Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction*
 Pada Wanita Anggota Fitness

Dengan ini kami sampaikan bahwa yang bersangkutan benar sedang dalam proses penyusunan Skripsi di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Untuk itu, melalui surat ini kami mohon agar diberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk memperoleh data di Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 06 Dzulhijjah 1445 H
 13 Juni 2024 M


 Suher Karim, M.Si

LAMPIRAN XIX

Surat Balasan Izin Penelitian Banda Fitness Center

**BANDA FITNESS CENTER**

Neusu Jaya, Kec. Baiturrahman, Kota Banda Aceh, Aceh 23116

Nomor : -

Banda Aceh, 10 Juli 2024

Hal : **Selesai Pengambilan Data Skripsi**

Kepada Yth,
**Dekan Fakultas Psikologi Universitas
 Muhammadiyah Aceh**
 di-

Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat Bapak/Ibu Nomor : 377/UM.M6/F/2024 Perihal permohonan pengambilan data skripsi atas nama:

Nama : Cut Sri Wahyuni

NPM : 2009110061

Program Studi : S1 Psikologi

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *BODY DISSATISFACTION* PADA WANITA ANGGOTA FITNESS**

Kami jelaskan bahwa yang namanya tersebut diatas telah selesai melakukan penelitian dan pengambilan data penelitian di Banda Fitness Center terhitung mulai tanggal 01 Juli 2024 s/d 10 Juli 2024 untuk memperoleh data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Wanita Anggota Fitness**"

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Banda Fitness Center

Owner

LAMPIRAN XX

Surat Balasan Izin Penelitian Megafit Training Zone



MEGAFIT TRAINING ZONE

Jl. Dr. Mr. Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan Desa, Blang Cut, Kec. Lueng Bata, Kota Banda Aceh, Aceh 23127

Nomor : -

Banda Aceh, 10 Juli 2024

Hal : **Selesai Pengambilan Data Skripsi**

Kepada Yth,
**Dekan Fakultas Psikologi Universitas
 Muhammadiyah Aceh**
 di-

Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat Bapak/Ibu Nomor : 377/UM.M6/F/2024 Perihal permohonan pengambilan data skripsi atas nama:

Nama : Cut Sri Wahyuni

NPM : 2009110061

Program Studi : S1 Psikologi

Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *BODY DISSATISFACTION* PADA WANITA ANGGOTA FITNESS**

Kami jelaskan bahwa yang namanya tersebut diatas telah selesai melakukan penelitian dan pengambilan data penelitian di Megafit Training Zone terhitung mulai tanggal 01 Juli 2024 s/d 10 Juli 2024 untuk memperoleh data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Wanita Anggota Fitness”

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Megafit Training Zone

Koordinator



LAMPIRAN XXI**BIODATA PENULIS****A. PENULIS**

Nama : Cut Sri Wahyuni
Tempat dan Tanggal Lahir : Trans Jerнге, 23 April 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan / Suku : Indonesia / Aceh
Alamat : Simeulue
Pekerjaan : Mahasiswa

B. ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Ahmad Nurdin, S.Pd
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil (PNS)
Nama Ibu : Mila Sumiati
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Simeulue

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

SD Negeri 12 Simeulue Barat : 2008-2014
SMP Negeri 4 Simeulue Barat : 2014-2017
SMA Negeri 4 Simeulue Barat : 2017-2020