

**KORELASI ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN
TINGKAT BODY IMAGE DISSATISFACTION PADA MAHASISWI FISH UNJ
ANGKATAN 2023–2025**

Vytha Aulia Dasuki¹, Fadhel Zidni Ilman², Lutfiah Maulita Putri³, Astried Yusriah⁴,
Bagas Rizki Dwi Cahyo⁵, Fauziah Andini Fajar Ayu⁶,

Muhammad Zamyal Abqorie Hisaan Khwaza Bandagie⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta,

(Corresponding Author): ¹vytha.aulia@mhs.unj.ac.id

ABSTRACT

This study aimed to examine the relationship between social media use intensity and body image dissatisfaction among female students of the Faculty of Social Sciences and Law, Universitas Negeri Jakarta, from the 2023–2025 cohorts. The study was motivated by the increasing use of social media, which has intensified exposure to appearance-related content and beauty standards that may influence individuals' perceptions of their own bodies. A quantitative approach with a correlational method and a cross-sectional design was employed. A total of 111 respondents were selected using a simple random sampling technique. Data were collected using two instruments: a Social Media Use Intensity Questionnaire developed based on the Uses and Gratifications Theory and the Body Shape Questionnaire (BSQ-8). The social media use intensity instrument was tested prior to data collection, resulting in 10 valid items with excellent reliability (Cronbach's Alpha = 0.884). Data analysis was conducted using the Kolmogorov–Smirnov normality test, followed by the Pearson Product Moment correlation test. The findings revealed a significant positive relationship between social media use intensity and body image dissatisfaction ($r = 0.509$, $p < 0.001$). Furthermore, the coefficient of determination indicated that social media use intensity accounted for 25.9% of the variance in body image dissatisfaction, while the remaining 74.1% was explained by other factors beyond the scope of this study. These findings suggest that higher levels of social media use are associated with greater body image dissatisfaction among female university students. Therefore, strengthening digital literacy and promoting self-acceptance are important strategies to reduce the negative psychological effects of appearance-related content on social media.

Keywords: body image dissatisfaction; female university students; social media use intensity

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan body image dissatisfaction pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta angkatan 2023–2025. Latar belakang penelitian didasarkan pada meningkatnya penggunaan media sosial yang memperbesar paparan terhadap konten mengenai penampilan fisik dan standar kecantikan, sehingga berpotensi memengaruhi persepsi individu terhadap citra tubuhnya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional* dan metode korelasional. Sebanyak 111 mahasiswi dipilih sebagai responden melalui teknik simple random sampling. Data dikumpulkan menggunakan dua instrumen, yaitu kuesioner intensitas penggunaan media sosial yang disusun berdasarkan teori *Uses and Gratifications* serta *Body Shape Questionnaire* (BSQ-8). Instrumen intensitas penggunaan media sosial telah melalui uji kualitas dengan menghasilkan 10 butir pernyataan yang valid dan memiliki reliabilitas sangat tinggi (Cronbach's Alpha = 0,884). Analisis data dilakukan menggunakan uji normalitas Kolmogorov–Smirnov dan dilanjutkan dengan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dan *body image dissatisfaction* ($r = 0,509$; $p < 0,001$). Besarnya kontribusi intensitas penggunaan media sosial terhadap *body image dissatisfaction* ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 25,9%, sedangkan 74,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan intensitas penggunaan media sosial cenderung diikuti oleh meningkatnya ketidakpuasan terhadap citra tubuh pada mahasiswi. Oleh karena itu, penguatan literasi digital serta penerimaan diri diperlukan untuk meminimalkan dampak negatif paparan konten media sosial terhadap citra tubuh.

Kata Kunci: body image dissatisfaction; intensitas penggunaan media sosial; mahasiswi.

A. Pendahuluan

Tren penggunaan media sosial memperlihatkan peningkatan yang berkelanjutan, khususnya di kalangan generasi muda dari tahun ke tahun. We Are Social dan Meltwater (2025) melaporkan bahwa Indonesia memiliki sekitar 143 juta pengguna media sosial aktif, atau lebih dari separuh populasi, dengan kelompok usia 18-24 tahun tercatat sebagai pengguna paling aktif dan rata-rata durasi penggunaan lebih dari tiga jam per hari. Frekuensi penggunaan media sosial yang tinggi menunjukkan bahwa platform tersebut telah menjadi salah satu aspek yang melekat dalam kehidupan mahasiswa (Rahmah *et al.*, 2025). Data APJII (2024) juga menegaskan bahwa rata-rata durasi penggunaan media sosial di Indonesia mencapai sekitar tiga jam empat belas menit per hari, dengan kelompok usia 18-34 tahun disertai perempuan sebagai proporsi terbesar penggunaanya.

Seiring berkembangnya, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, melainkan juga menjadi ruang yang dipenuhi konten visual mengenai penampilan fisik dan standar kecantikan (Utami *et al.*, 2025).

Algoritma platform yang cenderung memperkuat konten populer membuat pengguna semakin sering terpapar standar kecantikan yang homogen dan tidak realistis (Mufidah *et al.*, 2025), sehingga mendorong individu menginternalisasi ideal tubuh tersebut sebagai patokan dalam menilai tubuhnya sendiri (Azzuhurf *et al.*, 2025). Tinjauan sistematis yang dilakukan oleh Jiotsa *et al.* (2021) menemukan bahwa semakin sering seseorang membandingkan penampilannya dengan figur yang diikuti di media sosial, semakin tinggi pula tingkat ketidakpuasan terhadap tubuh yang dimiliki.

Fenomena tersebut menjadi perhatian karena *body image dissatisfaction* merupakan salah satu masalah psikologis yang banyak dialami oleh perempuan usia dewasa awal (Anjela & Ambarwati, 2022). *Body image dissatisfaction* merujuk pada evaluasi negatif seseorang terhadap bentuk, ukuran, maupun penampilan tubuhnya sendiri, yang dapat berdampak pada rendahnya kepercayaan diri dan meningkatnya kecenderungan gangguan psikologis lain (Grogan, 2017). Kondisi ini tidak berdiri sendiri, melainkan dijelaskan melalui interaksi berbagai komponen

persepsi, afeksi, kognisi, dan perilaku individu terhadap tubuhnya (Cash & Pruzinsky, 2002), yang juga dapat berkembang menjadi kecenderungan gangguan citra tubuh yang lebih serius apabila tidak ditangani (Islamiyah *et al.*, 2023).

Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *body image dissatisfaction* telah dibuktikan dalam berbagai penelitian. Meta-analisis yang dilakukan oleh Yue *et al.* (2023) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki korelasi positif yang signifikan dengan ketidakpuasan citra tubuh pada remaja dan dewasa muda. Semakin tinggi frekuensi penggunaan media sosial dan keterlibatan individu dalam aktivitas yang berfokus pada penampilan, semakin tinggi pula risiko munculnya persepsi negatif terhadap tubuh sendiri (Jihan, 2025). Penelitian Fioravanti *et al.* (2022) turut menunjukkan bahwa penggunaan Instagram secara intensif berkaitan dengan meningkatnya kecenderungan melakukan perbandingan sosial dan menurunnya kepuasan terhadap penampilan diri, sejalan dengan temuan Muhtar *et al.* (2022) pada mahasiswa di Kota Makassar.

Fenomena ini relevan pula pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FISH) Universitas Negeri Jakarta. Sebagai bagian dari generasi digital, mahasiswi FISH aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk kebutuhan akademik, komunikasi, hiburan, maupun pencarian informasi. Berdasarkan observasi awal, sebagian besar mahasiswi FISH angkatan 2023-2025 menggunakan media sosial secara rutin dengan durasi yang relatif tinggi setiap harinya, sehingga berpotensi memengaruhi persepsi mereka terhadap tubuh sendiri. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *body image dissatisfaction* pada mahasiswi berlatar belakang ilmu sosial dan hukum masih sangat terbatas, sehingga penelitian ini memiliki posisi yang relatif orisinal dalam mengisi kesenjangan tersebut.

Secara teoretis, hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui Teori Perbandingan Sosial yang dikemukakan oleh Festinger (1954), yang menyatakan bahwa individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi dirinya dengan

membandingkan diri terhadap orang lain, terutama ketika tidak tersedia standar objektif. Dalam konteks media sosial, perbandingan ke atas (*upward comparison*) terjadi ketika mahasiswi membandingkan penampilan fisiknya dengan figur ideal yang ditampilkan influencer atau selebritas, yang seringkali merupakan hasil manipulasi digital (Fardouly & Vartanian, 2022). Teori Uses and Gratifications (Katz *et al.*, 1973) melengkapi penjelasan tersebut dengan menegaskan bahwa mahasiswi secara aktif memilih menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, dan identitas sosial, sehingga tanpa disadari menempatkan diri pada situasi yang rentan terhadap perbandingan penampilan yang merugikan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) tingkat intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswi FISH UNJ angkatan 2023-2025; (2) tingkat *body image dissatisfaction* yang dialami; dan (3) ada tidaknya korelasi yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan antara intensitas

penggunaan media sosial dengan tingkat *body image dissatisfaction* pada mahasiswi FISH UNJ angkatan 2023-2025. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan kajian psikologi media serta menjadi dasar penyusunan program pendampingan literasi digital dan penerimaan diri bagi mahasiswi di lingkungan kampus.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional serta desain *cross-sectional*. Pendekatan ini dianggap sesuai karena hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan tingkat *body image dissatisfaction* dapat diukur secara objektif dalam bentuk data numerik yang diolah menggunakan uji statistik (Creswell & Creswell, 2018). Metode korelasional dipilih untuk melihat apakah terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut, sekaligus mengetahui kekuatan dan arah hubungannya, tanpa disertai perlakuan atau manipulasi terhadap variabel yang diteliti (Sugiyono, 2019). Adapun desain *cross-sectional* digunakan karena seluruh data responden dikumpulkan dalam satu

periode waktu saja (Creswell & Creswell, 2018). Proses pengumpulan data berlangsung pada Juni 2026 dengan responden mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FISH) Universitas Negeri Jakarta angkatan 2023–2025. Data dikumpulkan sepenuhnya secara daring melalui kuesioner digital yang disebarakan kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian.

Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswi aktif FISH UNJ angkatan 2023–2025 yang tergolong dalam rentang usia dewasa awal dan aktif menggunakan media sosial. Pemilihan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*, mengingat karakteristik populasi relatif homogen. Melalui teknik ini, setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden karena proses seleksinya dilakukan secara acak (Sugiyono, 2019). Berdasarkan pedoman Hair *et al.* (2019), penelitian kuantitatif dengan analisis statistik sederhana idealnya melibatkan minimal 100 responden agar hasil analisis cukup akurat dan stabil. Merujuk pada hal tersebut, penelitian ini menetapkan jumlah sampel minimal 100 responden yang diambil secara acak

dari populasi yang telah ditentukan, dan pada akhirnya diperoleh 111 responden.

Kuesioner sebagai instrumen utama penelitian terbagi menjadi dua bagian. Bagian A dirancang untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial (Variabel X), disusun berdasarkan kerangka Uses and Gratifications Theory (Katz *et al.*, 1973) dan mengacu pada indikator Amoah *et al.* (2021), yang meliputi lima dimensi: frekuensi akses, durasi penggunaan, jenis platform, jenis konten, dan keterlibatan emosional. Bagian B mengukur *body image dissatisfaction* (Variabel Y) menggunakan adaptasi Body Shape Questionnaire versi pendek (BSQ-8) yang dikembangkan oleh Luck-Sikorski *et al.* (2019). Kedua bagian instrumen menggunakan skala Likert lima poin yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing variabel.

Tabel 1. Skala Pengukuran Variabel X (Intensitas Penggunaan Media Sosial)

Skor	Kategori Jawaban
1	Tidak Pernah
2	Jarang
3	Kadang-Kadang
4	Sering
5	Sangat Sering

Sumber: Diolah berdasarkan Likert (1932) dan Sugiyono (2019)

Sebelum digunakan dalam penelitian utama, instrumen Bagian A lebih dahulu diujicobakan kepada 30 responden di luar sampel penelitian guna memastikan kelayakannya sebagai alat ukur. Pengujian validitas tiap butir pernyataan dilakukan dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, dengan kriteria butir dinyatakan valid jika nilai r hitung melebihi r tabel pada taraf signifikansi 5% (Sugiyono, 2019). Adapun reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, dengan nilai $\geq 0,70$ dijadikan patokan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang memadai (Hair et al., 2019). Instrumen BSQ-8 pada Bagian B tidak diuji ulang validitas maupun reliabilitasnya karena kualitas psikometriknya telah terbukti baik pada penelitian sebelumnya; penyesuaian hanya dilakukan pada uji

keterbacaan dan penyelarasan bahasa (Luck-Sikorski *et al.*, 2019).

Data yang terkumpul selanjutnya diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Analisis diawali dengan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, dilanjutkan dengan uji normalitas melalui metode Kolmogorov Smirnov untuk menentukan teknik korelasi yang tepat digunakan. Jika data terdistribusi normal, hubungan antarvariabel dianalisis menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*; sebaliknya, jika data tidak berdistribusi normal, digunakan uji *Spearman Rank*. Kekuatan hubungan antarvariabel kemudian diinterpretasikan mengacu pada klasifikasi Sugiyono (2019). Signifikansi hubungan diuji lebih lanjut menggunakan uji t dua arah pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Sebagai tahap akhir, dilakukan perhitungan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya kontribusi intensitas penggunaan media sosial terhadap *body image dissatisfaction*.

Tabel 2. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Nilai r	Interpretasi
0,00 - 0,199	Sangat Lemah

0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2019)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner mengenai intensitas penggunaan media sosial dan body image dissatisfaction pada 111 mahasiswi FISH UNJ angkatan 2023-2025. Hasil analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji korelasi *Pearson Product Moment*, uji signifikansi, dan koefisien determinasi.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dilakukan dengan mengorelasikan skor setiap item pernyataan (P1–P11) terhadap skor total pada 30 responden di luar sampel penelitian. Hasil menunjukkan bahwa 10 dari 11 butir pernyataan memenuhi kriteria validitas, dengan nilai korelasi item-total pada butir P1 hingga P10 berada pada rentang 0,476 sampai 0,910. Butir P11 yang

merepresentasikan dimensi penerimaan diri (qanaah) tidak memenuhi kriteria validitas karena nilai r hitung hanya sebesar 0,154 dengan signifikansi 0,415, sehingga tidak disertakan dalam analisis selanjutnya. Konsistensi internal instrumen yang dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach's Alpha terhadap 11 butir pernyataan menghasilkan nilai sebesar 0,884, yang menurut kriteria Hair et al. (2019) termasuk kategori reliabilitas sangat tinggi.

Hasil Uji Normalitas Data

Distribusi data diperiksa melalui uji normalitas One-Sample Kolmogorov–Smirnov terhadap nilai unstandardized residual dari 111 responden. Hasil analisis menunjukkan nilai Test Statistic sebesar 0,055 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar daripada taraf signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$), residual kedua variabel dinyatakan berdistribusi normal, sehingga analisis hubungan antarvariabel selanjutnya menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*.

Hasil Uji Korelasi, Signifikansi, dan Determinasi

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Korelasi, Signifikansi, dan Determinasi (n = 111)

Parameter Statistik	Nilai
Koefisien korelasi (r)	0,509
Koefisien determinasi (R ²)	0,259 (25,9%)
t hitung	6,174
t tabel (df=109; α=0,05, dua arah)	1,982
Signifikansi (p)	0,000
Kesimpulan	H0 ditolak, H1 diterima

Hasil analisis memperlihatkan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan *body image dissatisfaction* memiliki koefisien korelasi Pearson sebesar $r = 0,509$ dengan nilai signifikansi (2-tailed) sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel bersifat signifikan secara statistik. Koefisien korelasi yang bernilai positif mengindikasikan bahwa peningkatan intensitas penggunaan media sosial cenderung diikuti oleh meningkatnya tingkat *body image dissatisfaction* pada mahasiswa FISH UNJ. Berdasarkan klasifikasi kekuatan korelasi menurut Sugiyono (2019), nilai koefisien sebesar 0,509 termasuk dalam rentang 0,40–0,599 sehingga hubungan yang terbentuk berada pada kategori sedang.

Untuk memastikan signifikansi hubungan tersebut, dilakukan pengujian menggunakan uji t. Hasil analisis menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,174, sedangkan nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% (dua arah) dengan derajat kebebasan (df) = 109 adalah 1,982. Karena nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima. Besarnya kontribusi variabel intensitas penggunaan media sosial terhadap *body image dissatisfaction* ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,259, yang berarti 25,9% variasi *body image dissatisfaction* dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan media sosial, sedangkan 74,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga diri, dukungan sosial, karakteristik kepribadian, maupun pengalaman interpersonal (Kaur et al., 2022; Rodgers et al., 2020).

C. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan terdapatnya hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *body image dissatisfaction* pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta

angkatan 2023–2025. Nilai koefisien tersebut tergolong dalam kategori hubungan sedang, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan ketidakpuasan terhadap citra tubuh yang dialami.

Temuan ini sejalan dengan hasil meta-analisis Yue et al. (2023) yang menemukan adanya hubungan positif antara penggunaan media sosial dan *body image dissatisfaction* pada kelompok remaja dan dewasa muda. Hasil ini juga didukung oleh tinjauan sistematis Jiotsa et al. (2021), yang menerangkan bahwa kebiasaan membandingkan penampilan diri dengan figur yang diikuti di media sosial berkaitan erat dengan meningkatnya ketidakpuasan terhadap tubuh. Selain itu, Burnette et al. (2023) juga melaporkan bahwa perbandingan sosial terkait penampilan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap citra tubuh di berbagai platform media sosial. Di tingkat nasional, hasil penelitian Muhtar et al. (2022) di Kota Makassar serta Winata dan Sufyanto (2024) mengenai penggunaan media sosial pada mahasiswa Indonesia juga menunjukkan kecenderungan

yang sejalan dengan temuan penelitian ini.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui Teori Perbandingan Sosial dari Festinger (1954). Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, semakin besar pula peluang mahasiswi melakukan upward social comparison, yakni membandingkan penampilan dirinya dengan individu lain yang dianggap memiliki penampilan lebih ideal, seperti selebgram, influencer, atau figur publik di Instagram maupun TikTok. Perbandingan semacam ini kerap memicu evaluasi diri yang negatif karena standar yang dijadikan acuan umumnya telah melalui proses penyuntingan atau manipulasi digital sehingga tidak merepresentasikan kondisi tubuh yang sesungguhnya (Tiggemann & Anderberg, 2020). Hal ini diperkuat oleh temuan Luo et al. (2022), yang menyatakan bahwa upward social comparison berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara penggunaan media sosial dan *body image dissatisfaction*. Selain itu, Teori Uses and Gratifications (Katz et al., 1973) menjelaskan bahwa individu secara aktif memanfaatkan media sosial guna memenuhi kebutuhan akan informasi, hiburan, maupun

referensi gaya hidup dan penampilan, yang secara tidak langsung meningkatkan paparan terhadap standar kecantikan ideal (Fardouly & Vartanian, 2022; Mufidah *et al.*, 2025; Azzuhurf *et al.*, 2025).

Meskipun hubungan yang diperoleh terbukti signifikan secara statistik, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 25,9% menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi *body image dissatisfaction*. Sisanya, sebesar 74,1%, diduga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini, seperti harga diri, internalisasi standar kecantikan, dukungan sosial dari keluarga maupun teman sebaya, karakteristik kepribadian, serta pengalaman interpersonal, sejalan dengan pandangan Kaur *et al.* (2022) dan Rodgers *et al.* (2020) bahwa *body image dissatisfaction* merupakan fenomena yang bersifat multifaktorial.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi mahasiswi FISH UNJ agar lebih menyadari dampak psikologis dari penggunaan media sosial yang berlebihan, khususnya terkait paparan konten yang menampilkan standar kecantikan ideal. Hasil penelitian ini juga dapat

dijadikan rujukan bagi fakultas maupun universitas dalam mengembangkan program literasi digital serta layanan bimbingan konseling yang berorientasi pada penguatan penerimaan diri dan kesehatan mental mahasiswi (Febriana & Wahyuni, 2023).

Penelitian ini tetap memiliki sejumlah keterbatasan. Penggunaan desain cross-sectional menyebabkan hubungan antar variabel hanya dapat diamati pada satu titik waktu, sehingga belum mampu menjelaskan hubungan sebab-akibat antara kedua variabel. Data penelitian yang diperoleh melalui *self-report questionnaire* juga memungkinkan terjadinya bias subjektivitas dari responden. Keterbatasan lain terletak pada cakupan penelitian yang hanya melibatkan mahasiswi FISH UNJ angkatan 2023–2025, sehingga generalisasi hasil penelitian pada populasi mahasiswi di fakultas atau perguruan tinggi lain perlu dilakukan secara hati-hati.

D. Kesimpulan

Analisis terhadap data penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi persyaratan sebagai alat

ukur yang valid dan reliabel untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial serta *body image dissatisfaction*. Dari keseluruhan 11 butir pernyataan, sebanyak 10 butir memenuhi kriteria validitas, sedangkan hasil pengujian reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,884 yang menunjukkan konsistensi internal sangat tinggi. Pengujian hipotesis mengungkapkan adanya hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dan *body image dissatisfaction* pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta angkatan 2023–2025, dibuktikan oleh koefisien korelasi Pearson sebesar $r = 0,509$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ sehingga hubungan kedua variabel termasuk dalam kategori sedang. Hasil tersebut diperkuat oleh nilai t hitung sebesar 6,174 yang melampaui nilai t tabel sebesar 1,982. Perhitungan koefisien determinasi memperlihatkan bahwa intensitas penggunaan media sosial menjelaskan 25,9% variasi *body image dissatisfaction*, sedangkan 74,1% sisanya diperkirakan berasal dari faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti harga diri,

dukungan sosial, maupun pengalaman interpersonal. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif, penelitian berikutnya disarankan melibatkan populasi yang lebih luas, meningkatkan jumlah responden, menggunakan rancangan penelitian yang berbeda, serta memasukkan variabel lain yang relevan, seperti internalisasi standar kecantikan, harga diri, dan dukungan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Amoah, P. A., Phillips, D. R., & Gyasi, R. M. (2021). Social media use intensity and mental health among young adults: Exploring the mediating role of loneliness. *Telematics and Informatics*, 56, 101503.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101503>
- Anjela, V. E., & Ambarwati, K. D. (2022). Kualitas hidup dan perbandingan sosial wanita dewasa awal yang mengalami *body dissatisfaction*. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(2), 55–67.
- Aparicio-Martinez, P., Perea-Moreno, A. J., Martinez-Jimenez, M. P., Redel-Macías, M. D., Pagliari, C., & Vaquero-Abellan, M. (2019). Social media, thin-ideal, *body dissatisfaction* and disordered eating attitudes: An exploratory analysis. *International Journal of*

- Environmental Research and Public Health*, 16(21), 4177.
<https://doi.org/10.3390/ijerph16214177>
- Azzuhurf, N. R., Wibowo, A. A. H., & Roswiyani, R. (2025). Hubungan antara internalisasi standar kecantikan media dan body image pada dewasa muda pengguna aktif Instagram. *QISTINA: Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 4(2).
- Burnette, C. B., Luzier, J. L., & Weisenmuller, C. M. (2023). A systematic review of appearance-related social comparison and body image outcomes on social media platforms. *Body Image*, 44, 130–151.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.12.003>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. Guilford Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Evans, C., & Dolan, B. (2021). Body shape questionnaire: Derivation of shortened "alternate forms." *European Eating Disorders Review*, 1(3), 315–321.
<https://doi.org/10.1002/erv.2400010306>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2022). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101289.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>
- Febriana, A., & Wahyuni, E. (2023). Cognitive behavioral therapy untuk meningkatkan positive body image remaja putri: Sebuah literatur review. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*, 9(3).
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
<https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Grogan, S. (2017). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women, and children* (3rd ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315681528>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Islamiyah, N., Murdiana, S., & Ismail, I. (2023). Body image dan kecenderungan body dysmorphic disorder perempuan pengguna media sosial. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 11(3), 415–421.
<https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v11i3>
- Jihan Dyah, A. (2025). *Pengaruh social media engagement terhadap citra tubuh pada wanita dewasa awal*.
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M.

- (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 2880. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kaur, M., Thind, P. S., & Singh, D. D. (2022). Body image dissatisfaction among young adults: Role of social media, peer influence, and self-esteem. *Journal of Eating Disorders*, 10(1), 88. <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00611-3>
- Luck-Sikorski, C., Luck, T., Riedel-Heller, S. G., & Pabst, A. (2019). Validation of the short form of the Body Shape Questionnaire (BSQ-8) in a representative German sample. *Body Image*, 29, 30–36. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.005>
- Luo, X., Xie, L., & Sun, Y. (2022). The effect of social media use on body dissatisfaction among college students: The mediating role of upward social comparison and the moderating role of self-compassion. *Frontiers in Psychology*, 13, 945609. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.945609>
- Mufidah, A., Mubarrok, Z. A., Az-zahra, F., & Wulandari, C. A. (2025). Representasi standar kecantikan perempuan Indonesia dalam konten endorsement produk kecantikan TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(1).
- Muhtar, Z., Hamid, H., & Firdaus, F. (2022). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap body image pada mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Talenta Mahasiswa*, 1(2).
- Rahmah, N. A. D., Madanih, R., & Alawiyah, T. (2025). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap tingkat stres mahasiswa. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 9(2), 205–214.
- Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon, C. S., McLean, S. A., Jarman, H. K., & Paxton, S. J. (2020). A biopsychosocial model of social media use and body image concerns, disordered eating, and muscle-building behaviors among adolescent girls and boys. *Journal of Youth and Adolescence*, 49(2), 399–409. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01190-0>

- Sousa, V. D., & Rojjanasrirat, W. (2022). Translation, adaptation and validation of instruments or scales for use in cross-cultural health care research: A clear and user-friendly guideline. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, 17(2), 268–274. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2753.2010.01434.x>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Social media is not real: The effect of "Instagram vs. reality" images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22(12), 2183–2199. <https://doi.org/10.1177/1461444819888720>
- Utami, K., Munanjar, A., & Syahril, R. (2025). Membaca kecantikan di media sosial: Analisis semiotika konten Instagram Tasya Farasya. *JIMU: Jurnal Ilmiah Multidisipliner*, 4(1), 733–746.
- Winata, R. H., & Sufyanto, S. (2024). Dampak ganda media sosial terhadap pola pikir mahasiswa Indonesia. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), 152–163.
- Yue, X., Zhang, R., & Xiao, J. (2023). Social media use and body dissatisfaction among young adults: A meta-analysis. *Frontiers in Psychology*, 14, Article 1170817. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1170817>