

**PENGARUH *SOCIAL COMPARISON* TERHADAP *BODY DISSATISFACTION* PADA PEREMPUAN DEWASA AWAL PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA MEDAN**

**Putri Rohni Agustina Haloho, Nenny Ika Putri Simarmata**

**Universitas HKBP Nommensen Medan**

[putri.rohni@student.uhn.ac.id](mailto:putri.rohni@student.uhn.ac.id)

[nennysimarmata@uhn.ac.id](mailto:nennysimarmata@uhn.ac.id)

**ABSTRAK**

Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah meningkatkan intensitas individu dalam melakukan social comparison berbasis penampilan. Paparan terhadap representasi tubuh ideal yang ditampilkan di Instagram berpotensi memunculkan body dissatisfaction, terutama pada perempuan dewasa awal yang berada pada fase perkembangan dengan perhatian tinggi terhadap penampilan fisik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh social comparison terhadap body dissatisfaction pada perempuan dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier sederhana. Populasi penelitian adalah perempuan dewasa awal pengguna Instagram yang berdomisili di Kota Medan, sedangkan sampel dipilih menggunakan teknik nonprobability sampling melalui pendekatan purposive sampling yang dikombinasikan dengan convenience sampling sesuai dengan kriteria penelitian. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala Social Comparison yang disusun berdasarkan teori Schaefer dan Thompson (2014) serta skala Body Dissatisfaction yang mengacu pada konsep Cash dan Pruzinsky (2002). Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi, dan analisis regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis penelitian menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat social comparison, maka semakin tinggi pula tingkat body dissatisfaction pada perempuan dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam memahami dampak penggunaan media sosial terhadap citra tubuh perempuan, serta menjadi dasar bagi upaya preventif dalam meningkatkan kesehatan mental pengguna media sosial.

**Kata kunci:** social comparison, body dissatisfaction, Instagram, perempuan dewasa awal, media sosial.

**ABSTRACT**

The rapid development of social media, particularly Instagram, has increased individuals' tendency to engage in appearance-based social comparison. Continuous exposure to idealized body images on Instagram may contribute to body dissatisfaction, especially among young adult women who are at a developmental stage characterized by heightened

concern about physical appearance. This study aims to examine the effect of social comparison on body dissatisfaction among young adult female Instagram users in Medan City. This research employs a quantitative approach using a simple linear regression analysis. The study population consists of young adult female Instagram users residing in Medan City. The sample is selected using a non-probability sampling technique through a combination of purposive sampling and convenience sampling based on predetermined inclusion criteria. Data are collected using a Social Comparison Scale developed based on the theory proposed by Schaefer and Thompson (2014) and a Body Dissatisfaction Scale adapted from the concept developed by Cash and Pruzinsky (2002). The collected data are analyzed using descriptive statistics, assumption tests, and simple linear regression analysis to examine the influence of the independent variable on the dependent variable. The proposed hypothesis states that higher levels of social comparison are associated with higher levels of body dissatisfaction among young adult female Instagram users in Medan City. The findings of this study are expected to contribute to the development of psychological science, particularly in understanding the impact of social media use on women's body image, and to provide a reference for developing preventive interventions aimed at promoting positive body image and mental well-being among social media users.

**Keywords:** social comparison, body dissatisfaction, Instagram, young adult women, social media.

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu berkomunikasi, berinteraksi, dan membangun relasi sosial. Media sosial menjadi salah satu produk utama dari perkembangan tersebut dan kini berperan sebagai ruang sosial baru yang memungkinkan individu untuk menampilkan diri, berbagi informasi, serta memperoleh umpan balik secara cepat dan luas. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan identitas diri dan evaluasi sosial (Valkenburg et al., 2021)

Salah satu karakteristik utama media sosial adalah kemampuannya menghadirkan representasi diri secara visual dan simbolik. Pengguna dapat memilih, mengedit, dan menampilkan

aspek tertentu dari dirinya untuk dikonsumsi oleh orang lain. Dalam konteks psikologi, kondisi ini menjadikan media sosial sebagai stimulus sosial yang kuat, karena individu secara tidak langsung melakukan evaluasi diri melalui interaksi dan tanggapan yang diterima di platform tersebut (Nesi & Prinstein, 2015).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial yang sangat besar. Menurut laporan goodstats.id yang merujuk pada data (We Are Social & Meltwater, 2025 ) terdapat kurang lebih 143 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. Angka tersebut setara dengan sekitar 50,2% dari total penduduk Indonesia, yang diperkirakan mencapai 285 juta jiwa pada awal tahun 2025.

*Gambar 1. 1 Diagram Total User Time Index Media Sosial di Indonesia ,Maret 2025)*

Persentase pengguna aktif media sosial di Indonesia sebesar 18,8%, menempatkannya di urutan berikut setelah WhatsApp yang mencapai 35,5% dan TikTok dengan 19,9%. Di antara berbagai platform media sosial yang tersedia, Instagram termasuk dalam media sosial dengan tingkat penggunaan tertinggi. Data tahun 2025 menunjukkan bahwa sekitar 84–85% pengguna media sosial di Indonesia menggunakan Instagram, dengan estimasi jumlah pengguna mencapai lebih dari 100 juta akun aktif. Dari segi demografi, pengguna Instagram didominasi oleh kelompok usia dewasa muda, khususnya rentang usia 18 – 34 tahun, dengan proporsi pengguna perempuan yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki (DataReportal, 2025).

Berdasarkan survei (NapoleonCat.com,2026) hingga Januari 2026, tercatat sebanyak 121.545.900 pengguna aktif Instagram di Indonesia, yang setara dengan 42,5% dari total populasi. Platform ini didominasi oleh pengguna perempuan dengan proporsi 54,9%, sementara kelompok usia 18–24 tahun mencakup 37,2% pengguna atau sekitar 45 juta orang.

Masa dewasa awal, yang umumnya berada pada rentang usia 18–25 tahun, merupakan tahap perkembangan di mana individu mengalami peningkatan perhatian

terhadap penampilan fisik, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta proses pembentukan identitas diri (Santrock, 2011). Pada fase ini, individu cenderung memiliki kepekaan yang lebih tinggi terhadap penilaian dari lingkungan sosial dan lebih rentan melakukan perbandingan diri dengan orang lain. Apabila individu memandang kondisi fisiknya tidak selaras dengan standar tubuh ideal yang berlaku di lingkungan sosial, maka kondisi tersebut dapat memicu munculnya *Body Dissatisfaction* atau ketidakpuasan terhadap tubuh.

## **2. KAJIAN TEORI**

### **Definisi *Body Dissatisfaction***

Menurut Thomas F. Cash, *Body Dissatisfaction* merupakan salah satu komponen sentral dalam konsep body image yang berkaitan dengan bagaimana individu mengevaluasi tubuhnya secara subjektif. *Body Dissatisfaction* muncul ketika individu memersepsikan adanya ketidaksesuaian antara kondisi tubuh yang dimiliki dengan standar tubuh ideal yang telah diinternalisasi, sehingga memunculkan penilaian negatif terhadap bentuk, ukuran, maupun penampilan fisik secara keseluruhan (Cash, 2004; Cash & Smolak, 2011).

### **Defenisi *Social Comparison***

Menurut Schaefer & Thompson (2014), *Social Comparison* merupakan proses psikologis yang terjadi ketika individu melakukan penilaian terhadap penampilan fisik serta karakteristik tubuhnya dengan menjadikan orang lain sebagai acuan pembanding, khususnya terhadap

gambaran tubuh ideal yang terbentuk melalui lingkungan sosial dan media. Dalam kajian citra tubuh, proses perbandingan sosial ini lebih menitikberatkan pada *appearance-based Social Comparison*, yakni perbandingan yang secara khusus berkaitan dengan aspek bentuk tubuh, berat badan, dan daya tarik fisik. Lebih lanjut, Schaefer & Thompson (2014) menegaskan bahwa *appearance-based Social Comparison* berperan sebagai mekanisme kognitif utama yang menghubungkan paparan terhadap standar tubuh ideal dengan munculnya *Body Dissatisfaction*.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada perempuan dewasa muda yang merupakan pengguna Instagram dan tinggal di Kota Medan. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Berdasarkan Sugiyono (2013), pendekatan kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang terstruktur terhadap komponen-komponen serta fenomena dan keterkaitannya, serta penelitian yang dilakukan dengan intensif, detail, dan mendalam terhadap suatu gejala spesifik. Metode penelitian adalah serangkaian tahapan yang dijalankan secara terencana dan sistematis untuk mendapatkan jawaban atas masalah penelitian atau untuk mengumpulkan data dengan tujuan yang ditentukan. Untuk mencapai tujuan penelitian secara maksimal, diperlukan metode penelitian yang akurat dan cocok dengan sifat variabel yang sedang diteliti Sugiyono (2013). Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang diterapkan adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi

linier sederhana (Creswell, 2014), yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *Social Comparison* terhadap *Body Dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan.

#### Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2013) merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu *Social Comparison* dan *Body Dissatisfaction*. Adapun penjabaran variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) : *Social Comparison*
2. Variabel Terikat (Y) : *Body Dissatisfaction*

#### Defenisi Operasional Variabel Penelitian

##### Defenisi *Social Comparison*

*Social Comparison* dipahami sebagai proses evaluasi diri yang melibatkan perbandingan pendapat, kemampuan, pencapaian, serta karakteristik penampilan fisik individu dengan orang lain sebagai standar penilaian. Dalam penelitian ini, *Social Comparison* didefinisikan sebagai kecenderungan perempuan dewasa awal pengguna Instagram untuk membandingkan penampilan dan atribut personal dirinya dengan representasi diri pengguna lain yang ditampilkan melalui konten visual di Instagram.

### **Populasi**

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi mencakup seluruh individu yang memiliki kesesuaian dengan kriteria penelitian dan menjadi dasar dalam penentuan sampel penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan dewasa awal pengguna Instagram yang berdomisili di Kota Medan. Pemilihan populasi tersebut didasarkan pada tujuan penelitian yang mengkaji pengaruh *Social Comparison* terhadap *Body Dissatisfaction*, di mana perempuan pada rentang usia dewasa awal secara teoritis dan empiris diketahui lebih aktif menggunakan media sosial berbasis visual seperti Instagram serta lebih rentan terhadap perbandingan sosial berbasis penampilan. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik, 2024) pada juli yang dipublikasikan melalui website, jumlah penduduk Kota Medan pada tahun 2024 diperkirakan mencapai sekitar  $\pm 2,48$  juta jiwa.

Dari total tersebut, penduduk yang berada pada kelompok usia yang paling mendekati kategori dewasa awal, yaitu usia 15–19 tahun dan 20–24 tahun, berjumlah sekitar 182.150 jiwa. Apabila ditinjau berdasarkan jenis kelamin, jumlah perempuan pada gabungan kelompok usia tersebut diperkirakan mencapai sekitar 182.150 jiwa, sehingga dapat digunakan sebagai estimasi populasi perempuan dewasa awal di Kota Medan. Jumlah tersebut selanjutnya dijadikan dasar dalam penetapan populasi penelitian yang sesuai

dengan fokus penelitian ini, yaitu mengkaji *Social Comparison* dan *Body Dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan.

### **Sampel**

Penelitian ini menggunakan sampel yang diambil dari populasi, yaitu sebagian individu yang datanya digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai populasi yang lebih luas (Creswell, 2018). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Nonprobability Sampling, dengan pendekatan Purposive Sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian melalui kombinasi pendekatan *Purposive Sampling* dan *Convenience Sampling*.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pembahasan**

Pada hasil pengujian hipotesis, penelitian ini membuktikan secara meyakinkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara perilaku *social comparison* terhadap *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan. Analisis regresi menunjukkan bahwa kebiasaan membandingkan diri menyumbang pengaruh sebesar 37,5% terhadap munculnya ketidakpuasan tubuh. Artinya, setiap peningkatan intensitas membandingkan diri di media sosial akan berbanding lurus dengan peningkatan perasaan tidak puas terhadap bentuk tubuh sendiri. Temuan empiris ini semakin mengukuhkan asumsi dasar dari Festinger, di mana dalam konteks penggunaan Instagram yang sangat visual, insting evaluasi diri ini teramplifikasi. Perempuan secara terus-menerus membandingkan wujud

fisiknya dengan figur-figur yang mereka anggap jauh lebih sempurna.

Berdasarkan analisis gambaran umum data, subjek penelitian rata-rata berada pada kategori sedang. Skor nyata di lapangan untuk variabel *Social comparison* (63,49) dan *Body dissatisfaction* (35,52) berada di bawah skor perkiraan awal (hipotetik). Secara garis besar, ini menunjukkan bahwa subjek terhindar dari ketidakpuasan bentuk tubuh yang ekstrem. Akan tetapi, dinamika psikologis yang sebenarnya baru terlihat saat data dirinci. Pada variabel *social comparison*, ternyata mayoritas subjek masuk dalam kategori tinggi pada aspek fokus perbandingan penampilan (67,1%) dan arah perbandingan (63,8%). Temuan ini mendukung Social Comparison Theory dari Leon Festinger (1954), bahwa manusia memiliki dorongan alami untuk mengevaluasi dirinya dengan orang lain. Khususnya di era Instagram, dorongan ini memicu subjek untuk terus membandingkan dirinya secara ke atas (*upward social comparison*) dengan orang-orang yang dianggap memiliki fisik lebih ideal.

Intensitas membandingkan penampilan ini berdampak signifikan pada ketidakpuasan tubuh (*body dissatisfaction*). Data menunjukkan bahwa ketidakpuasan subjek paling banyak terjadi pada aspek kognitif (sedang 59,9%; tinggi 13,8%) dan afektif (sedang 52,0%; tinggi 11,8%), mengalahkan aspek perilaku. Kondisi empiris ini membuktikan definisi Thomas F. Cash (2002, 2004), bahwa masalah citra tubuh berawal dari kesenjangan antara realita fisik dan standar ideal di pikiran individu. Seperti temuan ini, ketidakpuasan tubuh terbukti mengakar kuat di level pikiran (pemikiran negatif) dan emosi (cemas/malu), sebelum akhirnya berubah menjadi tindakan nyata untuk mengubah bentuk tubuh.

Data menunjukkan bahwa perempuan berusia di atas 20 tahun ternyata lebih rentan mengalami *social comparison* (11,8%) dan

*body dissatisfaction* (12,9%) pada level tinggi, dibandingkan mereka yang masih di bawah 20 tahun (*social comparison* tinggi 5,1%; *body dissatisfaction* tinggi 6,8%). Temuan ini sangat sejalan dengan konsep *emerging adulthood* dari Arnett (2000) dan teori perkembangan psikososial Erikson (1968). Di rentang usia transisi ini (18–25 tahun), individu sedang sibuk mencari identitas diri, membangun relasi, dan beradaptasi dengan peran sosial yang baru. Tingginya kebutuhan untuk diakui dan diterima oleh lingkungan sering kali membuat mereka salah kaprah; mereka menganggap respons di Instagram (seperti jumlah *likes* dan komentar) sebagai tolak ukur nilai dan keberhargaan diri (*self-worth*).

Berdasarkan status kesibukan, dorongan untuk melakukan perbandingan sosial pada level tinggi antara kelompok perempuan yang sudah bekerja (10,3% atau 3 dari 29 orang) dan kelompok mahasiswi yang berkuliah (8,9% atau 11 dari 123 orang) cenderung relatif seimbang. Namun, dampak kerusakan psikologisnya terhadap ketidakpuasan tubuh memperlihatkan perbedaan yang cukup mencolok. Perempuan yang sudah bekerja ternyata mencatatkan tingkat ketidakpuasan tubuh kategori tinggi yang lebih parah (13,8%) dibandingkan dengan kelompok mahasiswi yang berkuliah (9,8%). Temuan ini secara kuat mendukung *Socio-Cultural Theory of Body Image* dari Thompson dkk. (1999). Di lingkungan perkotaan seperti Medan, dunia kerja kerap memiliki aturan tak tertulis mengenai standar penampilan (*professional look*). Karyawan sering kali diharapkan memenuhi kriteria fisik tertentu, seperti bertubuh ramping, berkulit cerah, dan bergaya modis (Sunartio dkk., 2012). Tuntutan dari lingkungan kerja ini, apabila digabungkan dengan standar kecantikan yang tidak realistis di Instagram, membuat perempuan pekerja jauh lebih berisiko mengalami krisis kepercayaan diri terhadap tubuhnya.

Satu hal yang menarik adalah bahwa *social comparison* dapat terjadi dalam sekejap mata. Baik subjek yang bermain Instagram kurang dari maupun lebih dari 5 jam sehari, sama-sama menunjukkan angka komparasi sosial yang identik pada level tinggi, yaitu berada di kisaran 9,1% hingga 9,2%. Namun, dampak kerusakannya sangat bergantung pada durasi. Kelompok yang menatap layar Instagram lebih dari 5 jam sehari mengalami lonjakan rasa tidak puas pada tubuh hingga 13,6% di kategori tinggi. Kondisi empiris ini membenarkan *transactional model of social media effects* dari Perloff (2014). Paparan visual berupa foto-foto "sempurna" yang terus-menerus dan dalam waktu lama akan menciptakan bias pikiran yang berulang, mencuci otak pengguna untuk meyakini bahwa kondisi fisik mereka selalu di bawah standar sebayanya.

Secara keseluruhan, jalinan hasil penelitian ini memberikan bukti empiris yang memperkuat berbagai literatur terdahulu. Dalam konteks di Indonesia, temuan ini sejalan dengan studi Najla & Zulfiana (2020) serta Humaira & Aviani (2023) pada kelompok *emerging adulthood*. Data membuktikan bahwa semakin sering seseorang membandingkan dirinya dengan orang lain, semakin tinggi pula rasa tidak puas terhadap tubuhnya. Lebih luas di tingkat global, riset ini juga mengonfirmasi temuan Fardouly dkk. (2015; 2020) serta hasil meta-analisis Saiphoo & Vahedi (2020). Berbagai penelitian ini bermuara pada satu benang merah yang sama: kebiasaan membandingkan fisik (*appearance-based comparison*) adalah jembatan utama yang memicu dampak buruk. Melalui perbandingan inilah, sekadar melihat foto-foto di Instagram bisa berubah menjadi gangguan citra tubuh yang nyata pada psikologis perempuan dewasa muda di era digital saat ini.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul "Pengaruh Social Comparison Terhadap Body Dissatisfaction pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna Instagram di Kota Medan", maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Adanya Pengaruh Signifikan: Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Social Comparison* (perbandingan sosial) terhadap *Body Dissatisfaction* (ketidakpuasan tubuh) pada perempuan dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan.
2. Besaran Kontribusi Variabel: Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, variabel *Social Comparison* terbukti memberikan sumbangan pengaruh sebesar 37,5% terhadap *Body Dissatisfaction*, yang mengindikasikan bahwa perilaku membandingkan diri dengan standar ideal di media sosial merupakan faktor penentu yang cukup kuat dalam membentuk ketidakpuasan citra tubuh pada subjek.
3. Arah Hubungan Variabel: Hipotesis penelitian diterima, di mana semakin tinggi kecenderungan individu dalam melakukan *upward Social Comparison* (perbandingan diri dengan figur yang dipersepsikan lebih ideal) di Instagram, maka semakin tinggi pula tingkat *Body Dissatisfaction* yang dialami oleh subjek.

### Saran

### 1. Saran Teoritis

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model teoritis yang lebih komprehensif dengan memasukkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi *Body Dissatisfaction*, seperti pengaruh penolakan teman sebaya (*peer rejection*), komentar orang tua terkait bentuk tubuh (*parental body comments*), harga diri (*self-esteem*), riwayat berat badan riil (IMT), maupun tingkat literasi media digital subjek, mengingat 62,5% varians *Body Dissatisfaction* belum terjawab dalam penelitian ini.

Selain itu, penggunaan desain penelitian longitudinal sangat dianjurkan guna mengonfirmasi fluktuasi dan hubungan kausalitas jangka panjang antara perilaku *Social Comparison* dan ketidakpuasan tubuh seiring berkembangnya tren fitur dan konten media sosial secara dinamis. Replikasi penelitian menggunakan teknik *probability sampling* dengan cakupan populasi perempuan dewasa awal yang lebih luas dan bervariasi di luar Kota Medan juga diperlukan untuk meningkatkan generalisasi temuan ini dalam konteks sosiokultural urban yang berbeda.

### 2. Saran Praktis

1. **Bagi Perempuan Dewasa Awal:** Berdasarkan temuan penelitian, subjek disarankan untuk meningkatkan literasi media digital dan membangun kesadaran kritis saat menggunakan Instagram. Langkah preventif dapat dilakukan melalui regulasi diri, seperti mengurasi konten yang dikonsumsi (melakukan *unfollow* atau *mute* pada akun-akun yang memicu perasaan inferior terkait penampilan) guna meminimalisasi perilaku *upward Social Comparison*. Selain itu, subjek disarankan untuk mulai menggeser fokus evaluasi diri dari sekadar estetika visual menuju

apresiasi terhadap kesehatan dan fungsi tubuh (*body appreciation*).

2. **Bagi Masyarakat dan Lingkungan sosial:** Menghentikan segala bentuk komentar negatif terkait fisik (*body shaming*) dan menciptakan lingkungan pergaulan yang lebih menghargai keunikan individu dan Memberikan validasi terhadap perasaan tidak percaya diri subjek dengan cara mendengarkan tanpa menghakimi, serta mengalihkan topik pembicaraan ke aspek diri yang lebih positif dan memberdayakan.
3. **Bagi Penelitian Selanjutnya:** Mengingat *Social Comparison* terbukti menyumbang 37,5% terhadap *Body Dissatisfaction*, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang memengaruhi sisa varians tersebut, seperti harga diri (*self-esteem*), perfeksionisme, tingkat internalisasi media, atau fitur spesifik Instagram (seperti durasi penggunaan *Reels* atau *Instastory*). Selain itu, penggunaan pendekatan kualitatif atau desain longitudinal sangat direkomendasikan untuk menggali dinamika psikologis ini secara lebih mendalam, serta memperluas cakupan demografi penelitian pada kelompok usia lain atau partisipan laki-laki.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D., Prihastuti, & Andriani, F. (2025). Pengaruh antara *Social Comparison* terhadap *Body Dissatisfaction* pada mahasiswi pengguna Instagram di Program Studi Profesi Psikolog Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. *Jurnal Penelitian Psikologi*.

- Ariani, D. N. (2022). *Hubungan Social Comparison dengan Body Dissatisfaction dalam penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area* (Skripsi sarjana). Universitas Medan Area. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/19616>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Azwar, S. (2018). *Metode penelitian psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar. <https://books.google.com/books?id=2sL-DwAAQBAJ>
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan skala psikologi* (Ed. 2). Pustaka Pelajar. <https://books.google.com/books?id=2sL-DwAAQBAJ>
- Bonfanti, R. C., Di Marcantonio, D., Innamorati, M., & Tamburello, A. (2024). Online *Social Comparison* and body image concerns: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Behavioral Addictions*, 13(2), 389–404. <https://doi.org/10.1556/2006.2024.0012>
- Cash, T. F. (Ed.). (2012). *Encyclopedia of body image and human appearance*. Elsevier Academic Press. <https://doi.org/10.1016/C2010-1-66177-9>
- Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed.). Guilford Press. <https://books.google.com/books?id=5aY0AAAAYAAJ>
- Cash, T. F., & Smolak, L. (2019). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (3rd ed.). Guilford Press. <https://books.google.com/books?id=ZPIsEAAAQBAJ>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications. <https://books.google.com/books?id=zjYwDwAAQBAJ>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Engeln, R., Loach, R., Imundo, M., & Zola, A. (2020). Compared to Facebook, Instagram use causes more appearance comparison and lower body satisfaction in college women. *Body Image*, 34, 38–51. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.04.007>
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company.
- Festinger, L. (1954). A theory of *Social Comparison* processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). *Social media and body image*

concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5.  
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.06.005>

impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45.  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). *Social Comparisons* on social media: The