INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP BODY DISSATISFACTION PADA MAHASISWA PEREMPUAN

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana dalam Program Studi Psikologi Islam

Oleh:

Ghia Erisyahria Potabuga

NIM. 201.3.6.012

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
MANADO

1446H/2025 M

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Ghia Erisyahria Potabuga

NIM : 20136012

Program : Sarjana (S1)

Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 7 Januari 2025

Saya yang menyatakan,

Ghia Erisyahria Potabuga

NIM.20136012

PERSETUJUAN PEMBIMBING

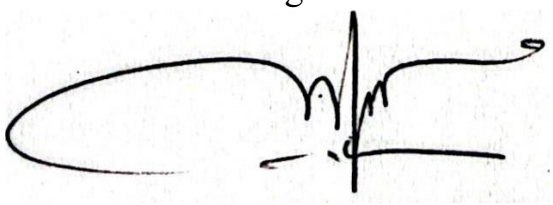
Skripsi berjudul "Intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap Body

Dissatisfaction pada mahasiswa perempuan" yang telah ditulis

oleh Ghia Erisyahria Potabuga, NIM. 20136012 telah disetujui

Pada Desember 2024

Pembimbing I



Dr. Mardan Umar, M.Pd.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul "Intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *Body Dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan" yang telah ditulis oleh Ghia Erisyahria Potabuga, NIM. 20136012 telah disetujui Pada Desember 2024

Pembimbing II

Nur Evira Anggrainy, M.Si.

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

Skripsi berjudul " Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Perempuan Universitas Sam Ratulangi Manado yang ditulis oleh Ghia Erisyahria Potabuga ini telah disetujui pada tanggal 10 Februari 2025.

TIM PENGUJI :

1. Dr. Mardan Umar, M.Pd. (Pembimbing I) (.....)
2. Nur Evira Anggrainy, M.Si. (Pembimbing II) (.....)
3. Dr. Taufani, M.A. (Penguji I) (.....)
4. Siti Aisa, M.A (Penguji II) (.....)

Manado, 10 Februari 2025
Dekan Fakultas Ushulludin Adab dan Dakwah

Dr. Sahari, S.Ag., M.Pd.I.

TRANSLITERASI

A. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ا	a	ط	ṭ
ب	b	ظ	ẓ
ت	t	ع	‘
ث	ṡ	غ	g
ج	j	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	Ż	م	m
ر	r	ن	n
ز	Z	و	w
س	S	ه	h
ش	Sy	ء	’
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti;

احمد ية : ditulis *Aḥmadiyyah*

شمسية : ditulis *Syamsiyyah*

C. *Tā’Marbūtah* di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhūriyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

2. Bila dihidupkan karena dari kata lain, maka ditulis "t"

نعمة هللا : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفر : ditulis *Zakāt al-Fiṭr*

D. Vokal Pendek

Tanda *fathah* ditulis "a", *kasrah* ditulis "I", dan *damah* ditulis "u".

E. Vocal Panjang

1. "a" panjang ditulis "*ā*", "i" panjang ditulis "ī" dan "u" panjang ditulis "ū", masing-masing dengan tanda *macron* (¯) diatasnya.
2. Tanda *fatḥah* + huruf yā' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis "ai", dan *fatḥah* + *wawū* mati ditulis "au".

F. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vocal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

االنتم : *a'antum*

موء نث : *mu'annas*

G. Kata Sambung Alif + Lam

1. Bila huruf *qamariyah* ditulisa al-:

الفرقان : ditulis *al-Furqān*

2. Bila diikuti huruf *syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya: السنة : ditulis *as-Sunnah*

H. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

I. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

1. Ditulis kata per kata atau;
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ االسالم : *Syaikh al-Islām*

تاج الشريعة : *Tāj asy-Syarī'ah*

اتصور االسالمي : *At-Tasawwur al-Islāmī*

J. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata ijmak, nas, akal, hak, nalar, paham, dsb. ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidaya serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang judul “Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Mahasiswa Perempuan”.

Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga-Nya dan para sahabat yang Insya Allah Syafaat-Nya sampai kepada kita. Skripsi ini di ajukan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi) pada program studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

Selama penyusunan skripsi ini diucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi. Ucapan terima kasih secara khusus dan istimewa disampaikan kepada pintu surgaku Ibu ku tercinta Maria Fitriyana Lasabuda dan tante tercinta Ibu Srigantia Babosong Lasabuda (Almh) serta Ibu Rusmina Dolot dan Ibu Maina Mokoagow (baai dan nenek ghia) yang selalu memberikan segala bentuk dukungan cinta dan kasih sayang sehingga bisa berada di titik ini.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan rasa terima kasih serta rasa hormat penulis kepada :

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Prof. Dr. Ahmad Rajafi, M.H.I, Wakil Rektor I Bidang Akademik & Pengembangan lembaga, Dr. Edi Gunawan, M.H.I, Wakil Rektor II Bidang AUAK, Dr. Salma, M.H.I, Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Mastang A. Baba, M.Ag, Terima kasih telah memberikan kesempatan untuk penulis belajar di IAIN Manado
2. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, Dr. Sahari, M.Pd.I, Wakil Dekan I bidang Akademik Dr. Muhammad Imran, M.Th.I, Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum

Keuangan Dr. Shinta Nento, M.Pd, Wakil Dekan III, dan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Mardan Umar, S.Pd.I., M.Pd.

3. Ketua Program Studi Psikologi Islam sangat saya cintai Siti Aisa, .M.A. dan Sekretaris Program Studi Psikologi Islam Zulkifli Mansyur, M.A, yang senantiasa sabar dalam memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Pembimbing I, Dr. Mardan Umar, S.Pd.I., M.Pd. dan Pembimbing II Nur Evira Anggrainy, M.Si. yang senantiasa sabar untuk membimbing, dan memberikan masukan serta motivasi kepada penulis selama proses penelitian dan penyusunan skripsi.
5. Penguji I, Dr. Taufani, M.A. dan Penguji II, Siti Aisa, .M.A. yang dengan sabar dalam membimbing, mengarahkan dan juga banyak membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Aris Soleman dan Almh. Dr. Musdalifah Dachrud, M.Si., yang telah memberikan ilmu khususnya di bidang Psikologi kepada penulis.
7. Kepala Unit Perpustakaan IAIN Manado, Muhammad Sukri, M.Ag, beserta staf. Terima kasih sudah memberikan layanan buku-buku penunjang selama studi.
8. Seluruh dosen IAIN Manado yang sudah membina, memberikan dan membagi ilmu selama masa perkuliahan dan civitas akademik Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
9. Kepada Dekan dan Bagian Akademik Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi Manado, terima kasih sudah mengizinkan saya melaksanakan Penelitian sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. dan juga Kepada seluruh responden mahasiswi dari Universitas yang penulis datangai, terimakasih atas sambutan baiknya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada Papa Iwan Setiawan Potabuga, terimakasih sudah jadi ayah saya.
11. Kepada Uncle saya tersayang Wahyu Yanuarsyah Potabuga, dan Alm. Aki terima kasih banyak untuk selalu sabar dan menjadi tempat berbagi suka dan duka serta selalu memberikan dukungan, dan semangat kepada saya.

12. Untuk adik-adik dan keponakan saya tersayang Daniel Maringka, Daaron Maringka, Esther Maringka, Pria Mokoagow, Putra Mokoagow, Algazali Lamaluta, Rezki Lamaluta dan Kalesha Lamaluta, Lela Lomotu, Azka Mokobombang, Hanum dan adil, terimakasih karena selalu menghibur dan memberika doa serta dukungan kepada saya.
13. Kepada para sahabat saya Tessalonika Rungkat, Reci Restiana Makalalag, Sulis Mokodompit, Gein Makalalag, Meylan Paputungan, Anggelina Missy, Alfira Alhadi, Putri Mokodongan, Denisa Moha, Nadila Alhadi, tak lupa juga untuk (Lupop) (Kaum Nyoe), dan (Jamur).
14. Teman-teman seperjuangan saya angkatan 2020 di Program Studi Psikologi Islam.
15. Untuk penulis, terimakasih sudah berjuang dan mau bertahan sampai hari ini, proud of you ghia. You did it.

ABSTRAK

Nama : Ghia Erisyahria Potabuga

NIM : 20136012

Judul : Intensitas Penggunan Media Sosial Instagram Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Mahasiswa Perempuan

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap body dissatisfaction pada mahasiswa perempuan di Fakultas Hukum angkatan 2023 Universitas Sam Ratulangi Manado. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Poopulasi dalam penelitian ini berjumlah 665 mahasiswa dengan jumlah sampel 102 mahasiswa perempuan dengan rentan usia 18-25 tahun. instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram yang disusun oleh peneliti berdasarkan teori dari Ajzen dan skala *Body Dissatisfaction* yang dikembangkan oleh Cooper, Taylor & Fairburn. Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan adanya korelasi positif antara intensitas penggunaan media soisal instagram dan *body dissatisfaction* dengan skor 0,310 dengan nilai signifikansi p = 0,000 < 0,005. Artinya semakin tinggi penggunaan media sosial instagram, maka semakin tinggi juga tingkat *body dissatisfaction* yang terjadi pada mahasiswa perempuan. Selanjutnya pada penelitian ini perilaku intensitas penggunaan media sosial instagram memberikan pangaruh terhadap *body dissatisfaction* sebesar 16,8%.

Kata Kunci : Intensitas Media Sosial Instagram, *Body Dissatisfaction*, Mahasiswa Perempuan

ABSTRACT

Name of the Author	: Ghia Erisyahria Potabuga
Student Id Number	: 20136012
Faculty	: Ushuluddin Adab and Da'wa
Study Program	: Islamic Psychology
Thesis Title	: The Intensity of Instagram Social Media Use Against Body Dissatisfaction in Female Students

This study aims to analyze the influence of the intensity of Instagram social media use on body dissatisfaction in female students at the Faculty of Law, class of 2023, Sam Ratulangi University, Manado. This study uses a quantitative research method with simple linear regression analysis. The poopulation in this study amounted to 365 students with a sample of 102 female students with a vulnerable age of 18-25 years. The instruments used in this study are the Instagram Social Media Usage Intensity scale compiled by researchers based on the theory of Ajzen and the Body Dissatisfaction scale developed by Cooper, Taylor & Fairburn. The results of the data analysis obtained showed that there was a positive correlation between the intensity of Instagram social media use and body dissatisfaction with a score of 0.410 with a significance value of $\rho = 0.000 < 0.005$. This means that the higher the use of Instagram social media, the higher the level of body dissatisfaction that occurs in female students. Furthermore, in this study, the behavior of the intensity of Instagram social media use had an influence on body dissatisfaction by 16.8%.

Keywords: *Instagram Social Media Intensity, Body Dissatisfaction, Female Students*

LANGUAGE DEVELOPMENT CENTER

Dokumen ini telah divalidasi oleh **UPT Pengembangan Bahasa IAIN Manado**
Nomor registrasi : **01176**

DAFTAR ISI

JUDUL ..... Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....**ii**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....**iii**
TRANSLITERASI ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
ABSTRAK ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiv**
DAFTAR TABEL ..... **xivi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
BAB I PENDAHULUAN ..... Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang ..... **Error! Bookmark not defined.**
B. Identifikasi Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**
C. Batasan Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**
D. Rumusan Masalah ..... **Error! Bookmark not defined.**
E. Tujuan Peenelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
F. Kegunaan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
G. Definisi Operasional ..... **Error! Bookmark not defined.**
H. Penelitian Terdahulu ..... **Error! Bookmark not defined.**
BAB II LANDASAN TEORI ..... Error! Bookmark not defined.
A. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram..... **Error! Bookmark not defined.**
1. Pengertian Media Sosial Instagram ..... **Error! Bookmark not defined.**
2. Pengertian Intensitas Media Sosial ..... **Error! Bookmark not defined.**
3. Klasifikasi Media Sosial ..... **Error! Bookmark not defined.**
4. Aspek – Aspek Intensitas Media Sosial .. **Error! Bookmark not defined.**
B. *Body Dissatisfaction* ..... **Error! Bookmark not defined.**
1. Pengertian Body Dissatisfaction ..... **Error! Bookmark not defined.**
2. Faktor-Faktor *Body Dissatisfaction* ..... **Error! Bookmark not defined.**
3. Aspek-Aspek *Body Dissatisfaction* ..... **Error! Bookmark not defined.**
4. Indikator *Body Dissatisfaction* ..... **Error! Bookmark not defined.**

5. Faktor-Faktor Media Sosial.....15

6. Media Sosial Instagram.....16

BAB III METODE PENELITIAN ..... Error! Bookmark not defined.

A. Jenis Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Lokasi Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

C. Populasi Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

D. Sampel Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

E. Teknik Pengumpulan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

F. Validitas dan Reliabilitas ..... **Error! Bookmark not defined.**

G. Pelaksanaan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

H. Teknik Analisi Dta ..... **Error! Bookmark not defined.**

I. Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... Error! Bookmark not defined.

A. Hasil Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Hasil Asumsi Klasik..... **Error! Bookmark not defined.**

2. Hasil Uji Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Pembahasan..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB V PENUTUP ..... Error! Bookmark not defined.

A. Kesimpulan ..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Saran ..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA ..... Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.2 Pernyataan Sikap Favorabel & Unfavorabel..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.3 *Blue Print* Skala Intensitas Media Sosial ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.4 Nilai Koefisien Alpha Cronbach Skala Intensitas Media Sosial.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.5 Nilai Koefisien Alpha Cronbach Skala *Body Dissatisfaction* .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.6 *Blue Print* Skala Intensitas Media Soisal ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.7 *Blue Print* Skala *Body Dissatisfaction* ...**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.8 Kategori Skor .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2 Hasil Uji Linearitas.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linear Sedrehana .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4 Koefisien .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5 Kategorisasi Usia .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.6 Kategorisasi Jenis Kelamin.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.7 Kategorisasi Pengguna Media Sosial Instagram... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.8 Analisi Data Variabel Penelitian .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Skala Intensitas Media Sosial Instagram.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.10 Kategorisasi Skor Skala Intensitas Media Sosial Instagram.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.11 Deskriptif Statistik Kategori Skala Skala Intensitas Media Sosial Instagram .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Skala *Body Dissatisfaction* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.13 Kategorisasi Skor Skala *Body Dissatisfaction*.... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.14 Deskriptif Statistik Kategori Skor Skala *Body Dissatisfaction* ....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 *Blue Print Skala Body Dissatisfaction***Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.1 Diagram Kategorisasi Usia .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.2 Diagram Kategorisasi Usia .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.3 Diagram Kategorisasi Pengguna Instagram :.... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.4 Histogram Distribusi Frekuensi Skala intensitas Media Sosial Instagram .....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4.4 histogram Distribusi Frekuensi Skala *Body Dissatisfaction*i.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi merupakan suatu hal yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini karena perkembangan teknologi berjalan seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Teknologi yang sejatinya merupakan alat bantu/ekstensi kemampuan diri manusia, telah menjadi kekuatan mandiri yang justru membatasi perilaku dan gaya hidup manusia. Perkembangan teknologi sangat diperlukan, setiap inovasi dirancang untuk membawa manfaat positif bagi kehidupan manusia dan memberikan cara kerja baru untuk melakukan aktivitas. Akan tetapi, perkembangan teknologi juga memiliki dampak negatif, diantaranya terdapat penggunaan media sosial yang berlebihan sehinggan menimbulkan berbagai masalah, salah satunya yaitu *body dissatisfation*.[1]

Internet mempunyai berbagai macam aplikasi dimana salah satu aplikasi yang sangat populer dan sering di akses oleh hampir semua pengguna internet adalah aplikasi media sosial. Media sosial yaitu sebuah bentuk komunikasi online dimana para pengguna bisa menciptakan atau membuat komunitas dalam berbagi pemikiran, pesan personal, ataupun berbagai konten. Dimana hal ini mempermudah jalan seseorang atau kelompok untuk saling terhubung hanya dengan menggunakan internet.[2]

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memaparkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2024 mencapai 21.563.479 jiwa dari total populasi 78.696.200 jiwa penduduk indonesia tahun 2023. Berdasarkan hasil survey penetrasi internet Indonesia 2024 yang dirilis APJII,

---

[1] Drakel. Wahyuni Januarti, Maria Heny Pratiknjo, and Titiek Mulianti, 'Perilaku Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Di Universitas Sam Ratulangi Manado', *Journal Unair*, 21, 2018,1–20.
[2] Puradian Wiryadigda Cahaya Suryani, *Psikologi Hoaks*, I (Indonesia: Mozaik Pratama, 2022).4

maka didapati tingkat penetrasi di indonesia menyentuh angka 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka terdapat peningkatan sebesar 1,4%.[3]

Lembaga *We Are Social* tahun 2021 mempublikasikan hasil penelitian yang menyatakan pengguna media sosial yang tersebar pada seluruh platform yaitu *facebook, instagram, twitter, youtube, pinteres, tiktok, whatsapp,* dan masih terdapat banyak media sosial yang lain.[4] menurut laporan We Are Social, media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada awal 2024 yaitu WhatsApp sebanyak 99,9%, di ikuti dengan Instagram sebanyak 85,3%, Facebook 81,2% dan Tiktok yaitu sebanyak 73,5%.[5]

Instagram Adalah aplikasi yang paling banyak dipakai. Kepopuleran Instagram terus berkembang setiap tahunnya jika dibandingkan dengan platform media sosial lain. Secara global menurut *We Are Social*, jumlah pengguna media sosial instagram mencapai 1,6 miliar pada Juli 2023. Di Indonesia, pengguna media sosial instagram pada Oktober 2023 mencapai 104,8 juta pengguna, jumlah tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan pengguna instagram terbanyak keempat di dunia.[6]

Instagram merupakan situs media sosial yang memungkinkan para penggunannya untuk berbagi foto/gambar lansung di perangkat seluler mereka kemudian mengunggah gambar "sacara instan" melalui aplikasi instagram".

---

[3] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII),'APJII Jumlah Pengguna Internet IndonesiaTembut221Orang',*Https://Apjii.or.Id/Berita/d/ApjiiJumlahPenggunaInternetIndonesia*,2024.

[4] Badan Pusat Statistik Home Page. (2021). https://www.bps.go.id/, diakses Agustus 2021

[5] Cindy Mutia Annur, 'Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024', *Databoks*,2024<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling banyak digunakan-di-indonesia-awal-2024>.

[6] Cindy Mutia Annur, 'Indonesia Masuk 5 Besar Negara Dengan Pengguna Instagram TerbanyakDiDunia',*Databoks*,2023 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/01/indonesia-masuk-5-besar-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia>.

Instagram memiliki keunggulan basis visual dengan penekanan pada daya kreatif oleh visual para penggunanya.[7]

Berdasarkan data dari PT. Digital Stur Up Nusantara dalam Asharyadi & Qodariah menyatakan bahwa pengguna media sosial ini berasal dari berbagai macam kalangan, dimana baik anak-anak, remaja, dewasa maupun orang tua. Adapun sebagian besar dari pengguna sosial media yaitu berusia 19 tahun ke atas dimana usia ini termasuk pada masa dewasa awal.[8]

Menurut Santrock masa dewasa awal adalah masa transisi dari masa remaja menuju masa dewasa, dimana masa peralihan ini terdapat pada kisaran umur 18 sampai dengan 25 tahun, dan periode ini ditandai dengan kegiatan penelitian dan eksperimen. Masa dewasa awal adalah masa dimana individu sudah mampu dalam membuat keputusan, dalam hal ini individu sudah mampu membuat keputusan secara luas tentang karir, nilai-nilai, keluarga dan hubungan serta tentang gaya hidup.

Pada masa transisi remaja menuju dewasa, perkembangan fisik sangat penting, dimana pada masa ini, kondisi fisik tidak hanya mencapai puncak perkembangan dewasa awal akan tetapi juga menurun selama periode ini. pada masa dewasa awal perhatian akan kesehatan meningkat serta adanya perhatian khusus terhadap diet, berat badan dan olah raga dimana hal ini menjadi perhatian lebih terkait dengan adanya perkembangan dan perubahan bentuk fisik yang dapat mempengaruhi seseorang.

Pada masa dewasa awal meskipun mengalami kelebihan berat badan merupakan persoalan yang umum bagi laki-laki maupun perempuan, akan tetapi terdapat lebih banyak perempuan memandang dirinya memiliki masalah kelebihan berat badan. Dimana gambaran ideal seorang perempuan yaitu

---

[7] Bintang Pramudya Putra, *Instagram Post Design Guide Book Instagram Post Design*.02

[8] Aisyah Anastarisha Putri Asharyadi and Siti Qodariah, 'Hubungan Adiksi Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal Di Bandung', *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2.1 (2022), 476–84 <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.1344>.

memiliki berat badan yang kurus sehingga banyak perempuan yang ingin memiliki berat badan yang ideal. Dalam hal ini, dapat berpengaruh terhadap penilaian citra tubuh seseorang.[9]

Tekanan yang timbul akbiat adanya perasaan yang menginginkan agar kecantikan ini dianggap sebagai sesuatu yang wajar dan penting karena keterkaitannya dengan aspek biologis, seksual, dan evolusi. Hal ini membuat perempuan berlomba untuk menjadi cantik, dengan standar kecantikan yang sebenarnya biasa di masyarakat. Dimana hal ini menimbulkan konstruksi sosial di masyarakat Indonesia bahwa perempuan yang cantik itu harus lansing dengan kulit putih, tubuh semampai, dan berwajah simetris. Untuk itu, perempuan lain yang rahangnya maju, atau berhindung pesek, dan memiliki kelebihan berat badan tidak termasuk dalam hal kriteria kecantikan wanita, sehingga beberapa diantara perempuan yang ingin cantik memutuskan untuk mengubah struktur tubuh dan wajahnya.[10]

Menurut Grogan *body image* yaitu bukan sekedar presepsi akan tetapi juga cerminan sikap dan interaksi dengan orang lain. *Body image* merupakan suatu presepsi, pikiran dan perasaan seseorang tentang tubuhnya. Dimana hal ini mencakup aspek positif dan negatif dari *body image*. Selanjutnya Grogan juga berpendapat bahwa *Body Dissatisfaction* merupakan pikiran dan perasaan negatif seseorang terhadap tubuhnya. *Body Dissatisfaction* berkaitan dengan penilaian negatif terhadap ukuran, bentuk, dan berat badan dan biasanya melibatkan presepsi akan ketidaksesuaian antara penilaian seseorang terhadap tubuhnya dan bentuk tubuh yang ideal.[11]

---

[9] John W.Santrock, *Live-Span Development Perkembangan Masa Hidup*, 2002.74-75

[10] Ghela Rahma Islamey, 'Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia Pada Sampul Majalah Femina Discourse on Indonesian Women ' s Beauty Standards on the Cover of Femina Magazine', *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema, Volume*, 2.2 (2020), 110–19 <https://journal.amikom.ac.id/index.php/pikma>.

[11] Sarah Grogan, *Body Image Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*, *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, Third Edit (Routledge, 2017).H.12-13

Banyak orang yang merasa tidak begitu puas dengan penampilannya. Pada umumnya, perempuan memiliki tingkat *body dissatisfation* yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki, dimana walaupun dari segi seksualitas dan usia, serta faktor psikologis seperti harga diri dan bentuk tubuh ideal, berdampak terhadap perbedaan gender tersebut. Perempuan sering kali inggin menurunkan berat badan sehingga hal ini menyebabkan perempuan lebih banyak mendapatkan *body dissatisfaction*.[12]

Penelitian yang dilakukan oleh Salma Maimuna dan Yohana Wuri Satwika tentang Hubungan Media Sosial dengan *Body Dissatisfaction* dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial merupakan salah satu faktor yang membuat seorang cenderung memiliki pengaruh dengan terjadinya hal tersebut. Dimana Saat melihat media sosial, wanita sering kali membandingkan tubuhnya dengan tubuh wanita lain yang ada di sana. Jika dia menganggapnya menawan dan berbeda dari tubuh yang dimilikinya. Karena itu, dia akan mengagumi orang tersebut dan menganggap buruk dirinya sendiri. Hal ini dikarenakan Media sosial adalah wadah untuk membagikan informasi berupa gambar, video, pesan, dan audio kepada orang di seluruh dunia.[13]

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut, dimana hal ini diperoleh dengan melakukan pengamatan atau observasi awal untuk mengetahui apakah terdapat permasalahan pada lokasi tempat penelitian tersebut. Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan terhadap beberapa mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi Manado, menunjukkan bahwa terdapat pengguna media sosial aktif, dimana frekuensi pengunaan media sosial dalam sehari yaitu 4-6 jam, Melalui observasi awal terdapat mahasiwi yang sering membagikan foto maupun video yang telah di

---

[12] Sarah Grogan, *Body Image Understunding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*, Fourth Edi (London and New York: Routledge, 2022) 15-25

[13]Salma Maimunah and Yohana Wuri Satwika, 'Hubungan Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Mahasiswa Perempuan Di Kota Surabaya', *Character: Jurnal Penelitian Psikolog*,08.02(2021),22433<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41197>.

edit dan menggunakan filter terlebih dahulu dengan bentuk story maupun postingan kedalam sosial medianya, adapun mahasiswi yang sering merasa insecure dan sering membanding-bandingkan dirinya dengan *public figure* yang ada di sosial medianya. Hasil observasi awal diperkuat dengan dilakukannya wawancara singkat pada mahasiswi yang dinilai sesui dengan ciri-ciri individu yang memiliki *body dissatisfaction*.

Berdasarkan wawancara singkat yang telah dilakukan, JN menyatakan bahwa ia merupakan pengguna media sosial aktif, dimana dalam sehari ia bisa menghabiskan 4-6 jam untuk melihat media sosial. JN juga menyatakan bahwa ia sering mengedit foto/video dan menggunakan filter ketika inggin membagikannya ke sosial media, JN juga sering membandingkan dirinya dengan orang/ public figure yang ia lihat di sosial media. Disusul dengan CL yang merasa kurang percaya diri ketika membagikan gambar dirinya ke sosial media karena merasa cemas akan tanggapan dari para penggikut sosial medianya. Terakhir NT menyatakan bahwa ia merasa bahwa bentuk fisik sangat berpengaruh terhadap pekerjaan, dimana NT mengatakan bahwa adanya standarisasi tentang bentuk tubuh yang idel dalam bekerja membuat ia merasa bahwa bentuk fisik yang ideal merupakan hal yang sangat penting. Berdasarkan fenomena yang ada, serta hasil observasi awal dan melakukan wawancara singkat, masih terdapat masalah terkait dengan penggunaan media sosial terhadap rasa tidak puas terhadap tubuh pada mahasiswi. Maka fokus dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan yang ada di Fakultas Hukum Angkatan 2023, Universitas Sam Ratulangi.

B. Identifikasi Masalah

1. Terdapat penggunaan media sosial instagram dapat menimbulkan pengaruh negatif tentang cara individu dalam memandang tubuhnya.
2. Terdapat kecenderungan untuk terlihat cantik dan menarik di media sosial instagram sehingga dapat menyebabkan *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan.
3. Terdapat mahasiswa perempuan yang sering membanding-bandingkan bentuk tubuh dengan teman/orang lain yang ia lihat di media sosial instagram.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka fokus penelitian ini hanya pada intensitas penggunaan media sosial instagram, apakah ada pengaruh terhadap *Body Dissatisfation* pada mahasiswa perempuan di Fakultas Hukum angkatan 2023 di Universitas Sam Ratulangi. Batasan penelitian juga berfokus pada mahasiswa perempuan usia 18-25 tahun, serta penelitian ini berfokus pada media sosial instagram.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah di identifikasi, rumusan masalah dari penelitian ini hanya pada intensitas pengguna media sosial instagram apakah berpengaruh terhadap *Body Dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan?

E. Tujuan Masalah

Tujuan penelitian ini mengikuti rumusan masalah di atas. Seperti disebutkan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan di Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat dari segi teoritis dan praktis diantaranya :

1. Manfaat Teori

   Untuk Civitas Akademik, dimana penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang perkembangan media sosial instagram terhadap *Body Dissatisfaction* pada Mahasiswa dan bisa dijadikan sumber informasi atau referensi terutama bagi program studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Institut Agama Islam Negeri (IAIN).

2. Manfaat Praktisi

   a. Bagi diri sendiri, yang memungkinkan penambahan pengetahuan dan pengalaman dalam penelitian, serta semoga temuan dari penelitian ini dapat memberi input dan berguna bagi peneliti lain.

   b. Untuk mahasiswa, penelitian ini bisa menjadi sumber rujukan /referensi agar bisa mengetahui intensitas penggunaan media sosial instagram apakah berpengaruh terhadap penilaian diri (*Body Dissatisfaction*) pada mahasiswa Perempuan.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan ciri atau karakteristik dari variabel tersebut yang dapt diamati. Adapun defini operasional yang akan dijelaskan diantaranya sebagai berikut:

1. Intensitas Media Sosial Instagram

   Media sosial instagram merupakan tempat berbagi aktivitas berbasis online yang dapat diakses dengan internet. Pada media sosial instagram, individu atau kelompok dapat saling berbagi informasi maupun komunikasi melalui pesan teks, audio, gambar maupun video. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan efek negatif, salah satu akibatnya adalah timbulnya perilaku ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh *(Body*

Dissatisfaction). Adapun intensitas merupakan Kondisi seseorang untuk mengukur tingkat intensitasnya saat melakukan suatu hal untuk tujuan tertentu.

2. *Body Dissatisfaction*

Body dissatisfaction bisa dikenal dengan perasaan yang tidak nyaman tentang penampilan, berat badan, ukuran, atau bentuk tubuh yan dimiliki, menghindari situasi sosial dan individu merasa bahwa mereka sedang dinilai berdasarkan penampilan yang dilihat.Penilaian akan bentuk tubuh yang tidak sesuai dengan bentuk tubuh ideal membuat seseorang merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya sendiri sehingga hal ini dapat menimbulkan *body dissatisfaction.*

H. Penelitian Terdahulu

Peneliti menemukan hasil serupa dalam beberapa studi sebelumnya terkait dampak media sosial terhadap ketidakpuasan tubuh pada mahasiswi, tetapi tidak ada yang sepenuhnya sesuai dengan penelitian ini, namun ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan topik di dalam penelitian ini yaitu Hubungan Media Sosial Dengan *Body Dissatisfaction* pada Mahasiswa Perempuan. Berikut ini merupakan beberapa hasil dari penelitian terdahulu yang akan dicantumkan sebagai bahan penguat untuk penelitian, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Salma Maimunah dan Yohana Wuri Satwika, Tahun 2021 dengan judul :"Hubungan *Media Sosial* Dengan *Body Dissatisfaction* Pada Mahasiswa Perempuan Di Kota Surabaya". Berdasarkan hasil pada penelitian ini didapatkan hasil signifikansi sebesar 0,015 (sig. 0,05). Hasil uji hipotesis *product moment* menunjukkan nilai koefisien R sebesar 0,028. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara ketidakpuasan tubuh dengan tingkat penggunaan media sosial.[14] Hal yang membedakan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada tempat penelitian dimana pada penelitian

[14]Salma Maimunah dkk, 197.

terdahulu menggunakan penelitian pada seluruh Mahasiswi yang ada di Kota Surabaya sedangkan penelitian ini hanya pada Mahasiswi yang ada di Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarita Fajar Andini pada tahun 2020 dengan judul: "Aktivitas dan Pengaruh Sosial Media terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Dewasa Awal". Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sosial media terbukti memiliki hubungan positif dengan *body dissatisfaction*. Dimana ketika kegiatan pada sosial media tinggi maka *body dissatisfaction* juga akan tinggi. Hal yang membedakan penelitian sebelumnya dengan yang akan peneliti teliti terdapat pada metode penelitian, dimana peneliti terdahulu menggunakan metode tinjauan terhadap lima literatur yang diperoleh melalui basis pencarian data *science direct* dan *springer link*. Sedangkan yang akan peneliti teliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, subjek tinjauan literatur dari penelitian terdahulu yaitu mahasiswi serta pegawai studi yang berada di Universitas yang ada di Australia dan Inggris, sedangkan subjek yang akan peneliti teliti yaitu mahasiswi yang ada di Universitas Sam Ratulangi Manado.[15]

Anggita Delva Wandriami, Skripsi, tahun 2023 dengan Judul : "Hubungan Intensitas Pengguna Media Sosial Dengan *Body Dissatisfaction* Pada Siswa". Hasil penelitian ini yaitu berdasarkan hasil uji statistik dengan menggunakan *chi square* diperoleh nilai *p value* = 0,019 yang artinya ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction* pada siswa, dimana intensitas pengguna media sosial beresiko 67% dalam mengalami *body dissatisfaction*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan yang akan peneliti teliti terdapat pada tempat penelitian dimana pada penelitian terdahulu tempat penelitituan dilakukan di SMA Negeri 03 Bengkulu Selatan, selain itu dalam penelitian terdahulu menggunakan siswa dan mencakup jenis kelamin laki-laki dan perempuan sedangkan tempat penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat di Universitas Sam

[15] Sarita Fajar Andini,'Aktivitas Dan Pengaruh Sosial Media Terhadap Body DissatisfactionPada DewasaAwal',*Analitika*,12.1(2020),34–43 <https://doi.org/10.31289/analitika.v12i1.3762>.

Ratulangi Manado dan juga subjek yang akan peneliti teliti terdapat pada mahasiswa dan hanya fokus pada jenis kelamin perempuan.[16]

Penelitian yang dilakukan oleh B. Sudiani dan M. Ariyanto, tahun 2023 dengan Judul : " Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan *Body Dissatisfaction* Pada Mahasiswa". Hasil dari penelitian ini Ada hubungan yang signifikan antara tingkat penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* pada mahasiswa di daerah Istimewa Yogyakarta. Perbedaan antara penelitian ini dengan yang akan peneliti teliti terdapat pada lokasi penelitia serta subjek penelitian, dalam penelitian terdahulu berlokasi di daerah Istimewa Yogyakarta dan subjek penelitianya menakup jenis kelamin perempuan dan laki-laki, sedangkan yang akan peneliti teliti berlokasi di Universitas Sam Ratulangi Kota Manado dan hanya fokus pada mahasiswa perempuan saja.[17]

Penelitian yang dilakukan oleh Ruttriani, dengan Judul : "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Perempuan Dewasa Awal". Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terdapat adanya Terdapat hubungan positif yang signifikan antara tingkat penggunaan media sosial Instagram dengan *Body Dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal. Artinya, semakin sering perempuan dewasa awal menggunakan Instagram, semakin tinggi pula tingkat *Body Dissatisfaction* yang mereka rasakan. Perbedaan antara penelitian ini dengan yang akan peneliti teliti yaitu lokasi penelitian terdahulu mencakup beberapa daerah seperti Semarang dan Medan, sedangkan yang akan peneliti teliti berlokasi di Universitas Sam Ratulangi Manado.[18]

---

[16] Anggita Delva Wandriami, 'Hubungan Intensitas Pengguna Media Sosial Dengan Body Dissatisfation Pada Siswa', Universitas Sriwijaya, 4.1 (2023), 88–100.

[17] Bai Sudiani dkk, 'Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Body Dissatisfation Pada Mahasiswa', *Jurnal Riset Dan Inovasi Pembelajaran*, 3.3 (2023) <https://etdci.org/journal/jrip/article/view/1155>.

[18] Ruttriani, 'Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Body Dissatisfaction Pada Perempuan Dewasa Awal',*Unika Soegijapranata*, 154.4 (2022) <https://doi.org/10.1001/jamadermatol.2017.6164>.

Penelitian yang dilakukan oleh Ruttriani, dengan Judul : "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Perempuan Dewasa Awal". Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan analisis data yang telah dilakukan terdapat adanya hubungan positif yang signifikan antara frekuensi penggunaan media sosial Instagram dan *Body Dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal. Semakin sering perempuan dewasa awal menggunakan Instagram, semakin tinggi pula tingkat *Body Dissatisfaction* yang mereka alami. Perbedaan antara penelitian ini dengan yang akan peneliti teliti yaitu lokasi penelitian terdahulu mencakup beberapa daerah seperti Semarang dan Medan, sedangkan yang akan peneliti teliti berlokasi di Universitas Sam Ratulangi Manado.[19]

[19] Ruttriani.21

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

1. Pengertian Media Sosial Instagram

Media sosial terdiri dari dua kata, yaitu media dan sosial. Media merupakan alat, komunikasi, sarana, perantara, atau penguhubung. Sedangkan sosial yaitu berkaitan dengan masyarakat atau suka dalam memperhatikan kepentingan umum. Dalam hal ini, media sosial merupakan sebuah sarana dalam berkomunikasi dan berbagi. Media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah mengikuti, berbagi, dan menciptakan isi yang meliputi blog, jejaring sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia. Dimana pada media sosial Kita juga dapat melakukan berbagai jenis pertukaran, kolaborasi, dan saling mengenal melalui media tulisan, gambar, atau format *audiovisual*.[20]

Menurut Van Djik media sosial merupakan platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, oleh karena itu media sosial bisa dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.[21]

Menurut Mandibergh media sosial merupakan media yang menyediakan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten. Akses akan alat dan penemuan bentuk media baru memungkinkan konsumen media yang pasif untuk membuat dan menyebarkan media mereka sendiri. Dimana kerangka teknologi baru yang telah hadir dan berpusat pada berbagai media diantaranya pesan teks, situs

[20] Sugito dkk, *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*, 2022.1
[21] Sugito and others.2

ulasan berbasis *audiens*, blog serta sistem komentar dan situs web yang bisa berbagi foto, video, beritas sosial, dan platform mikroblog dan lain sebagainya.[22]

Media sosial Instagram kini menjadi pilihan utama banyak orang, instagram merupakan aplikasi yang sering digunakan untuk berbagi foto dan video serta memiliki berbagai fitur yang unik.[23] Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus digunakan dalam media digital yang memiliki fungsi hampir sama dengan twetter. Instagram juga bisa memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas karena instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih baik.[24]

2. Pengertian Intensitas Media Sosial

Intensitas menggambarkan seberapa lama dan seberapa sering seseorang melakukan suatu aktivitas dengan tujuan tertentu. Intensitas mencerminkan kekuatan yang dimiliki oleh seseorang yang penuh semangat, penuh gairah, dan terkait dengan perasaan emosional. Selain itu, intensitas juga bisa diartikan sebagai seberapa sering seseorang mengalokasikan waktunya untuk mencapai tujuan tertentu. [25]

Menurut Lometti, Reeves, dan Bybee pengguna media sosial oleh individu dapat dilihat dari tiga hal :

a. Jumlah waktu, yang berkaitan dengan intensitas, frekuensi, dan durasi yang digunakan untuk mengakses situs.
b. Konten media, yang melibatkan pemilihan media dengan cara yang tepat agar pesan yang ingin disampaikan dapat dikomunikasikan dengan efektif.
c. Keterkaitan antara media dan individu terletak pada hubungan antara pengguna dan media sosial.[26]

---

[22] Michael Mandiberg, 'Mandiberg - 2012 - The Social Media Reader', 2012, 53.
[23] A.H Caleb, T.C., & Rebecca, 'Sicial Media: Defining, Developing, and Divining.', *Atlantic Journal of Communication*, 2015, 23.
[24] D. B. Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: MediabKita, 2012).8
[25] Sugito and others.15
[26] Lometti, Guy E. Reeves, Byron. Bybee, Carl R. 1977. *Investigating Assumptions of Uses and Gratifications Research*. Penelitian komunikasi.321

3. Klasifikasi Media Sosial

Terdapat banyak platform media sosial yang digunakan oleh masyarakat saat ini. Kaplan dan Haenlein mengklasifikasikan media soisal menjadi enam bagian, yaitu :

a. *Collaborative Projects* (Proyek Kolaborasi)

Dalam *Collaborative Projects, website* memberikan hak kepada penggunanya untuk mengubah, menambah, atau menghapus konten yang ada di situs tersebut, seperti yang terjadi pada Wikipedia.

b. *Blog dan Microblog (Blog dan Mikroblog)*

Blog adalah kependekan dari *web log*, yang merupakan aplikasi *web* berupa tulisan-tulisan (dikenal sebagai postingan) di situs *web* umum. *Microblog* adalah versi yang lebih ringkas dari *blog*. Terdapat perbedaan antara *blog* dan *Microblog*, di mana pengguna *blog* dapat memposting tulisan tanpa batasan karakter, sementara pengguna *Microblog* hanya diperbolehkan memposting hingga 00 karakter. Contohnya adalah *Facebook* dan *Twitter*.

c. *Social Networking Sites (Situs Jejaring Sosial)*

Social Networking sites adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain melalui informasi pribadi, seperti foto atau video. Contohnya adalah *Instagram* dan *Facebook*.

d. *Virtual Game World (Dunia Permainan Virtual)*

Virtual Game World adalah simulasi lingkungan 3D (tiga dimensi) di mana pengguna dapat membuat avatar sesuai keinginan dan berinteraksi dengan pengguna lain layaknya di dunia nyata, contohnya adalah game online.

e. *Content Communities (Konten)*

Tujuan utama dari *Content Communities* adalah untuk berbagi konten media di antara pengguna, contohnya adalah YouTube dan TikTok.

f. *Virtual Social World (Dunia Sosial Virtual)*

Di dunia virtual, seperti halnya *virtual game world* yang memungkinkan interaksi dengan pengguna lain, *virtual social world* menawarkan kebebasan yang lebih besar dan tidak terikat, serta lebih fokus pada kehidupan nyata atau realitas, contohnya adalah *Second Life*.[27]

The Graphic Visualization and Usability Center di *Georgia Institute of Technology* mengklasifikasikan penggunaan internet menjadi tiga kategori berdasarkan tingkat intensitas penggunaannya, yaitu :

1) *Heavy user* (lebih dari 40 jam perbulan)
2) *Medium user* (antara 10-40 jam perbulan)
3) *Light user* (kurang dari 10 jam perbulan)

4. Aspek – Aspek Intensitas Media Sosial

Menurut Ajzen aspek-aspek intensitas dibagi menjadi empat yaitu sebagai berikut[28] :

a. frekuensi, frekuensi mencakup gambaran seberapa sering individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu (misalnya perhari, per minggu, dan per bulan).
b. Durasi, durasi mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan juga dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).
c. Perhatian, Perhatian merupakan ketertarikan seseorang pada sesuatu baik itu objek maupun aktivitas yang diamati. dimana hal ini dapat digambarkan bahwa individu bersifat aktif ketika menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Pada saat kebutuhan terpenuhi maka individu akan memfokuskan perhatiannya untuk mengakses media.

---

[27] Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, 'Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media', *Business Horizons*, 53.1 (2010), <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>. 59-68

[28] Icek Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior.* Milton Keyhes (Open Uneversity, 1991).49-53

d. Penghayatan, Penghayatan merupakan pemahaman dan penyerapan informasi yang dilakukans seseorang, selanjutnya terdapat usaha untuk memahami, dan menyiapkan informasi tersebut sehingga menjadi suatu pengetahuan yang baru.

5. Faktor – Faktor Media Sosial

a. Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease Of Use*)

Faktor kemudahan dalam menggunakan media sosial menjadi salah satu alasan utama individu tertarik dalam menggunakannya. Hal ini merujuk pada sejauh mana individu merasa bahwa pengguna sistem mudah dipahami dan tidak mudah sulit untuk digunakan. Dalam konteks media soisal, ini berarti bahwa individu tidak memerlukan banyak usaha dalam mempelajari cara dalam menggunakan *platform* tersebut.

b. Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Faktor ini mengacu sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sisitem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. Dalam pengguna media sosial, hal ini dapat berarti peningkatan produktivitas atau efektivitas dalam tugas tertentu.

c. Kesesuaian (*Compatibility*)

Faktor ini melihat sejauhmana inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu serta kebutuhan pengguna potensial. Dalam media sosial, kesesuaian dalam mempengaruhi penggunaan *platform* tersebut.[29]

d. Sumber Informasi (*Information Behavior*)

Perilaku mencari informasi mengacu pada kecenderungan individu untuk menggunakan media sosial sebagai sumber informasi. Motivasi untuk

[29] Jurnal Komunikasi, 'Penerimaan Media Sosial : Kajian Dalam Kalangan Pelajar Universiti Di Palembang', *Jurnal Komunikasi*, 29.2 (2013), 125–40.

mencari informasi dapat menjadi faktor pendorong utama dalam penggunaan media sosial.[30]

6. Media Sosial Instagram

Instagram merupakan situs media sosial yang memungkinkan para penggunnya untuk berbagi foto dan video. Aplikasi instagram dirancan buat para pengguna seluler (mobile) dengan maksud agar pengguna dapat mengambil foto/gambar lansung di hanphone pengguna kemudian mengunggah gambar secara instan melalui aplikasi instagram.

Aplikasi instagram memiliki tujuan untuk menghubungkan pengguna dengan teman, keluarga, kolega, dan pengguna lainnya dengan berbagai minat. Instgaram memiliki keunggulan basis visual yang menekankan daya kreatif oleh visual para penggunanya. Aplikasi ini memiliki fitur filter untuk foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengedit dan menyempurnakan postingan mereka untuk meningkatkan daya tarik yang lebih maksimal.[31]

B. *Body Dissatisfaction*

1. *Pengertian Body Dissatisfaction*

Body Dissatisfaction merupakan konsep yang berkembang lebih lanjut dari konsep *body image*. Seorang penulis Jerman bernama Schilder dalam Grogan membahas tentang citra tubuh pertama kali pada tahun 1920-an dimana hal ini disebut sebagai fenomena psikologis. Schilder dalam Grogan menyatakan bahwa *body image* adalah persepsi atau gambaran tentang tubuh seseorang yang ada dalam pikirannya.

Menurut Cash dan Szymanski *body dissatisfaction* merupakan penilaian negatif terhadap ukuran bentuk tubuh, bentuk otot, berat badan, dimana terdapat

---

[30] Julianti Cendrawan and Clara R. P. Ajisuksmo, 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keinginan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17.2 (2020), 203–16 <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.1793>.

[31] Putra.1

perbedaan antara penilaian terhadap tubuh sendiri dengan tubuh ideal yang diinginkan.[32] Menurut Cash terdapat lima dimensi dalam *Body Dissatisfaction*, yaitu :

a. *Appearance Evaluation* (evaluasi penampilan). Individu menilai tampilan fisiknya dengan cara mengevaluasi apakah ada atau tidaknya daya tarik fisik yang dimiliki.
b. *Appearance Orientation* (orintasi penilaian). Individu sangat fokus pada penampilannya dan berusaha keras untuk memperbaiki serta meningkatkan penampilan dirinya.
c. *Body Areas Sastisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh). Perhatian seseorang terhadap sejumlah bagian tubuh fisiknya, seperti rambut, wajah, pinggul, dan bagian tubuh lainnya.
d. *Overweight Preoccupation* (kecemasan akan kegemukan), Individu merasa gelisah tentang bertambahnya berat badan dan memutuskan untuk menjalani diet serta mengurangi pola makannya.
e. *Self Classified weight* (klasifikasi berat tubuh). Individu membuat klasifikasi terhadap ukuran tubuhnya dan memiliki presepsi sendiri tentang bagaimana pandangan orang lain dalam mengevaluasi ukuran tubuhnya.[33]

2. Faktor – Faktor *Body Dissatisfaction*

Menurut Grogan S terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Body Dissatisfaction* yaitu *:*

a. Budaya

sebuah budaya yang mempengaruhi cara kita berfikir dan betindak terbentuk dalam masyarakat. Dimana dalam hal ini, budaya masyarakat modern umunya percaya bahwa tubuh kurus, kulit putih, dan hidung mancung merupakan standar kecantikan sosial yang ideal. Di Amerika terdapat kontestan dengan bentuk tubuh yang lansing serta berkulit putih dapat menjadi juara dalam kontestan

[32] Sara Grogan, *Body Imge*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2008,10-25.
[33] Thomas Cash, Pruzinsky, and T (Eds, *Cash, T.F., & Pruzinsky, T. (Eds.). Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*, 2002.3-12.

kecantikan. Hal ini karena karakter tubuh wanita yang seperti itulah yang ada dalam budaya serta cenderung di ikuti oleh wanita-wanita di Amerika. Dimana situasi ini yang bisa membuat sebagian perempuan yang memiliki bentuk tubuh yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut berpotensi mengalami *body dissatisfaction.*

b. Usia

setiap tingkat usia manusia berpotensi menunjukkan yang berbeda-beda terhadap *body dissatisfaction*. Situasi ini terutama dialami oleh perempuan, mulai dari usia anak-anak, remaja, hingga dewasa. Di usia dewasa awal, perempuan cenderung lebih fokus pada penampilan tubuhnya. dibandingkan ketika ia masih remaja. Hal ini bisa terjadi dikarenakan adanya perubahan yang cukup signifikan yang dialami pada masa pubertas. Di masa dewasa awal, individu cenderung sangat peka terhadap perubahan fisik yang terjadi pada tubuhnya, yang akhirnya memicu ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh yang ada.

c. Kelas Sosial

terdapat kelas sosial yang bisa menjadi salah satu faktor seseorang merasakan *body dissatisfaction* atau rasa tidak puas akan bentuk tubuhnya. Grogan berpendapat bahwa ketika seorang individu termasuk dalam kelas sosial yang tinggi cenderung akan mengalami ketidakpuasan pada tubuhnya, hal ini dikarenakan perempuan pada kelas tinggi sangat senang untuk menonjolkan bentuk tubuhnya dan berusha menjadi yang terbaik diantara orang lainnya. Selain itu perempuan dari kalangan kelas atas mudah dalam mendapatkan akses Informasi yang bermanfaat untuk mendukung penampilan mereka.

d. Hubungan Interpersonal

hubungan antar satu dengan yang lain dapat saling bereaksi dan mempengaruhi. Tidak terkecuali dalam hubungan antara individu dengan rekan-rekannya. Dimana Pemahaman tentang pemikirian tubuh ideal dari teman-teman sebaya dapat mempengaruhi individu dalam merasa nyaman atau tidak dengan tubuhnya sendiri.

e. Media sosial

Media sosial memainkan peran yang sangat signifikan dalam membentuk *body dissatisfaction* seseorang. Melalui platform ini, individu dapat melihat gambar dan video yang menampilkan model dengan tubuh yang dianggap ideal menurut standar sosial. Sebagai contoh, dalam iklan, selain memberikan informasi, juga menampilkan gambaran tentang bentuk tubuh yang dianggap ideal di masyarakat, akan tetapi dapat menciptakan tekanan sosial dimana hal ini dapat menyebabkan pemikiran dan persepsi masyarakat terkait dengan ketidakpuasan fisik.[34]

3. Aspek – Aspek *Body Dissatisfaction*

Aspek-aspek *body dissatisfaction menurut* Cooper, Taylor & Fairburn antara lain :

a. *Self Preception Of Shape*

Self-perception terhadap bentuk tubuh merujuk pada cara seseorang melihat dan menilai tubuhnya sendiri. Persepsi negatif tentang bentuk tubuh dapat menunjukkan bahwa individu tersebut berisiko mengalami ketidakpuasan tubuh, sementara persepsi positif terhadap tubuhnya mengindikasikan bahwa orang tersebut cenderung tidak mengalami ketidakpuasan tubuh.

b. *Comparative Perception of Body Image*

Comparative Perception of Body Image adalah aspek yang mengukur sejauh mana seseorang membandingkan citra tubuhnya dengan tubuh orang lain. Ketika individu cenderung membandingkan persepsi citra tubuhnya dengan orang lain, hal ini dapat menandakan bahwa mereka berisiko mengalami ketidakpuasan tubuh, begitu pula sebaliknya.

c. *Attitude Concerning Body Image Alteration*

Attitude Concerning Body Image Alteration adalah Aspek yang mencerminkan sikap yang berfokus pada perubahan citra tubuh, yang berkaitan dengan bagaimana seseorang merespons atau bereaksi secara efektif ketika merasa ada perubahan yang tidak sesuai dengan harapan mengenai bentuk tubuhnya. Jika

[34] Sarah Grogan. *Body Imge*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2008,10-25

seseorang bereaksi negatif terhadap perubahan cara pandangnya terhadap tubuhnya, maka individu tersebut berpotensi mengalami ketidakpuasan tubuh.

d. Severe Alterations In Body Perception

Severe Alterations in Body Perception merujuk pada perubahan drastis dalam cara seseorang memandang tubuhnya. Individu yang mengalami *body dissatisfaction* cenderung merasa dirinya buruk di hadapan orang lain, yang akhirnya menyebabkan mereka lebih memilih untuk mengurangi atau menghindari aktivitas sosial.[35]

4. Indikator *Body Dissatisfaction*

Adapun indikator *body dissatisfaction* menurut Grogan yaitu, terdapat lima indikator tentang *body dissatisfaction* diantaranya :

a. Diet (*Dieting),* salah satu indikator perilaku *body dissatisfaction* adalah kecenderungan untuk mencoba mengubah bentuk tubuh melalui pola makan. Dimana hal ini dilakukan dengan mengurangi porsi makan untuk mendapatkan bentuk tubuh yang ideal.
b. Latihan (*Exercise*), latihan olahraga dilakukan sebagai sarana untuk mengubah bentuk tubuh dan ukuran tubuh.
c. Binaraga (*Bodybuilding*), olahraga masa otot yang dilakukan karena mereka inggin menjadi berotot, kencang, dan terlihat atletis, akan tetapi tidak terlalu berotot.
d. Pengguna Steroid Anaboli (*Anabolic steroid use*), penggunaan steroid anabolik sebagai bantuan olahraga menjadi semakin lazim. Dimana steroid membantu memaksimalkan massa otot, namun juga membawa resiko efek samping yang serius.
e. Beda Kosmetik (*cosmetic surgey*), beda kosmetik bukanlah fenomena baru. Dimana beda kosmetik menjadi sebuah fenomena massal untuk menunjukkan bagaimana beda kosmetik menjadi semakin mudah diakses

[35] C. G. 1987. Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, 'The Development and Validation of the Body Shape Questionnare.', *International Journal of Eating Disorders*, 1987.485-494

oleh wanita yang tidak puas dengan penampilan mereka dan juga sebagaian yang merasa bosan dengan penampilan mereka.[36]

[36] Sara Grogan, *Body Imge*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2008,57-74.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif berfokus pada analisis data numerik yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan dianalisis menggunakan metode statistik.[37] Penelitian ini melibatkan populasi dan sampel, analisis data secara statistik, serta instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan menguji dan menjelaskan hipotesis yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengidentifikasi masalah dan kemudian mengajukan hipotesis atau asumsi sementara terkait masalah tersebut. Peneliti bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (X), yaitu Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, terhadap variabel dependen (Y), yaitu *Body Dissatisfaction*.

B. Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Kegiatan	Des	Jan	mei	juli	agust	Sept	okt	Nov	Des
Penyusunan Proposal	■								
Proposal Seminar			■						
Kompre		■							
Pembuatan Kuisioner				■					
Uji Coba Skala Penelitian					■				
Penelitian						■	■		
Analisis Data								■	■

[37] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).5

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Universitas Sam Ratulangi Manado yang berlokasi di Jln. Kampis Bahu, Kecamatan Malalayang, Kota Manado, Sulawesi Utara. Penelitian dilakukan pada mahasiswa perempuan Fakultas Hukum angkatan 2023 Universitas Samratulangi. Kuisioner disebarkan secara *online* dalam bentuk *google form*, melalui *Whatsapp* pribadi dan *Direct Mesengger* (DM) Instagram.

C. Populasi Penelitian

Populasi penelitian merupakan kelompok subjek yang digeneralisasikan berdasarkan hasil penelitian, dimana suatu populasi kelompok subjek tersebut memiliki ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek lainnya.[38] Populasi dalam penelitian ini mahasiswa perempuan hukum angkatan 2023 yang berjumlah 365 orang, data tersebut diperoleh dari bagian akademik Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi Manado.

D. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi sangat besar, dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari seluruh anggota populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.[39] Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling.*

Accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang/subjek yang kebetulan bertemu memenuhi kriteria sebagai sumber data.[40] Kriteria sampel dalam

[38] Saifauddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).109
[39] Sugiyino, *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D*.127
[40] Sugiyono.85

penelitian ini yaitu, mahasiswa yang memliki akun media sosial instagram, berjenis kelamin perempuan, dan berusia 18-25 tahun.

Teknik menentukan besaran sampel dalam penelitian ini menggunaka rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%. Adapun hasil sampel yang didapati dari hasil penentuan sampel yaitu sebanyak 79 sampel. Namun setelah dianalisis perhitungan jumlah responden yang diperoleh sebanyak 102 sampel, Maka dari itu peneliti hanya menggunakan sebanyak 102 responden dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisioner. Kuisioner merupakan teknik Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.[41]

Untuk mendapatkan data yang akurat dan relevan dengan penelitian, diperlukan suatu alat ukur. Alat ukur dalam penelitian ini berupa skala psikologi, yang dikembangkan berdasarkan definisi operasional variabel yang menjadi fokus penelitian. Skala ini berfungsi sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval dalam alat ukur, sehingga saat digunakan, alat ukur tersebut dapat menghasilkan data kuantitatif.[42] Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert.

Skala Likert adalah alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial.[43] Skala sikap model *likert* dibuat untuk mengidentifikasi pandangan pro dan kontra, sikap positif dan negatif, atau tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan terhadap suatu objek sosial.[44]

---

[41] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.199
[42] sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. 145
[43] sugiyono,146
[44] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*.137

Pernyataan sikap terbagi menjadi dua jenis, yaitu pernyataan yang mendukung atau memihak objek sikap (*favorable*) dan pernyataan yang tidak mendukung atau tidak memihak objek sikap (*unfavorable*). Subjek memberikan respons terhadap setiap pernyataan tersebut menggunakan lima kategori kesetujuan, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS), yang mencakup pernyataan favorable dan unfavorable.[45]

Tabel 3.2 Pernyataan Sikap Favorebel & Unfavorabel

Jawaban	Favorabel	Unfavorabel
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Penelitian ini menggunakan skala yaitu, Intensitas Media Sosial Instagram yang berjumlah 70 item dengan 4 aspek didalam skala dan skala *Body Dissatisfaction* yang berjumlah 70 item dengan 6 aspek yang ada dalam skala penelitian. Berikut ini merupakan gambar skala penelitian yang telah disusun oleh peneliti.

1. Skala Media Sosial

Skala ini disusun oleh peneliti sendiri dengan mengacu pada teori dari Ajzen yang kemudian pernyataannya disesuaikan dengan yang akan diteliti. Adapun *blue print* dari skala intensitas dibagi menjadi empat yaitu frekuensi, durasi, perhatian dan penghayatan.

[45] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*.137

Tabel 3.3 *Blue Print* Skala Intensitas Media Sosial Instagram

No	Aspek Indikator		No Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Frekuesnsi	Frekuensi penggunaan media sosial per hari	2,4,5,6,8,10	1,3,7,9,11	11
		Frekuensi penggunaan media sosial per minggu	12,13,14,17	15,16,18,19	8
		Frekuensi Interaksi	20,21,22,23,24,25	23,26,27	8
2.	Durasi	Waktu harian (daily time)	28,29,30,31,35	32,33,34,36,37	10
		Durasi penggunaan malam hari	38,39,40,41,42	43,44	7
3.	Perhatian	Perhatian terhadap objek/aktivitas di media sosial instagram	45,46,47,49,50	48,51,52	8
		Ketertarikan dalam mengakses media sosial instagram	53,54,55,56	57,58,59,60	8
4.	penghayatan	Menikmati aktivitas yang ada di media sosial instagram	61,62,63,	64,65	5
		Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas	66,67,68,	69,70	5
		Total	40	30	70

2. Skala *Body Dissatisfaction*

Skala ini disusun oleh Cooper, Taylor & Fairburn berdasarkan Aspek-aspek *body dissatisfaction* kemudian pernyataannya disesuaikan dengan yang akan peneliti teliti. Adapun aspek-aspek dari *body dissatisfaction* ada empat yaitu, *self preception of body shape, Comparative Preception Of Body Image, Attitude concerning body image alternation*, *Severe Alternation In Body Image Perception.*

Gambar 3.1 *Blue Print* Skala *Body Dissatisfaction*

No	Aspek Indikator		No Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	(*self preception of body shape*)	Memiliki presepsi positif terhadap diri sendiri	6,7,8,9,10,11	1,2,3,4,5	11
		Memiliki presepsi negatif terhadap bentuk tubuh sendiri	12,13,14,15	16,17,18,19	8
2.	*Comparative Preception Of Body Image*	Sering membandingkan diri dengan orang lain	20,21,22,23,24	25,26,27,28,29	10
		Merasa kurang percaya diri	30,31,32,33,36	34,35	7
3.	*Attitude concerning body image alternation*	Perhatian terhadap kesehatan	37,39,40,41,43	38,42,44	8
		Respon terhadap perubahan citra tubuh	46,47,48	45,49	5
		Sikap terhadap media sosial	50,54,55	51,52,53	6
4.	*Severe Alternation In Body*	Obsesi terhadap penampilan fisik	56,57	58,59,60	5

Image Perception				
	Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas	61,62,63,64,65	66,67,68,69,70	10
	Total	38	32	70

F. Validitas dan Reliabialitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini diuji menggunakan validitas isi aitem untuk memastikan setiap aitem telah merepresentasikan keseluruhan instrumen. Proses validasi isi aitem dilakukan dengan cara yang sama seperti validasi isi indikator perilaku, yaitu dengan menghitung koefisien validitas isi menggunakan metode Aiken-V.[46] Penelitian ini melibatkan sembilan penilai, yang terdiri dari dosen psikologi dan penilai yang dianggap ahli dalam menguji validitas isi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Aiken's V Untuk menganalisis hasil penilaian yang diberikan oleh sembilan penilai tersebut dengan bantuan *Microsoft Exel*. Rumus Aiken's V digunakan untuk menghitung koefisien Validitas konten suatu aitem dinilai oleh sejumlah n ahli untuk menentukan apakah aitem tersebut sudah merepresentasikan konstrak yang diukur.[47] Berikut ini merupakan rumus Aiken' V :

$$v = \frac{\Sigma s}{\eta_{(c-|o)}}$$

Keterangan :

S = r – Io

Io = Angka rating yang rendah (dalam hal ini = 1)

c = Angka rating yang tertinggi (dalam hal ini = 5)

[46] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*.176
[47]SaifuddinAzwar, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).178

r = Angka rating yang diberikan oleh penilai

Berdasarkan tabel Aiken's V, validitas untuk 9 penilai dan 5 kategori penilaian dengan tingkat kesalahan 5% adalah 0,81. Pada skala Intensitas Media Sosial, terdapat 7 item yang dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai validitas di bawah0,81, yaitu nomor 2,3,7,9,11,15,19,21,23,30,31,32,35,37,38,43,45,47, 50,56,56,57,58,59,64,65, 68,70 sehingga jumlah item skala intensitas media sosial yang valid adalah 43 item. Pada sakala *body dissatisfaction* hasilnya terdapat 17 item yang dinyatakan tidak valid karena memiliki nilai validasi di bawah 0,81 yaitu nomor 8,9,15,19,22,23,28,32,39,41,44,48,49,59,61,62,66 sehingga jumlah item skala *body dissatisfaction* yang valid 53 item.

2. Uji Beda Item

Dalam menguji daya beda aitem, peneliti menggunakan koefisien korelasi aitem untuk menentukan sejauh mana aitem dapat membedakan individu atau kelompok individu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS. Menurut Azwar, jika semua aitem mencapai koefisien korelasi ≥ 0,3 maka daya bedanya dianggap memuaskan. Namun sebaliknya, apabila nilai koefisien korelasi aitem ≤ 0,3 maka aitem tersebut memiliki daya beda aitem yang rendah.[48]

a. Uji Daya Beda Aitem Skala Intensitas Media Sosial

Hasil uji daya beda aitem pada skala Intensitas Media Sosial menunjukkan bahwa terdapat 11 aitem yang memiliki nilai koefisien korelasi aitem ≤ 0,3 yaitu nomor 12,17,18,21,22,28,32,33,37,40,43. Adapun aitem yang memiliki nilai koefisien ≥ 0,3 sebanyak 32 aitem dan 32 aitem tersebut yang kemudia digunakan untuk penelitian ini.

b. Uji Daya Beda Aitem Skala *Body Dissatisfaction*

Hasil uji daya beda aitem pada skala *body dissatisfaction* menunjukkan terdapat 0 aitem yang memeiliki nilai koefisien korelasi yang rendah yaitu ≤ 0,3 yaitu nomor 44,45,46,47,48,56,58,62,63,64,65,69,70,75,77,82,83,88,95,96.

[48] Saifuddin Azwar,86.

Adapun aitem yang memiliki nilai koefisien ≥ 0,3 sebanyak 33 aitem dan 33 aitem tersebut yang kemudia digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Reliabilitas

Menurut Azwar, uji reliabilitas dilakukan untuk menentukan apakah alat ukur yang digunakan mampu menghasilkan data yang reliabel dan dapat dipercaya.[49] Pengujian ini juga menggunakan perangkat lunak SPSS dengan metode analisis Alpha Cronbach. Kriteria yang diterapkan adalah jika nilai koefisien lebih dari 0,8, maka alat ukur tersebut dianggap reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.[50] Uji reliabilitias pada penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS 25 dengan rumus Alpha Cronbach sebagai berikut: [51]

$$r_{ii} = \left[\frac{K}{k-1}\right]\left[1 = \frac{\sum\sigma^2}{\sigma^{\,2}}\right]_1$$

Keterengan: r_{ii} = Reliabilitas

Instrumen k = Banyak butir

$\Sigma\sigma^2$ = Jumlah butir pertanyaan

Tabel 3.4 Nilai Koefisien Alpha Cronbach Skala Intensitas Media Sosial Instagram

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	**N Of Items**
.898	43

Berdasarkan tabel 3.5 hasil menunjukkan bahwa analisis reliabilitas skala intensitas media sosial. Dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien *Alpha Cronbach*

[49] Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022).148.
[50] Saifuddin Azwar.150.
[51] Janna, "Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS.",7

yang didapati 0,898 dengan total item yang tidak valid yaitu 11 item sehingga dapat dikatakan skala intensitas media sosial adalah reliabel.

Tabel 3.5 Nilai Koefisien Alpha Cronbach Skala *Body Dissatisfaction*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	**N Of Items**
.867	53

Berdasarkan tabel 3.6 di atas menunjukkan hasil analisis reliabilitas skala *body dissatisfaction*. Dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien *Alpha Cronbach* yang diperoleh adalah 0,867 dengan total item yang tidak valid sebanyak 20 sehingga bisa dikatakan bahwa skala *body dissatisfaction* adalah reliabel.

Berdasarkan hasil kedua pengujian tersebut, peneliti melakukan pembaruan pada blueprint akhir yang telah valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.6 *Blue Print* Skala Intensitas Media Sosial Instagram

No	Aspek	Indikator	No Item		Jumlah
			F	UF	
1.	Frekuesnsi	Frekuensi penggunaan media sosial per hari	2,3,4,5,6	1	6
		Frekuensi penggunaan media sosial per minggu	7,8,9,11	10	5
		Frekuensi Interaksi	13,14,15,16		4
2.	Durasi	Waktu harian (daily time)	19,20	23	3
		Durasi penggunaan malam hari	24,25,26,27		4
3.	Perhatian	Perhatian terhadap objek/aktivitas di media sosial instagram	29,30,31		3
		Ketertarikan dalam mengakses media sosial instagram	34,35,36		3

4.	penghayatan	Menikmati aktivitas yang ada di media sosial instagram	38,39		2
		Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas	41,42		2
		Total	29	3	32

Tabel 3.7 *Blue Print* Skala *Body Dissatisfaction*

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	(*self preception of body shape*)	Memiliki presepsi positif terhadap diri sendiri	49,50,51,52		4
		Memiliki presepsi negatif terhadap bentuk tubuh sendiri	53,54,55	57	4
2.	*Comparative Preception Of Body Image*	Sering membandingkan diri dengan orang lain	59,60,61		3
		Merasa kurang percaya diri	66,67,68,71		4
3.	*Attitude concerning body image alternation*	Perhatian terhadap kesehatan	72,74,76	73	4
		Respon terhadap perubahan citra tubuh	78,79		2
		Sikap terhadap media sosial	80,81,84		3
4.	*Severe Alternation In Body Image Perception*	Obsesi terhadap penampilan fisik	85,86,87	89	4
		Perubahan dalam perilaku	90,91,92	93,94	5

sosial atau aktivitas			
Total	28	5	33

G. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dimulai pada tanggal 9 Agustus 2024 peneliti mulai menyebarkan uji coba skala penelitian berupa kuisioner dengan menggunakan *google form* pada Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado. Selanjutnya pada tanggal 18 September peneliti mulai melakukan penelitian di Fakultas Hukum di Universitas Sam Ratulangi dengan populasi keseluruhan mahasiswa angkatan 3 yaitu sebanyak 665 mahasiswa. namun dalam penelitian ini, terdapat 102 mahasiswi yang menjadi subjek penelitian dengan dasar pengambilan keputusan dilihat dari kriteria subjek yang telah ditentukan oleh peneliti dengan menggunakan skala penelitian yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data

Analisis data merupakan tahap setelah data dari seluruh responden atau sumber data lainnya terkumpul. Kegiatan dalam analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data menurut variabel yang diteliti, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.[52]

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen, yaitu Intensitas media sosial terhadap variabel dependen *Body dissatisfaction*.[53] Selanjutnya data diuji terlebih dahulu menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesi.

[52] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.226
[53] Sugiyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2018).5

2. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk memberikan deskripsi mengenai data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subjek. Penyajian hasil analisis deskriptif biasanya berupa bentuk frekuensi dan presentase, tabulasi silang serta berbagai bentuk grafik dan *chart* pada data yang bersifat kategorikal serta berupa statistik-statistik kelompok (*mean* dan *varians*) pada data yang bukan kategorikal.[54]

Statistika yang wajib untuk disajikan yaitu statistika rata-rata (mean) statistika variabilitas (varians atau deviasi standar) dapat juga seperti tambahan statisik range, median, kurtosis, skor tertinggi dan skor terendah tergantung pada relevansinya.[55]

Tabel 3.8 Kategori Skor

Kategori	Skor
Tinggi	X≥(M+1SD)
Sedang	(M-1SD) ≤X<(m+1SD)
Rendah	X < (M-1SD)

Keterangan :

X = Skor Responden

M = Mean atau Rata-rata

SD = Standar Deviasi

Adapun rumus dalam mencari nilai mean, dan standar deviasi diantaranya :

a. Tabel Distribusi Frekuensi

Tabel distribusi frekuensi merupakan bentuk penyajian data yang dikelompokkan berdasarkan kelas dan intervensi tertentu dapat disajikan dalam bentuk tabel. Tabel distribusi frekuensi ini berguna untuk memudahkan pembaca

[54] SaifuddinAzwar, 199
[55] SaifuddinAzwar, *Azwar, Metode Penelitian Psikologi*.202

dalam memahami sejumlah data yang cukup banyak. Untuk membuat tabel tersebut, dapat digunakan metode dan rumus tertenu. [56]

1) Menghitung banyak data (n)
2) Data minimum (Dmin)
3) Menghitung rentan data/range (r) = Dmax- Dmin
4) Menghitung banyaknya kelas interval $k = 1 + 3{,}3 \log(n)$
5) Menghituung banyaknya panjang interval $i = r/k$, dengan syarat $k.i \geq (r+1))$
6) Menuyusun tabel distribusi frekuensi

I. Hipotesis

Hipotesis di dalam penelitian ini yaitu ada dua :

a. Hipotesis Nol (Ho) : Tidak terdapat pengaruh antara Intensitas Media Sosial Instagram terhadap *Body Dissatisfaction.*
b. Hipotesis Alternatif (Ha) : Terdapat pengaruh antara Intensitas media sosial instagram terhadap *Body Dissatisfaction.*

[56] Dodiet Aditya Setyawan and Others, *Buku Ajar Statistika*, ed. by Muhammad Seto (Indramayu: Penerbit Adab, 2021).2

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Asumsi Klasik

   a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dihitung menggunakan bantuan aplikasi SPSS Dengan menggunakan teknik analisis Kolmogorov-Smirnov dan mengamati nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed),* hasil signifikansi yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 dimana memperoleh hasil signifikansi > 0,05 yang berarti data berdistribusi normal. Berikut ini tabel hasil Uji Normalitas :

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters[a,b]	*Mean*	.0000000
	Std. Deviation	19.80819095
Most Extreme Differences	*Absolute*	.074
	Positive	.054
Test Statistic		.074
Asymp Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test Distribution is Normal
b. Calculated from data
c. Liliefors Significance Correction
d. This is a lower bound of true significance

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear antara variabel bebas (X) dan variabel terikT (Y). Pengujian ini merupakan syarat dilakukannya analisis regresi linear sederhana.[57] Pengujian ini merupakan syarat dilakukannya analisis regresi linear sederhana. Suatu variabel dapat dikatakan variabel jika nilai signifikansi (ρ) > 0,05 linearitas.[58] Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS dengan menggunakan teknik *test for linearity.* Berdasarkan hasil analisis uji linearitas, nilai signifikasni yang diperoleh dari kolom *deviation from linearity* untuk variabel X dan Y adalah 0,310 yang berarti ρ > 0,05 yang memiliki arti yaitu variabel intensitas penggunaan media sosial instagram memiliki hubungan yang linear dengan variabel *body dissatisfaction*.

Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas

ANOVA *Table*

			Sum Of Squares	df	*Mean Square*	F	Sig
Body Dissatisfaction	*Between Groups*	*(Combine)*	16601.412	60	276.690	1.510	.082
Intensitas		*Linearity*	4050.056	1	4050.056	22.101	.000
		Deviation From Linearity	12551.500	59	212.735	1.161	.310
	Within Groups		7513.500	41	304.023		
	Total		47627.814	101			

[57] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, 258.
[58] Edi Riadi, *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS)*, (Yogyakarta: Andi, 2016), 159.

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil uji regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model Summary				
Model	R	*R Square*	*Adjustesd R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.410[a]	.168	.160	14.165

Berdasarkan hasil analisis yang ada pada tabel 4.3 diketahui hasil analisi regresi linear sederhana dalam penelitian ini menunjukkan nilai R Square sebesar 0,168, artinya besarnya sumbangan variabel intensitas dalam mempengaruhi variabel *body dissatisfaction* sebesar 16,8% sedangkan sisanya 83,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Tabel 4.4 Koefisien

Coefficients[a]						
Model		*Unstandardized Coefficieents*		*Standardized Coefficients*	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	*(Constant)*	78.004	6.394		12.200	.000
	Intensitas	.292	.065	.410	4.493	.000

a. *Dependent Variable :Intensitas Media Sosial Instagram*

Selanjutnya, persamaan dari regresi dapat ditulis :

Y = 78.004 + 0,292

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh nilai konstant yaitu sebesar 78,004, artinya secara statistik tanpa adanya intensitas media sosial instagram, maka besarnya *body dissatisfaction* yaitu 78,004. Sedangkan nilai koefisien variabel intensitas media sosial instagram diperoleh sebsesar 0,292, artinya setiap penambahan 1% nilai intensitas media sosial instagram, maka nilai *body dissatisfaction* bertambah sebesar 0.292 (29,2%).

Berdasarkan hasil dari *output* di atas maka dapat dilihat nilai tabel t hitung pada tabel adalah 4.493 > 1,983 nilai T tabel serta nilai signifikansi 0,000, 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Koefisien regresi bernilai positif yang artinya intensitas penggunaan media sosial instagram berpengaruh positif terhadap *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan di Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi Manado.

b. Uji Korelasi

Correlations

		Intensitas	Body Dissatisfaction
Intensitas	Pearson Correlation	1	.410**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	102	102
Body Dissatisfaction	Pearson Correlation	.410**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	102	102

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analisis uji korelasi digunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan antara variabel X dengan variabel Y.[59] pada penelitian ini uji korelasi yang digunakan yaitu 0,410 dengan nilai signifikansi $\rho = 0{,}000 < 0{,}05$. Hasil yang diperoleh menunjukkan korelasi positif yang sangat signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial instagram oleh mahasiswa,

[59] Tim Dosen, Metode Statistik Nonparametik : Uji Korelasi Modul Perkuliahan 12 (Jakarta Barat: Pelaksana Akademik Mata Kuliah Umum (PAMU) Universitas Esa Unggul, 2019), hal 2

maka semakin tinggi juga tingkat *body dissatisfaction* yang terjadi pada mahasiswa perempuan.

c. Hasil Analisis Deskriptif

1) Deskripsi Subjek Penelitian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa merupakan orang yang belajar di Perguruan Tinggi.[60] Menurut Siswoyo, mahasiswa merupakan individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik pada perguruan tinggi negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir, dan memiliki kontrol penuh dalam bertindak.[61] Dalam deskripsi subjek yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga kategorisasi yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin subjek, dan memiliki akun media sosial instagram.

Mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan dimana rentan usianya berkisar 18 sampai 5 tahun. Menurut Santrock masa dewasa awal adalah masa transisi dari masa remaja menuju masa dewasa, dimana masa peralihan ini terdapat pada kisaran umur 18 sampai dengan 5 tahun, dan periode ini ditandai dengan kegiatan penelitian dan eksperimen. Masa dewasa awal adalah masa dimana individu sudah mampu dalam membuat keputusan, dalam hal ini individu sudah mampu membuat keputusan secara luas tentang karir, nilai-nilai, keluarga dan hubungan serta tentang gaya hidup. [62]

Jenis kelamin dalam penelitian ini adalah perempuan, seperti yang diketahui bahwa perempuan lebih dominan dalam mengalami *body dissatisfaction*, hal ini ditandai dengan adanya perasaan *insecure*, merasa selalu kurang dan inggin melakukan perubahan untuk mencapai bentuk tubuh atau citra tubuh yang ideal.

---

[60] Kamus Besar Bahasa Indonesi*a (KBBI)*, III (Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa), 2024).
[61] Siswoyo, Dwi dkk, *Ilmu Pendidikan* (Yogyakarta: UNY Press, 2007).121
[62] John W.Santrock.74-75.

Media sosial instagram berpengaruh akan terjadinya *body dissatisfaction*, dampak dari keseringan dalam mengakses konten-konten kecantikan dan standarisasi tubuh ideal yang beredar dapat mempengaruhi cara seseorang dalam menilai dirinya sendiri.

a) Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

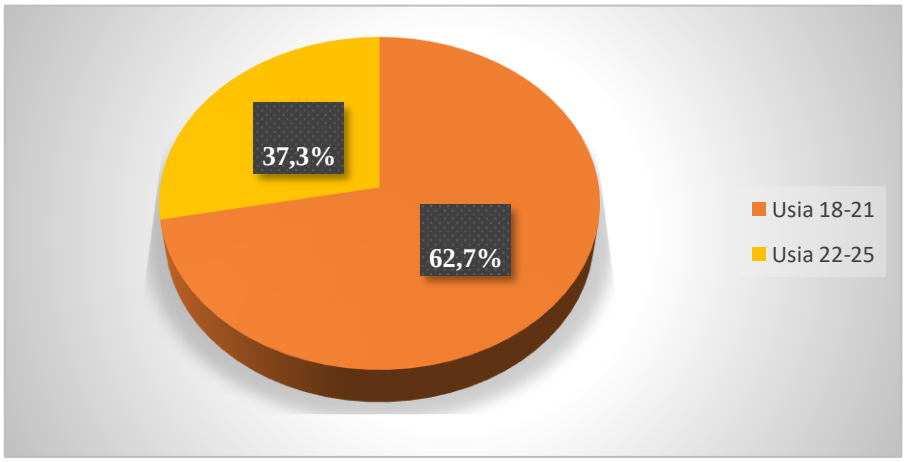
Penelitian ini memperoleh subjek sebanyak 102 dengan rentan usai 18-21 tahun dan 22-25. Peneliti mengkategorikan usia 18-21 dan usia 22-25 subjek karena usia tersebut berada pada masa remaja akhir dan dewasa awal.berdasarkan data tabel dibawa ini menunjukkan usia subjek yang paling banyak yaitu 18-21 tahun yang berjumlah 64 orang atau (62,7%), sedangkan subjek yang paling sedikit ada pada usia 22-25 tahun yaitu sebanyak 38 orang atau (37,3%).

Tabel 4.5 Kategori Usia

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	18-21	64	62.7	62.7	62.7
	22-25	38	37.3	37.3	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel di atas maka dapat digambarkan dalam sebuah diagram :

Gambar 4.1 Diagram Kategorisasi Usia



2) Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarka hasil dari analisis data variabel penelitian yang memuat nilai mean, standar deviasi, nilai rendah, dan nilai tinggi dapat dilihat pada tabel dibawa ini. yaitu berdasarkan jumlah partisipan serta hasil minimal dan maksimal yang diperoleh.

Tabel 4.8 Analisis Data Variabel Penelitian

Descriptive Statistiks					
	N	*Minimum*	*Maximum*	*Mean*	*Std. Deviation*
Intensitas Media Sosial Instagram	102	67	144	106.03	15.452
Body Dissatisfaction	102	55	143	96.11	21.715
Valid N (*listwise*)	102				

Berdasarkan Tabel 4.8 Hasil uji deskriptif di atas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti yaitu, data minimum (terendah) pada skala intensitas penggunaan media sosial instagram ada pada 67, sedangkan nilai maximum (tertinggi) adalah 144. Nilai rata-rata (mean) yaitu 106.03 dan nilai dari standar deviasinya yaitu 15,452. Sedangkan nilai minimum (terendah) pada skala *body dissatisfaction* adalah 55 dan nilai maximum (tertinggi) adalah 143, dengan nilai rata-rata (mean) yaitu 96,11. Penelitian ini memiliki subjek yang berjumlah 102 orang.

a) Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Penelitian ini dilakukan pada 102 mahasiswa perempuan dengan karakteristik berusia 18-25 tahun. berdasarkan hasil dari analisis deskriptif diperoleh rata-rata Intensitas penggunaan media sosial instagam yaitu sebesar 106.03. skor tersebut berada pada kategori sedang dengan skor rendah 67 dan skor tertinggi 144. Berdasarkan seluruh data yang diperoleh, Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah menyajikan interval dalam bentuk tabel distribusi frekuensi menggunakan rumus tertentu.

- Banyak data (n) = 102
- Data minimum (Dmin) = 67
- Data maksimum (Dmax) = 144
- Rentang data (range) r = 77
- Banyak kelas $K = 1+3{,}3 \log (n) = 1+3{,}3 \log (102) = 8$
- Interval kelas $i = \frac{r}{k} = \frac{77}{8} = 9{,}62$

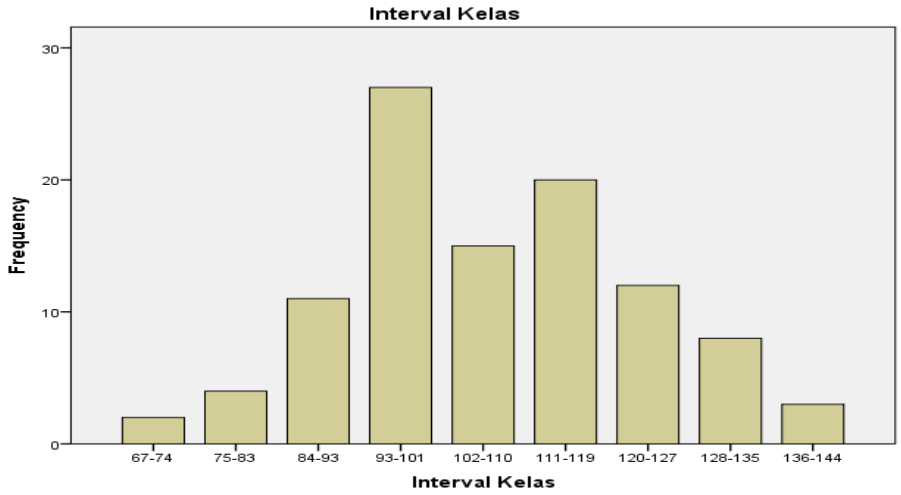
Selanjutnya, data di atas di olah menggunakan Aplikasi SPSS 23 sehingga diperoleh distribusi frekuensi Intensitas Media Sosial Instagram :

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Skala Intensitas Media Sosial Instagram

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	67-74	2	2.0	2.0	2.0
	75-83	4	3.9	3.9	5.9
	84-92	11	10.8	10.8	16.7
	93-101	27	26.5	26.5	43.1
	102-110	15	14.7	14.7	57.8
	111-119	20	19.6	19.6	77.5
	120-127	12	11.8	11.8	89.2
	128-135	8	7.8	7.8	97.1
	136-144	3	2.9	2.9	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.9 distribusi frekuensi pada skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram ditemukan dengan pembagian interval yaitu pada data yang diketahui yaitu ada 102 data subjek yang didapatkan, dengan nilai D min yang diperoleh yaitu 67 dan D mix yang diperoleh yaitu 144 dengan banyak kelas yaitu sebanyak 9 kelas dengan pembagian interval pada kelas yaitu sebanyak 8 kelas. Data di atas dapat digambarkan dengan hasil histogram sebagai berikut :

Gambar 4.4 Histogram Frekuensi Skala Intensitas Media Sosial Instagram



Data pada tabel dan histogram diatas dapat dijelaskan bahwa frekuensi paling banyak terdapat pada skor interval 93-101, jumlah tersebut termasuk pada nilai kategori sedang. Sementara skor paling sedikit dari distribusi frekuensi ada pada skor interval 67-74 dengan jumlah partisipan yang masuk pada skor tersebut, Adapun skor tersebut masuk pada kategori rendah.

Kategorisasi pada tingkat intensitas Penggunaan Media Sosial memiliki skor dan kategori sebanyak tiga kategorisasi. Adapun kategorisasi bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10 Kategorisasi Skor Skala Intensitas Media Sosial Instagram

Kategori	Skor
Rendah	$X \leq 74$
Sedang	$74 \leq X < 119$
Tinggi	$X > 119$

Menurut Tabel 4.10, kategorisasi pada tabel tersebut menunjukkan bahwa jika skor variabel Intensitas media sosial Instagram yang diperoleh kurang dari 74, maka skor tersebut tergolong rendah. Sementara itu, jika skor yang diperoleh lebih dari 119, maka termasuk dalam kategori tinggi. Adapun skor yang berada di antara 74 dan 119, termasuk dalam kategori sedang.

Tabel 4.11 Deskriptif Statistik Kategori Skala Intensitas Media Sosial Instagram

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	Rendah	02	2.0	2.0	2.0
	Sedang	78	76.5	76.5	78.4
	Tinggi	22	21.6	21.6	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

berdasarkan abel 4.10 kategorisasi skor skala intensitas penggunaan media sosial instagram yang paling banyak berada pada kategorisasi sedang, yaitu sebanyak 78 subjek (76,5%), sedangkan pada kategori tinggi yaitu sebanyak 2 subjek (21,6%) dan pada kategori rendah berada yaitu terdapat subjek (2,0%). Subjek pada penelitian ini berjumlah 102 orang.

b) *Body Dissatisfaction*

Penelitian ini menggunakan sebanyak 102 subjek dengan karakteristik berusia 18-21 dan 2-25 tahun. berdasarkan hasil yang di dapati yaitu dengan menggunakan penyajian interval dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dengan rumus yaitu :

- Banyak data (n) = 102
- Data minimum (Dmin) = 55
- Data maksimum (Dmax) = 143
- Rentang data (*range*) $r = 88$
- Banyak kelas $K = 1+3{,}3 \log (n) = 1+3{,}3 \log (102) = 8$

- Interval kelas i = $\frac{r}{k} = \frac{88}{8} = 11$

Selanjutnya, data di atas di olah menggunakan Aplikasi SPSS 23 sehingga diperoleh distribusi frekuensi Intensitas Media Sosial Instagram :

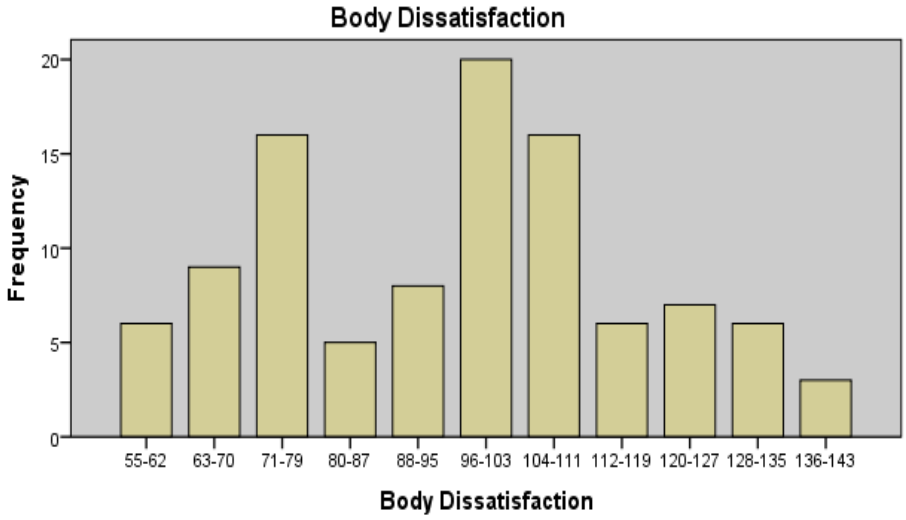
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Skala *Body Dissatisfaction*

		Frequency	*Precent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
Valid	55-62	6	5.9	5.9	5.9
	63-70	9	8.8	8.8	14.7
	71-79	16	15.7	15.7	30.4
	80-87	5	4.9	4.9	35.3
	88-95	8	7.8	7.8	43.1
	96-103	20	19.6	19.6	62.7
	104-111	16	15.7	15.7	78.4
	112-119	6	5.9	5.9	84.3
	120-127	7	6.9	6.9	91.2
	128-135	6	5.9	5.9	97.1
	136-143	3	2.9	2.9	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.12 distribusi frekuensi pada skala *Body Dissatisfaction* ditemukan dengan pembagian interval yaitu pada data yang diketahui ada 102 data subjek yang didapatkan, dengan nilai D min yang diperoleh yaitu 55 dan D mix yang diperoleh yaitu 143 dengan banyak kelas yaitu sebanyak 11 kelas dengan pembagian interval pada kelas yaitu sebanyak 8 kelas. Hasil data di atas dapat digambarkan dengan hasil histogram sebagai berikut :

Berdasarkan hasil tabel dan histogram diatas dapat dijelaskan frekuensi paling banyak terdapat pada skor interval 96-103, skor tersebut termasuk pada nilai kategori sedang. Sementara skor paling sedikit dari distribusi frekuensi ada pada skor interval 136-143 dengan jumlah partisipan 3 yang masuk pada skor tersebut, Adapun skor tersebut masuk pada kategori tinggi.

Gambar 4.4 Histogram Frekuensi Skala *Body Dissatisfaction*



Kategorisasi pada tingkat *body dissatisfaction* memiliki skor dan kategori sebanyak tiga kategorisasi. Adapun kategorisasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13 Kategori Skor Skala *Body Dissatisfaction*

Kategori	Skor
Rendah	$X \leq 79$
Sedang	$79 \leq X < 127$
Tinggi	$X > 127$

Berdasarkan Tabel 4.13, kategorisasi pada tabel tersebut menunjukkan bahwa jika skor variabel *Body Dissatisfaction* yang diperoleh kurang dari 79, maka skor tersebut tergolong rendah. Sedangkan jika skor yang diperoleh lebih besar dari 127, maka skor tersebut tergolong tinggi. Adapun skor yang berada di antara 79 dan 127, maka termasuk dalam skor sedang.

Tabel 4.14 Deskriptif Statistik Kategori Skala *Body Dissatisfaction*

		Frequency	*Percent*	*Valid Percent*	*Cumulative Percent*
valid	Rendah	29	28.4	28.4	28.4
	Sedang	64	62.7	62.7	91.2
	Tinggi	9	8.8	8.8	100.0
	Total	102	100.0	100.0	

Tabel 4.14 menunjukkan kategorisasi skor skala *body dissatisfaction* paling banyak terdapat pada kategorisasi sedang, sebanyak 64 subjek (62,7%), sedangkan pada kategori tinggi yaitu sebanyak 9 subjek (8,8%) dan kategori rendah berada yaitu terdapat 9 subjek (28,4%). Subjek pada penelitian ini berjumlah 102 orang.

B. Pembahasan

Body dissatisfaction merupakan perilaku individu terhadap bentuk tubuhnya baik secara sadar maupun tidak sadar. Dimana Presepsi dan perasaan akan bentuk, ukuran, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu yang secara perlahan dimodifikasi dengan pengalaman-pengalaman baru dari setiap individu.[63] Didalam teori Cash tentang *body dissatisfaction* merupakan suatu sikap dan penilaian negatif mengenai keadaan tubuh yang dimiliki, dimana individu merasa bahwa tubuhnya tidak ideal dan perlu untuk melakukan perubahan atau ditutupi.[64]

Ketidakpuasan terhadap tubuh dapat menjadi faktor risiko yang menyebabkan gangguan persepsi tubuh. Individu yang merasa tidak puas dengan penampilan fisiknya sering kali memiliki persepsi tubuh yang tidak realistis, di mana mereka cenderung melihat diri mereka secara negatif atau lebih besar dari kenyataannya. Pengguna Instagram berisiko terpengaruh oleh gaya hidup yang

[63] Stuart, G. W. (2014). Keperawatan jiwa (Terjemahan), alih bahasa. Jakarta: Achir Yani edisi III. : EGC.72
[64] Cash, T.12

mendorong pencapaian bentuk tubuh tertentu. Frekuensi tinggi dalam mengakses Instagram dapat memicu ketidakpuasan tubuh melalui idealisasi bentuk tubuh, perbandingan dengan orang lain, penggunaan filter dan pengeditan foto, serta konten yang menampilkan bentuk tubuh yang tidak sehat atau berlebihan, yang sering kali dikenal sebagai intensitas penggunaan media sosial Instagram.

Sesuai dengan berbagai teori dan penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara Intensitas penggunaan media sosial instagram dan *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan di Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi dengan rentan usia 18-21 dan 2-25 tahun berdasarkan pengguna aktif instagram dengan jumlah sampel 102 mahasiswa perempuan yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini. pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala intensitas media sosial dengan mengacu pada teori dari Ajzen dan skala *body dissatisfaction* dari Cooper, Taylor & Fairburn.

Hasil dari uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial instagram dan *body dissatisfaction* yaitu rxy 0,410 dengan taraf nilai signifikansi $\rho > 0{,}000$. Hasil dari uji korelasi searah menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel intensitas penggunaan media sosial instagram dan *body dissatisfaction*. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial instagram oleh mahasiswa, maka semakin tinggi juga tingkat *body dissatisfaction* yang terjadi pada mahasiswa perempuan. Selanjutnya dilakukan uji analisis regresi linear sederhana antara variabel intensitas penggunaan media sosial instagram dan variabel *body dissatisfaction* yang memperoleh hasil R Square sebesar 0,168 atau dengan presentase persen (16,8%), artinya variabel intensitas penggunaan media sosial instagram berpengaruh sebesar 16,8% terhadap *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan, sedangkan sisanya 83,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di ukur diluar variabel intensitas media sosial instagram.

Berdasarakan hasil analisis tabel Anova diketahui nilai F sebesar 20.185 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dengan demikian hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Dikarenakan hipotesis alternatif diterima maka terdapat pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *body dissatisfaction*. Hasil analisis regresi yang diperoleh dari c*onstant (a)* adalah 78.004 dan nilai intensitas penggunaan media sosial instagram (b/koefisien regresi) adalah 0,292. Maka dapat disimpulkan bahwa jika nilai variabel intensitas penggunaan media sosial instagram naik satu-satuan maka variabel *body dissatisfaction* akan turun sebsesar 0,292 (29,2%) pada konstanta 78.004. konstanta 78.004 menyatakan jika tidak ada nilai *body dissatisfaction* maka nilai intensitas penggunaan media sosial instagram sebesar 78.004

Hasil koefisien regresi dalam analisis bernilai positif yang menunjukkan bahwa arah persamaan garis regresi searah. Hal ini berarti bahwa ketika nilai dari variabel intensitas penggunaan media sosial instagram meningkat, regresi (atau hasil prediksi) *body dissatisfaction* juga meningkat. Dalam artian bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram yang lebih tinggi berhubungan dengan *body dissatisfatction* sebaliknya, apabila tingkat intensitas penggunaan media sosial instgaram rendah maka tingkat *body dissatisfaction* juga akan menurun (rendah).

Hasil rata-rata yang diperoleh dari uji SPSS 23 untuk variabel intensitas media sosial instagram yaitu 106,03%. Hasil, sedangkan skor terendah 67 dan skor tertinggi yaitu 144. Jumlah item dalam skala intensitas media sosial instagram yaitu 32 butir dengan 4 aspek yang dikemukakan berdasarkan teori dari Ajzen, yaitu frekuensi, durasi, perhatian dan penghayatan. Sedangkan hasil rata-rata untuk variabel *body dissatisfaction* yaitu 96,11%. Hasil tersebut berada pada kategori sedang dengan skor terendah 29 dan skor tertinggi 143. Artinya, variabel intensitas media sosial instagram mendapatkan hasil rata-rata lebih besar jika dibandingkan dengan variabel *body dissatisfaction*.

Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat perilaku intensitas penggunaan media sosial instagram yang cenderung berada pada kategori sedang dengan nilai partisipan 78 partisipan (76,5%), diikuti 2 partisipan (21,6%) yang berada pada kategori tinggi, dan partisipan (2,0%). Artinya 76,5% partisipan mahasiswa perempuan cenderung cukup sering dalam mengakses media sosial instagram sedangkan 1,6% mahasiswa perempuan mengakses media sosial instagram sangat sering (tinggi). Tidak hanya itu, disusul kategori usia mahasiswa perempuan yang diteliti dalam penelitian ini berusia 18-21 dan 22-25. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Salma dkk, menyatakan bahwa perempuan adalah salah satu kelompok yang memberikan kontribusi terbesar dalam menggunakan media sosial dengan rentan usi berada pada 18-25 tahun.[65]

Perilaku intensitas yang sering dilakukan berupa merasa senang ketika mengakses media sosial instagram, dimana ketika mengakses media sosial instagram, pengguna sering menyukai konten-konten yang ada di reels instagram dengan tingkat keseringan dalam mengakses media sosial instagram dalam sehari yaitu 4 jam dalam sehari. Ketiga perilaku tersebut merupakan item yang mendapatkan jawaban skor 4 paling banyak dibandingkan dengan yang lain. Hal ini juga sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh De Vries dkk, yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial dalam jangka waktu lama dapat menyebabkan peningkatan tingkat *body dissatisfaction* pada individu.[66] Menurut Can dan Kaya, frekuensi individu dengan intensitas media sosial ditentukan oleh jumlah kunjungan minimal 4 kali dan lebih dari 1 jam per hari, dengan durasi penggunaan lebih dari 5 jam sehari.[67]

Kesimpulan dari pernyataan tersebut juga didukung oleh hasil penelitian yang didapati oleh Aufi azzahra putri dan Untung subroto bahwa terdapat *body*

---

[65] Maimunah and Satwika.112

[66] De Vries, D. A., Peter, J., De Graaf, H., & Nikken, P. (2016). Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *Journal of Youth and Adolescence, 45*(1), 211–224. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.059

[67] Can, L., & Kaya, N. (2016). Social networking sites addiction and the effect of attitude towards social network advertising. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 235,* 484–492.

dissatisfaction pada mahasiswa perempuan berusia 18 hingga 25 tahun yang sering mengakses media sosial instagram, penelitian ini juga menerangkan bahwa mahasiswa perempuan yang lebih sering mengalami *body dissatisfaction* ketika mengakses media sosial instagram. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa perempuan sering mengalami *body dissatisfaction* yang lebih tinggi dengan jumlah partisipan sebanyak 307. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian bahwa wanita dewasa awal yang berada dalam rentang usia 18-25 tahun termasuk dalam kategori tinggi terhadap ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh.[68]

Body dissatisfaction cenderung terjadi pada wanita dewasa awal, hal tersebut disebabkan karena adanya perilaku yang suka membandingkan diri dengan individu lain yang dilihat melalui media sosial instagram, adapun faktor yang mempengaruhi individu dalam mengalami *body dissatisfaction* yaitu hubungan interpersonal, dimana hubungan antar satu dengan yang lain dapat saling bereaksi dan mempengaruhi. Tidak terkecuali dalam hubungan antara individu dengan rekan-rekannya. Dimana Pemahaman tentang pemikirian tubuh ideal dari teman-teman sebaya dapat mempengaruhi individu dalam merasa puas atau tidak dengan tubuhnya sendiri.

Media sosial juga menjadi salah satu faktor seorang individu dalam mengalami *body dissatisfaction*, dimana media memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan *body dissatisfaction* seseorang. Melalui media sosial, seseorang dapat melihat gambar dan video model tubuh ideal yang sesuai dengan standar yang berlaku di masyarakat menyebabkan pemikiran dan persepsi masyarakat terkait dengan ketidakpuasan fisik. Kaitan antara intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap sisi psikologis seseorang dapat dilihat melalui tingkat *body dissatisfaction* salah satunya melalui aspek yang ada didalam *body dissatisfaction* yaitu presepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh. Dimana persepsi

[68] Aufi Azzahra Putri,Untung Subroto(2023). Pengaruh Intensitas Penggunan Instagram Terhadap Body Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal of Social and Economics Research.1539-1541. https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER/article/view/247/222*

negatif terhadap bentuk tubuh menunjukkan bahwa individu tersebut berpotensi mengalami ketidakpuasan tubuh, sementara persepsi positif terhadap bentuk tubuh menandakan bahwa individu tersebut tidak berpotensi mengalami ketidakpuasan tubuh.[69]

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Qurratu meutia balqis yang melakukan penelitian Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction* pada aceh model *community*, hasil penelitian menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction*. Yang artinya semakin tinggi tingkat intensitas pengguna media sosial maka semakin tinggi pula *body dissatisfaction*. Begitupun sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial, maka semakin rendah *body dissatisfaction* tersebut.[70]

Berdasarkan juga penelitian yang dilakukan oleh Sakina & Sumaryanti tentang hubungan *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial instagram pada wanita dewasa awal dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *body dissatisfaction* dan adiksi media sosial instagram pada wanita dewasa awal.[71] selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Bai Sudiani dan Mustaqim Setyo Ariyanto tentang Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan *Body dissatisfaction* pada mahsiswa, hasil analisis data yang diperoleh yaitu besarnya koefisien korelasi antara variabel intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction* diperoleh skor koefisien korelasi (r) sebesar 0,423 dengan nilai *p* sebesar 0,001 (p,0,01) yang artinya terdapat hubungan yang signifikasn antara intensitas penggunaan media sosial dengan *body dissatisfaction* pada mahasiswa serta hasil koefisien bernilai positif

---

[69] Qooper, P. J., Taylor dkk, 485-494

[70] Qurratu Meutia Balqis, "Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Aceh Model *Community* di Banda Aceh", 2024,.55-56.

[71] Hasna Sakina, Indri Utami Sumaryanti, "*Hubungan Body Dissatisfaction dan Adiksi Media Sosial Instagram pada Wanita Dewasa Awal"* Prosiding Psikologi, Vol. 6 No. 2, Agustus 2020, 827–833

yang berarti terdapat hubungan antara variabel intensitas penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* dan memilki hubungan positif yang kuat.[72]

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan serta teori-teori yang mendukung yang telah dijelaskan sebelumnya, terlihat bahwa subjek yang memiliki intensitas penggunaan media sosial instagram dapat mengalami *body dissatisfaction*. Yang artinya bahwa apabila individu memiliki tingkat intensitas mengakses media sosal instagram yang tinggi maka tingkat *body dissatisfaction* juga meningkat, begitupun sebaliknya. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh maka dapat dikatakan bahwa intensitas penggunaan meedia sosial memiliki pengaruh terhadap *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan Fakultas Hukum Angakatan 2023 di Universitas Samratulangi Manado.

[72] Bai Sudiani dan Mustaqim Setyo Ariyanto, "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Body Dissatisfaction pada Mahasiswa" *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, Vol. 3 No 3,Desember 2023, halaman 220–230

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body dissatisfaction* pada Mahasiswa Perempuan di Fakultas Hukum angkatan 23 Universitas Sam Ratulanggi Manado. Hal ini dibuktikan dengan dilakukannya uji analisis regresi linear sederhana dengan nilai yang diperoleh 0,168 (16,8), yaitu intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh sebesar 16,8% terhadap *body dissatisfaction*. berdasarkan nilai F diperoleh hasil sebesar 20.185 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dengan demikian hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel intensitas penggunaan media sosial instagram terhaddap *body dissatisfaction* pada mahasiswa perempuan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyarankan beberapa hal, sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

   Bagi mahasiswa, peneliti menyarankan untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial, terutama dalam mengakses konten yang dapat mempengaruhi persepsi diri secara negatif. Diharapkan dapat lebih bijak dalam mengelolah waktu dan frekuensi penggunaan media soial. Adapun saran untuk mahasiswa agar mampu meningkatkan kesadaran diri dan mengatur penggunaan waktu agar mahasiswa mampu memahami dampak penggunaan instagram terhadap persepsi tubuh mereka serta pentingnya kesadaran agar mahasiswa tidak mudah terjebak dalam standar kecantikan yang tidak realistis serta memberikan batasan waktu dalam menjelajahi media sosial. Penting untuk mahasiswa agar dapat meningkatkan kesadaran akan dampak dari

perbandingan sosial di media instgaram dan lebih meningkatkan rasa percaya diri serta citra tubuh yang positif.

2. Bagi Program Studi Hukum Unsrat

Peneliti menyarankan agar menyediakan program edukasi atau seminar mengenai literasi media dan kesehatan mental untuk membantu mahasiswa dalam memahami cara memanfaatkan media sosial secara sehat dan produktif.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti menyarankan agar dapat mengkaji faktor-faktor lain yang berkontribusi terhadap *body dissatisfaction*, seperti dukungan sosial dan gaya hidup untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif terkait isu ini,selanjutnya mari kita mengkaji hal yang perlu kita teliti agar dapat memaksimalkan hasil dari penelitian kita.

DAFTAR PUSTAKA

(APJII), Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 'APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembut 221 Orang', *Https://Apjii.or.Id/Berita/d/Apjii-Jumlah-Pengguna-Internet-Indonesia*, 2024

Aisyah Anastarisha Putri Asharyadi, and Siti Qodariah, 'Hubungan Adiksi Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal Di Bandung', *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2.1 (2022), 476–84 <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.1344>

Andini, Sarita Fajar, 'Aktivitas Dan Pengaruh Sosial Media Terhadap Body Dissatisfaction Pada Dewasa Awal', *Analitika*, 12.1 (2020), 34–43 <https://doi.org/10.31289/analitika.v12i1.3762>

Anggita Delva Wandriami, 'Hubungan Intensitas Pengguna Media Sosial Dengan Body Dissatisfation Pada Siswa', *Universitas Sriwijaya*, 4.1 (2023), 88–100

Annur, Cindy Mutia, 'Indonesia Masuk 5 Besar Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Di Dunia', *Databoks*, 2023 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/01/indonesia-masuk-5-besar-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia>

Cindy Mutia, 'Media Sosial Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Awal 2024', *Databoks*, 2024 <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

Atmoko, D. B., *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: MediabKita, 2012)

Azwar, Saifauddin, *Metode Penelitian Psikologi*, II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2022)

Cahaya Suryani, Puradian Wiryadigda, *Psikologi Hoaks*, I (Indonesia: Mozaik Pratama, 2022)

Caleb, T.C., & Rebecca, A.H, 'Sicial Media: Defining, Developing, and Divining.', *Atlantic Journal of Communication*, 2015, 23

Cash, Thomas, Pruzinsky, and T (Eds, *Cash, T.F., & Pruzinsky, T. (Eds.). Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*, 2002

Cendrawan, Julianti, and Clara R. P. Ajisuksmo, 'Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keinginan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17.2 (2020), 203–16 <https://doi.org/10.24002/jik.v17i2.1793>

Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, C. G. 1987., 'The Development and Validation of the Body Shape Questionnare.', *International Journal of Eating Disorders*, 1987

Grogan, Sara, *Body Imge*, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2008, LIII

Grogan, Sarah, *Body Image Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*, *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, Third Edit (Routledge, 2017)

Icek Ajzen, *Attitude, Personality, and Behavior.*, ed. by Milton Keyhes (Open Uneversity, 1991)

Islamey, Ghela Rahma, 'Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia Pada Sampul Majalah Femina Discourse on Indonesian Women ' s Beauty Standards on the Cover of Femina Magazine', *Jurnal PIKMA: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema, Volume*, 2.2 (2020), 110–19 <https://journal.amikom.ac.id/index.php/pikma>

Januarti, Drakel. Wahyuni, Maria Heny Pratiknjo, and Titiek Mulianti, 'Perilaku Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Di Universitas Sam Ratulangi Manado', *Journal Unair*, 21, 2018, 1–20

John W. Santrock, *Live-Span Development Perkembangan Masa Hidup*, 2002

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), III (Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa), 2024)

Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein, 'Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media', *Business Horizons*, 53.1 (2010), 59–68 <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

Komunikasi, Jurnal, 'Penerimaan Media Sosial : Kajian Dalam Kalangan Pelajar Universiti Di Palembang', *Jurnal Komunikasi*, 29.2 (2013), 125–40

Maimunah, Salma, and Yohana Wuri Satwika, 'Hubungan Media Sosial Dengan Body Dissatisfaction Pada Mahasiswa Perempuan Di Kota Surabaya', *Character: Jurnal Penelitian Psikolog*, 08.02 (2021), 224–33 <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41197>

Mandiberg, Michael, 'Mandiberg - 2012 - The Social Media Reader', 2012, 53

Others, Dodiet Aditya Setyawan and, *Buku Ajar Statistika*, ed. by Muhammad Seto (Indramayu: Penerbit Adab, 2021)

Putra, Bintang Pramudya, *Instagram Post Design Guide Book Instagram Post Design*

Ruttriani, 'Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap

Body Dissatisfaction Pada Perempuan Dewasa Awal', *Unika Soegijapranata*, 154.4 (2022) <https://doi.org/10.1001/jamadermatol.2017.6164>

Sarah Grogan, *Body Image Understunding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*, Fourth Edi (London and New York: Routledge, 2022) <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315681528/body-image-sarah-grogan>

Siswoyo, Dwi dkk, *Ilmu Pendidikan* (Yogyakarta: UNY Press, 2007)

Sudiani, Bai, and Mustaqim Setyo Ariyanto, 'Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Body Dissatisfation Pada Mahasiswa', *Jurnal Riset Dan Inovasi Pembelajaran*, 3.3 (2023) <https://etdci.org/journal/jrip/article/view/1155>

Sugito, Aryani Sairun, Ikbar Pratama, and Indah Azzahra, *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*, 2022

Sugiyono, *Analisis Regresi Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2018)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Permohonan Menjadi Penilai

SURAT PERMOHONAN MENJADI PENILAI INSTRUMEN PENELITIAN

Lampiran :
Perihal : Permohonan menjadi penilai instrumen penelitian

Kepada
Yth. Dosen dan
Praktisi
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa
saya,
Nama : Ghia Erisyahria Potabuga
NIM : 20136012

Mahasiswa program studi Psikologi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado sedang melaksanakan penyusunan skripsi yang berjudul **"PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *BODY DISATISFACTION* PADA MAHASISWI UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk melakukan penilaian berkenaan dengan instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini. Instrumen ini merupakan instrumen *Body Dissatisfaction* dan Intensitas Media Sosial yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek *Body Dissatisfaction* yaitu *self perception of body shape, comparative perception of body image, attitude concerning body image alternation, severe alternation in body image perception*, dan aspek dari Intensitas media sosial yaitu Frekuensi, Durasi, perhatian dan Penghayatan.

Demikian surat permohonan ini saya buat. Atas perhatian dan kesediannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Manado, 22 / 07 / 2024
Hormat Saya

Ghia Erisyahria Potabuga
NIM. 20136012

Lampiran 2 Blue Print Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

BLUEPRINT INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Media sosial meruapakan sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengaan mudah mengikuti, berbaggi dan menciptakan isi yang meliputi blog, jejaring sosial yang paling sering digunakan. Instagram menjadi salah satu media sosial yang banyak diakses dan digunakan di indonesia.

intensitas penggunaan media sosial Instagram menurut Andrawati dan Sankarto adalah gambaran seberapa lama dan seberapa sering seseorang mengakses media sosial yang didasarkan oleh berbagai tujuan dan motivasi. Adapun aspek-aspek dari intensitas penggunaan media sosial yaitu frekuensi, durasi, perhatian, dan penghayatan.

Lampiran 3 Hasil Penelitian Instrumen Penelitian Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
Intensitas Pengunaan media sosial instagram	Frekuensi **Definisi :** Frekuensi, mencakup gambaran seberapa individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu (misalnya per hari, per minggu, dan per bulan)	frekuensi penggunaan media sosial per hari	1	Saya jarang menggunakan media sosial instagram dalam sehari	UF					✓
			2	Dalam sehari saya bisa menghabiskan banyak waktu untuk mengakses media sosial instagram	F					
			3	Saya tidak terlalu sering login media sosial instagram	UF	✓				✗
			4	Saya senang ketika mengakses media sosial instagram	F					✓
			5	Ketika membuka media sosial instagram, saya sering lupa waktu	F					✓
			6	Saya sering menghabiskan waktu seharian untuk melihat postingan yang ada di media sosial instagram	F					✓
			7	Saya jarang mengakses media sosial instagram dalam sehari	UF	✗✓				

1, 3, 7 = identik

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			8	Dalam sehari saya biasanya menghabiskan waktu untuk menonton konten yang ada di media sosial instagram	F					✓
			9	Saya tidak terlalu suka mengabiskan waktu untuk menonton konten kecantikan di media sosial instagram	UF					✓
			10	Saya bisa menghabiskan waktu sehari untuk berinteraksi dengan orang lain di media sosial instagram	F					✓
			11	Saya tidak terlalu aktif untuk bersosialisai dengan orang lain di media sosial instagram	UF					✓
		Frekuensi penggunaan media sosial perminggu dan perbulan	12	Saya sering mengkases media sosial instagram dalam waktu satu bulan terakhir	F					✓
			13	Saya sering menggunakan fitur instagram story dalam waktu satu bulan terakhir	F					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			14	Saya inggin terlihat cantik dengan menggunakan fitur filter yang ada di instagram dalam waktu satu bulan terakhir	F					✓
			15	Saya jarang menggunakan fitur komen dan share yang ada di instagram dalam waktu satu bulan terakhir	UF					✓
			16	Saya jarang membuka akun media sosial instagram saya dalam waktu satu bulan terakhir	UF					✓
			17	Saya menggunakan instagram untuk melihat konten kecantikan dalam waktu satu minggu terakhir	F					✓
			18	Saya tidak pernah melihat konten kecantikan di media sosial instagram selama satu minggu terakhir	UF					✓

1 bulan dan 1 minggu ⇒ apa ada variasi yg ingin dijelaskan

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			19	Saya jarang berinteraksi dengan teman-teman yang ada di media sosial instagram dalam satu minggu terakhir	UF					✓
		Frekuensi interaksi, jumlah interaksi seperti suka *(likes)*, komentar dan berbagi (*share*) yang dilakukan oleh pengguna media sosial instagram	20	Saya menyukai fitur like yang ada di media sosial instagram	F					✓
			21	Saya sering merasa cemas ketika melihat komentar yang ada di postingan instagram saya	F					✓
			22	Saya sering memeriksa jumlah like yang ada di postingan instagram saya	F					✓
			23	Saya jarang melihat instagram story saya	UF					✓
			24	Dalam sehari saya sering menghabiskan waktu untuk melihat konten kecantikan di media sosial instagram	F					✓
			25	Dalam sehari saya bisa	F					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
				menghabiskan waktu untuk berinteraksi dengan teman saya lewat fitur komentar yang ada di media sosial instagram						
			26	Saya jarang mencari referensi kecantikan atau kebugaran lewat konten media sosial instagram	UF					✓
			27	Saya jarang aktif menggunakan media sosial instagram untuk melihat konten-konten atau influencer kecantikan	UF					✓
	Durasi **Definisi :** Durasi mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet	Waktu harian (daily time) Jumlah waktu yang dihabiskan pada media sosial setiap hari	28	Saya mengakses media sosial instagram selama 4 jam sehari	F					✓
			29	Saya sering menonton konten kecantikan di media sosial instagram lebih dari 2 jam	F					✓
			30	Saya senang menghabiskan waktu lebih dari 6 jam untuk mengakses media sosail instagram	F					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
	dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan juga diinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).		31	saya seering bolak balik dalam waktu kurang lebih 5 menit- 1 jam untuk melihat instagram story	F					✓
			32	saya mengakses mendia sosial instagram kurang dari 1 jam	UF	✓				✗
			33	Saya tidak pernah menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial instagram	UF					✓
			34	Saya tidak pernah menghabiskan lebih dari 2 jam untuk bersosialisai dengan orang lain di media sosial instagram	UF					✓
			35	Ketika membagikan postingan ke instagram, setiap 5 menit saya selalu memeriksa berapa jumlah like yang ada di postingan tersebut	F					✓
			36	Saya menyesal setiap kali menghabiskan waktu ber jam-jam mengakses media sosial instagram	UF					✓

< 1 jam ; 31 = 32

↳ revisi.

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			37	Saya tidak suka menghabiskan waktu saya satu menit pun untuk melihat konten kecantikan yang ada di media sosial instagram	UF					✓
		Durasi penggunaan malam hari (waktu yang dihabiskan pada media sosial instagram selama jam malam.	38	Saya lebih aktif mengakses media sosial instagram pada jam 10 malam	F					✓
			39	Biasanya saya mengakses media sosial instagram di atas jam 10 malam	F					✓
			40	Saya sering begadang hanya untuk menonton konten-konten yang ada di sosial media instagram	F					✓
			41	Saya lebih suka membagikan postingan pada malam hari	F					✓
			42	Saya lebih banyak menghabiskan waktu di malam hari ketika mengakses media sosial instagram	F					✓
			43	Saya tidak pernah mengakses media sosial instagram di atas jam 7 malam	UF					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			44	Saya membatasi media sosial instagram saya ketika malam hari dengan fiur silent mode agar tidak menganggu	UF					✓
	Perhatian (*isi*) **Definisi:** Merupakan ketertarikan seseorang pada sesuatu objek maupun aktivitas yang diminati.	Perhatian terhadap objek/aktivitas yang ada di media sosial instagram	45	Saya lebih suka melihat konten-konten kecantikan yang ada di media sosial instagram	F					✓
			46	Saya sangat tertarik akan postingan tentang produk kecantikan yang ada di media sosial instagram	F					✓
			47	Saya merasa perlu mengedit foto saya sebelum di posting ke media sosial instagram	F					✓
			48	Saya merasa tidak percaya diri memposting diri saya dalam keadaan tidak menggunakan make up	UF					✓
			49	Saya senang mengakses media sosial instagram untuk melihat public figure favorite saya	F					✓

apa ini bukan F

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			50	Terkadang saya membandingkan bentuk tubuh saya dengan orang lain yang ada di media sosial instagram	F					✓
			51	Saya jarang memeriksa jumlah followers instagram saya	UF					✓
			52	Saya jarang memperhatikan instagram story teman saya	UF					✓
		Ketertarikan dalam mengakses media sosial instagram	53	Dari beberapa media sosial yang ada, saya lebih sering mengakses media sosial instagram	F					✓
			54	Saya lebih menyukai konten-konten yang ada di feeds instagram	F					✓
			55	Instagram memudahkan saya dalam mendapatkan informasi mengenai style outfit	F					✓
			56	Saya sering membagikan kegiatan saya lewat instagram story	F					✓
			57	Saya jarang termotivasi ketika melihat postingan yang ada di instagram	UF					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			58	Saya tidak terlalu suka mengakses media sosial instagram karena membuat saya mudah insecure	UF					✓
			59	Saya mengakses media sosial hanya di saat bosan saja	UF					✓
			60	Saya tidak tertarik dengan hal apapun yang ada media sosial instagram	UF					✓
	Penghayatan **Definisi :** Penghayatan merupakan pemahaman dan penyerapan informasi yang dilakukans seseorang, selanjutnya terdapat usaha untuk memahami, dan menyiapkan informasi tersebuts ehingga menjadi duatu pengetahuan yang baru	Menikmati aktivitas yang ada di media sosial instagram	61	Saya sering menyukai informasi-informasi postif yang membangun yang ada di media sosial instagram	F					✓
			62	Saya merasa lebih baik ketika melihat konten positif yang dibagikan orang lain di media sosial instagram	F					✓
			63	Instagram memberikan fitur-fitur menarik yang bisa membantu saya dalam meningkatka rasa percaya diri saya	F					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			64	Terkadang saya merasa tidak nyaman dengan komentar-komentar negatif yang beredar di media sosial instagram	UF					✓
			65	Saya sulit fokus mengerjakan tugas saat mengakses instagram	UF					✓
		Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas	66	Saya merasa mudah terhubung dengan komunitas hobi saya di media sosial instagram	F					✓
			67	Media sosial sering membantu saya mengekspresikan diri saya melalui berbagai fitur media sosial instagram	F					✓
			68	Saya sering merasa sulit untuk menghabiskan waktu tanpa memeriksa media sosial instagram	F					✓
			69	Standarisasi kecantikan yang beredar di sosial media sosial instagram membuat saya insecure	U					✓
			70	Saya jarang mengikuti akun inspiratif di instagram	UF					✓

Lampiran 4 Blue Print Skala *Body Dissatisfaction*

BLUEPRINT SKALA *BODY DISSATISFACTION*

Mengapa *Body Dissatisfaction* dapat terjadi? Cash dan Szymanski menyatakan bahwa hal tersebut terjadi karena adanya penilaian negatif terhadap ukuran bentuk tubuh, bentuk otot, berat badan dimana terdapat perbedaan antara penilaian akan tubuh sendiri dengan tubuh orang ideal yang diinginkan.

Adapun aspek-aspek *body dissatisfaction* yaitu aspek *self perception of body shape* (persepsi terhadap bentuk tubuh), *comparative perception of body image* (perbandiangan yang dilakukan dengan bentuk tubuh orang lain yang dianggap lebih ideal), *attitude concerning body imeg alternation* (sikap yang terjadi pada perubahan citra tubuh), severe *alternation in body image perception* (sikap lebih drastis yang terjadi akibat perubahan citra tubuh dan telah mengamggu keseharian).

Lampiran 5 Hasil Skala Penilaian Instrumen Penelitian Skala *Body Dissatisfaction*

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR 1	TR 2	AR 3	R 4	SR 5
Body Dissatisfaction	Presepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh (*Self Preception Of body Shape*) **Definisi :** Presepsi diri sendirii terhadap bentuk tubuh merupakan persepsi negatif akan bentuk tubuh mengindikasikan seseorang yang bersangkutan berpotensi mengalami ketidak puasan tubuh. Sedangkan persepsi yang positif atas bentuk tubuh mengindikasikan bahwa	Memiliiki presepsi positif terhadap diri sendiri	1	Saya merasa puas dengan bentuk tubuh saya	UF					✓
			2	Saya menyukai bentuk tubuh saya apa adanya	UF					✓
			3	Saya merasa senang dengan bentuk tubuh saya	UF					✓
			4	Saya tidak terlalu peduli dengan tanggapan orang lain tentang tubuh saya	UF					✓
			5	Saya menghargai bentuk tubuh saya saat ini	UF					✓
			6	Saya selalu merasa kurang dengan bentuk tubuh saya	F					✓
			7	Saya merasa tidak nyaman dengan bentuk tubuh saya	F					✓
			8	Saya selalu memikirkan pendapat orang lain terhadap bentuk tubuh saya	F					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
Body Dissatisfaction	Presepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh (*Self Preception Of body Shape)* **Definisi :** Presepsi diri sendirii terhadap bentuk tubuh merupakan persepsi negatif akan bentuk tubuh mengindikasikan seseorang yang bersangkutan berpotensi mengalami ketidak puasan tubuh. Sedangkan persepsi yang positif atas bentuk tubuh mengindikasikan bahwa	Memiliki presepsi positif terhadap diri sendiri	1	Saya merasa puas dengan bentuk tubuh saya	UF					✓
			2	Saya menyukai bentuk tubuh saya apa adanya	UF					✓
			3	Saya merasa senang dengan bentuk tubuh saya	UF					✓
			4	Saya tidak terlalu peduli dengan tanggapan orang lain tentang tubuh saya	UF					✓
			5	Saya menghargai bentuk tubuh saya saat ini	UF					✓
			6	Saya selalu merasa kurang dengan bentuk tubuh saya	F					✓
			7	Saya merasa tidak nyaman dengan bentuk tubuh saya	F					✓
			8	Saya selalu memikirkan pendapat orang lain terhadap bentuk tubuh saya	F					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
	seseorang tersebut tidak berpotensi mengalami ketidakpuasan tubuh.		9	Saya merasa malu dengan bentuk tubuh saya	F					✓
			10	Saya tidak terlalu suka dengan bentuk tubuh saya	F					✓
			11	Bentuk tubuh saya kurang menarik	F					✓
		Memiliki presepsi negatif terhadap bentuk tubuh sendiri	12	Saya merasa memiliki bentuk tubuh yang tidak baik	F					✓
			13	Saya merasa bentuk tubuh saya tidak bagus untuk dilihat	F					✓
			14	Saya memiliki bentuk tubuh yang tidak ideal	F					✓
			15	Saya sering menutupi tubuh saya dengan pakain oversize	F					✓
			16	Bentuk tubuh saya membuat saya percaya diri	UF					✓
			17	Saya merasa bentuk tubuh saya sangat baik	UF					✓
			18	Dalam banyak hal, saya bersyukur dengan bentuk tubuh saya	UF					✓
			19	Saya merasa baik dengan bentuk tubuh saya	UF					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
	Membandingkan presepsi mengenai citra tubuh dengan orang lain (*Comparative Preception Of Body Image)* **Definisi :** , hal ini dapat menunjukkan bahwa seseorang tersebut berpotensi mengalami ketidakpuasan tubuh, begitupun sebaliknya.	Sering membandingkan diri dengan orang lain	20	Saya merasa tidak puas dengan bentuk tubuh saya ketika melihat bentuk tubuh orang lain di media sosial instagram	F					✓
			21	Saya merasa bentuk tubuh orang lain lebih baik dari saya	F					✓
			22	Terkadang saya melakukan diet agar memiliki bentuk tubuh yang ideal seperti orang lain	F					✓
			23	Terkadang saya inggin memiliki bentuk tubuh yang berisi seperti orang lain di media sosial instagram	F					✓
			24	Saya inggin memiliki bentuk tubuh ideal seperti orang lain yang saya lihat di media sosial	F					✓
			25	Saya tidak pernah membandingkan bentuk tubuh saya dengan orang lain yang ada di media sosial instagram	UF					✓
			26	Saya tidak merasa insecure ketika melihat bentuk tubuh orang lain	UF					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			27	Saya merasa bentuk tubuh saya sudah bagus	UF					✓
			28	Saya suka dengan bentuk tubuh yang berisi	UF					✓
			29	Saya senang melihat bentuk tubuh yang baik dan sehat	UF					✓
		Merasa kurang percaya diri	30	Saya selalu menggunakan filter media sosial instagram ketika inggin memposting foto/video	F					✓
			31	Saya sering mengedit foto saya sebelum dibagikan ke media sosial instagram	F					✓
			32	Saya merasa kurang percaya diri ketika tidak menggunakan fitur filter instagram	F					✓
			33	Saya merasa cemas akan pandangan orang lain terhadap bentuk tubuh saya	F					✓
			34	Saya tidak merasa malu terlihat gemuk di media sosial instagram	UF					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			35	Saya tidak merasa cemas akan pandangan orang lain terhadap bentuk tubuh saya	UF					✓
			36	Saya inggin terlihat cantik di media sosial instagram	F					✓
	Sikap fokus terhadap citra tubuh *(Attitude concerning body image alternation)* **Definisi:** Sikap fokus terhadap citra tubuh berkaitan dengan bagaimana seseorang dalam bersikap atau bereaksi secara efektif ketika merasa terdapat perubahan yang tidak sesuai dengan harapan akan bentuk tubuhnya.	Perhatian terhadap kesehatan	37	Saya melakukan diet agar terlihat cantik dan menarik	F			✓		✗
			38	Saya tidak perduli dengan porsi makan saya	UF					✓
			39	Saya sering memuntahkan makanan saya karena takut gemuk	F					✓
			40	Saya merasa cemas ketika makan berlebihan karena takut bertambah berat badan	F					✓
			41	Saya sering menahan lapar karena takut bertambah berat badan	F			✓		✗
			42	Saya tidak merasa cemas ketika makan berlebihan	UF					✓
			43	Saya selalu memeriksa berat badan saya setiap saat	F					✓
			44	Saya tidak pernah memeriksa berat badan saya setiap saat	UF					✓

37

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
		Respon terhadap berubahan citra tubuh	45	Saya menerima dan menghargai perubahan alami pada citra tubuh saya saat ini	UF					✓
			46	Saya merasa frustasi dan tidak mampu menerima perubahan citra tubuh saya	F					✓
			47	Saya cenderung meremehkan diri sendiri karena tidak mencapai standar kecantikan yang saya ingginkan	F					✓
			48	Saya merasa kesulitan untuk menerima perubahan alami pada tubuh saya seiring bertambahnya usia	F					✓
			49	Saya sering maerasa bahagia dengan penampilan fisik saya	UF					✓
		Sikap terhadap media sosial	50	Saya merasa orang-orang sedang menilai diri saya ketika memposting foto di instagram	F					✓
			51	Saya merasa percaya diri ketika banyak mendapatkan pujian tentang diri saya di media sosail instagram	UF					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			52	Saya tidak mudah terpengaruh dengan cara pandang orang lain terhadap bentuk tubuh di media sosial	UF					✓
			53	Saya menghargai keberagaman tubuh yang ada di media sosial dan mengambil inspirasi dari orang-orang yang merayakan bentuk tubuh	UF					✓
			54	Saya merasa tidak puas dengan penampilan fisik saya setelah melihat gambar-gambar sempurna di media soisal instagram	F					✓
			55	Saya merasa rendah diri atau tidak cukup baik setelah melihat foto-foto tubuh ideal di platform media sosial instagram	F					✓
	Perubahan drastis terhadap presepsi mengenai tubuh *(Severe Alterations In Body Perception)*	Obsesi terhadap penampilan fisik	56	Saya merasa tidak puas dengan penampilan fisik saya dan selalu merasa perlu untuk melakukan perubahan	F					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
	Definisi : Seseorang yang mengalami *body dissatisfaction* cenderung akan merasa bahwa dirinya buruk di depan orang lain. dimana hal ini membuat seseorang cenderung untuk mengurangi atau menghindari aktivitas sosialnya		57	Saya merasa terobsesi untuk mencapai berat badan atau bentuk tubuh tertentu tanpa memperhatikan kesehatan secara keseluruhan	F					✓
			58	Saya jarang memeriksa penampilan saya di cermin dan menghabiskan waktu lama untuk berdandan atau memperbaiki penampilan	UF					✓
			59	Saya merasa senang ketika berat badan saya bertambah	UF					✓
			60	saya melakukan olahraga agar memiliki bentuk tubuh yang cantik	UF					✓
		Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas	61	Aktifitas saya sehari-hari seringkali nampak biasa saja dan tidak penting untuk saya	F					✓
			62	Saya merasa kurang percaya diri ketika melakukan aktivitas diluar rumah	F					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			63	Saya membatasi interaksi sosial dengan orang lain di media sosial instagram karena merasa insecure	F					✓
			64	Saya jarang keluar rumah karena merasa malu dengan citra tubuh saya	F					✓
			65	Saya sering menghindari aktivitas sosial karena merasa tidak nyaman dengan penampilan tubuh	F					✓
			66	Saya termotivasi untuk menerapkan perilaku sosial dalam menjalani gaya hidup yang lebih sehat	UF					✓
			67	Saya merasa percaya diri ketika memakai pakaian fit body	UF					✓
			68	Dengan bersosialisai dengan orang lain membuat rasa insecure saya berkurang	UF					✓

Variabel	Aspek	Indikator	No. Item	Pernyataan	F/U	Kategori				
						STR	TR	AR	R	SR
						1	2	3	4	5
			69	Saya tidak peduli dengan penilaian orang lain tentang tubuh saya ketika melakukan aktivitas diluar ruangan	UF					✓
			70	Saya sering menghabiskan waktu luang untuk berkumpul dengan teman-teman tampa merasa malu dengan bentuk tubuh saya	UF					✓

Lampiran 6 Surat Keterangan Penilai Instrumen Penelitian

Perilsa catatan !

Surat Keterangan Penilaian Instrumen

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Artianto. M.Pd.

Jabatan : Dosen

Dengan ini menerangkan bahwa telah melakukan penilaian dan memberikan masukan terhadap instrument Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagam terhadap *Body Dissatisfaction* pada Mahasiswa Perempuan, yang diajukan sebagaimana yang terlampir.

Manado, 22/07/2024

(Dr. Artianto, M.Pd.)

Lampiran 7 Daftar Nama Penilai Aiken'v Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan *Body Dissatisfaction*

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Aris Soleman, M.Psi	Dosen Psikologi	Dikembailakan
2	Dr. Shinta Nento, M.Pd.I	Dosen	Dikembailakan
3	Dr. Ardianto, M.Pd	Dekan FTIK	Dikembailakan
4	Muhammad Kamil Jafar, M.Si	Sekpro Sosiologi Agama	Dikembailakan
5	Kadir, M.Pd	LPM IAIN Manado	Dikembailakan
6	Agung Budi Santoso, M.Pd	LPM IAIN Manado	Dikembailakan
7	Andi Asma, M.Pd	LPM IAIN Manado	Dikembailakan
8	Rhyan P. Reksamunandar, M.Si	Sekretaris LPM IAIN Manado	Dikembailakan
9	Nur Fadli Utomo, M.Pd	Dosen	Dikembailakan

Lampiran 8 Tabel Aiken's V

No. of Items (m) or Raters (n)	Number of Rating Categories (c)											
	2		3		4		5		6		7	
	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p
2							1.00	.040	1.00	.028	1.00	.020
3							1.00	.008	1.00	.005	1.00	.003
3			1.00	.037	1.00	.016	.92	.032	.87	.046	.89	.029
4					1.00	.004	.94	.008	.95	.004	.92	.006
4			1.00	.012	.92	.020	.88	.024	.85	.027	.83	.029
5			1.00	.004	.93	.006	.90	.007	.88	.007	.87	.007
5	1.00	.031	.90	.025	.87	.021	.80	.040	.80	.032	.77	.047
6			.92	.010	.89	.007	.88	.005	.83	.010	.83	.008
6	1.00	.016	.83	.038	.78	.050	.79	.029	.77	.036	.75	.041
7			.93	.004	.86	.007	.82	.010	.83	.006	.81	.008
7	1.00	.008	.86	.016	.76	.045	.75	.041	.74	.038	.74	.036
8	1.00	.004	.88	.007	.83	.007	.81	.008	.80	.007	.79	.007
8	.88	.035	.81	.024	.75	.040	.75	.030	.72	.039	.71	.047
9	1.00	.002	.89	.003	.81	.007	.81	.006	.78	.009	.78	.007
9	.89	.020	.78	.032	.74	.036	.72	.038	.71	.039	.70	.040
10	1.00	.001	.85	.005	.80	.007	.78	.008	.76	.009	.75	.010
10	.90	.001	.75	.040	.73	.032	.70	.047	.70	.039	.68	.048
11	.91	.006	.82	.007	.79	.007	.77	.006	.75	.010	.74	.009
11	.82	.033	.73	.048	.73	.029	.70	.035	.69	.038	.68	.041
12	.92	.003	.79	.010	.78	.006	.75	.009	.73	.010	.74	.008
12	.83	.019	.75	.025	.69	.046	.69	.041	.68	.038	.67	.049
13	.92	.002	.81	.005	.77	.006	.75	.006	.74	.007	.72	.010
13	.77	.046	.73	.030	.69	.041	.67	.048	.68	.037	.67	.041
14	.86	.006	.79	.006	.76	.005	.73	.008	.73	.007	.71	.009
14	.79	.029	.71	.035	.69	.036	.68	.036	.66	.050	.66	.047
15	.87	.004	.77	.008	.73	.010	.73	.006	.72	.007	.71	.008
15	.80	.018	.70	.040	.69	.032	.67	.041	.65	.048	.66	.041
16	.88	.002	.75	.010	.73	.009	.72	.008	.71	.007	.70	.010
16	.75	.038	.69	.046	.67	.047	.66	.046	.65	.046	.65	.046
17	.82	.006	.76	.005	.73	.008	.71	.010	.71	.007	.70	.009
17	.76	.025	.71	.026	.67	.041	.66	.036	.65	.044	.65	.039
18	.83	.004	.75	.006	.72	.007	.71	.007	.70	.007	.69	.010
18	.72	.048	.69	.030	.67	.036	.65	.040	.64	.042	.64	.044
19	.79	.010	.74	.008	.72	.006	.70	.009	.70	.007	.68	.009
19	.74	.032	.68	.033	.65	.050	.64	.044	.64	.040	.63	.048
20	.80	.006	.72	.009	.70	.010	.69	.010	.68	.010	.68	.008
20	.75	.021	.68	.037	.65	.044	.64	.048	.64	.038	.63	.041
21	.81	.004	.74	.005	.70	.010	.69	.008	.68	.010	.68	.009
21	.71	.039	.67	.041	.65	.039	.64	.038	.63	.048	.63	.045
22	.77	.008	.73	.006	.70	.008	.68	.009	.67	.010	.67	.008
22	.73	.026	.66	.044	.65	.035	.64	.041	.63	.046	.62	.049
23	.78	.005	.72	.007	.70	.007	.68	.007	.67	.010	.67	.009
23	.70	.047	.65	.048	.64	.046	.63	.045	.63	.044	.62	.043
24	.79	.003	.71	.008	.69	.006	.68	.008	.67	.010	.66	.010
24	.71	.032	.67	.030	.64	.041	.64	.035	.62	.041	.62	.046
25	.76	.007	.70	.009	.68	.010	.67	.009	.66	.009	.66	.009
25	.72	.022	.66	.033	.64	.037	.63	.038	.62	.039	.61	.049

Lampiran 9

Hasil Uji Aiken's V

No. Item	penilai					N	C	lo	1	2	3	4	5	Σs	V
	1	2	3	4	5										
1	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
2	1	0	1	2	5	9	5	1	0	0	2	6	20	28	0.777778
3	4	0	0	4	1	9	5	1	0	0	0	12	4	16	0.444444
4	0	0	1	1	7	9	5	1	0	0	2	3	28	33	0.916667
5	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
6	1	0	0	1	7	9	5	1	0	0	0	3	28	31	0.861111
7	5	0	0	3	1	9	5	1	0	0	0	9	4	13	0.361111
8	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889
9	1	0	1	2	5	9	5	1	0	0	2	6	20	28	0.777778
10	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
11	1	0	0	5	3	9	5	1	0	0	0	15	12	27	0.75
12	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
13	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
14	0	1	1	0	7	9	5	1	0	1	2	0	28	31	0.861111
15	4	0	2	0	3	9	5	1	0	0	4	0	12	16	0.444444
16	0	0	1	1	7	9	5	1	0	0	2	3	28	33	0.916667
17	0	0	2	1	6	9	5	1	0	0	4	3	24	31	0.861111
18	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
19	0	0	2	3	4	9	5	1	0	0	4	9	16	29	0.805556
20	0	0	0	3	6	9	5	1	0	0	0	9	24	33	0.916667
21	1	1	0	1	6	9	5	1	0	1	0	3	24	28	0.777778
22	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
23	3	0	1	2	3	9	5	1	0	0	2	6	12	20	0.555556
24	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889
25	0	0	1	1	7	9	5	1	0	0	2	3	28	33	0.916667
26	0	0	1	3	6	9	5	1	0	0	2	9	24	35	0.972222
27	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
28	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
29	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
30	1	0	0	3	4	9	5	1	0	0	0	9	16	25	0.694444
31	1	0	1	2	5	9	5	1	0	0	2	6	20	28	0.777778
32	5	1	1	2	0	9	5	1	0	1	2	6	0	9	0.25
33	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
34	0	0	1	3	5	9	5	1	0	0	2	9	20	31	0.861111
35	3	1	1	0	4	9	5	1	0	1	2	0	16	19	0.527778

36	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
37	3	0	0	4	2	9	5	1	0	0	0	12	8	20	0.555556
38	1	1	1	1	4	9	5	1	0	1	2	3	16	22	0.611111
39	0	1	1	1	6	9	5	1	0	1	2	3	24	30	0.833333
40	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
41	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889
42	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889
43	1	0	2	0	6	9	5	1	0	0	4	0	24	28	0.777778
44	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
45	1	0	1	2	5	9	5	1	0	0	2	6	20	28	0.777778
46	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
47	1	1	1	0	6	9	5	1	0	1	2	0	24	27	0.75
48	1	0	1	0	7	9	5	1	0	0	2	0	28	30	0.833333
49	0	0	1	1	7	9	5	1	0	0	2	3	28	33	0.916667
50	5	0	1	1	2	9	5	1	0	0	2	3	8	13	0.361111
51	0	0	2	2	5	9	5	1	0	0	4	6	20	30	0.833333
52	0	0	2	2	5	9	5	1	0	0	4	6	20	30	0.833333
53	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
54	0	0	1	1	7	9	5	1	0	0	2	3	28	33	0.916667
55	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
56	0	2	0	1	6	9	5	1	0	2	0	3	24	29	0.805556
57	1	0	1	1	6	9	5	1	0	0	2	3	24	29	0.805556
58	1	0	1	3	4	9	5	1	0	0	2	9	16	27	0.75
59	1	0	1	4	3	9	5	1	0	0	2	12	12	26	0.722222
60	0	1	0	3	5	9	5	1	0	1	0	9	20	30	0.833333
61	0	0	0	3	6	9	5	1	0	0	0	9	24	33	0.916667
62	0	0	0	3	6	9	5	1	0	0	0	9	24	33	0.916667
63	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
64	1	0	0	3	5	9	5	1	0	0	0	9	20	29	0.805556
65	1	2	1	1	4	9	5	1	0	2	2	3	16	23	0.638889
66	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
67	0	0	1	3	5	9	5	1	0	0	2	9	20	31	0.861111
68	0	1	1	2	5	9	5	1	0	1	2	6	20	29	0.805556
69	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
70	4	2	1	2	0	9	5	1	0	2	2	6	0	10	0.277778

No. Item	penilai					N	C	lo	1	2	3	4	5	Σs	V
	1	2	3	4	5										
1	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
2	0	0	0	2	7	9	5	1	0	0	0	6	28	34	0.944444
3	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
4	0	0	0	3	6	9	5	1	0	0	0	9	24	33	0.916667
5	0	0	0	2	7	9	5	1	0	0	0	6	28	34	0.944444
6	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
7	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
8	1	1	0	2	5	9	5	1	0	1	0	6	20	27	0.75
9	2	1	0	3	3	9	5	1	0	1	0	9	12	22	0.611111
10	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
11	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
12	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
13	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
14	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
15	0	2	0	1	6	9	5	1	0	2	0	3	24	29	0.805556
16	0	0	0	1	8	9	5	1	0	0	0	3	32	35	0.972222
17	0	0	0	1	8	9	5	1	0	0	0	3	32	35	0.972222
18	0	0	0	3	6	9	5	1	0	0	0	9	24	33	0.916667
19	4	0	0	0	5	9	5	1	0	0	0	0	20	20	0.555556
20	1	0	0	1	7	9	5	1	0	0	0	3	28	31	0.861111
21	1	0	1	0	7	9	5	1	0	0	2	0	28	30	0.833333
22	0	2	0	1	6	9	5	1	0	2	0	3	24	29	0.805556
23	1	1	0	0	7	9	5	1	0	1	0	0	28	29	0.805556
24	0	0	0	1	8	9	5	1	0	0	0	3	32	35	0.972222
25	0	0	0	2	7	9	5	1	0	0	0	6	28	34	0.944444
26	0	0	0	1	8	9	5	1	0	0	0	3	32	35	0.972222
27	0	1	1	1	6	9	5	1	0	1	2	3	24	30	0.833333
28	1	1	3	1	3	9	5	1	0	1	6	3	12	22	0.611111
29	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
30	0	0	1	2	6	9	5	1	0	0	2	6	24	32	0.888889
31	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
32	1	1	0	1	6	9	5	1	0	1	0	3	24	28	0.777778
33	0	1	1	1	6	9	5	1	0	1	2	3	24	30	0.833333
34	0	0	0	2	7	9	5	1	0	0	0	6	28	34	0.944444
35	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
36	0	1	0	3	5	9	5	1	0	1	0	9	20	30	0.833333
37	0	0	2	1	6	9	5	1	0	0	4	3	24	31	0.861111
38	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889

39	0	2	1	0	6	9	5	1	0	2	2	0	24	28	0.777778
40	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889
41	0	1	2	3	3	9	5	1	0	1	4	9	12	26	0.722222
42	0	0	1	3	6	9	5	1	0	0	2	9	24	35	0.972222
43	0	0	0	3	6	9	5	1	0	0	0	9	24	33	0.916667
44	1	1	0	1	6	9	5	1	0	1	0	3	24	28	0.777778
45	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
46	0	1	0	3	6	9	5	1	0	1	0	9	24	34	0.944444
47	0	1	0	3	5	9	5	1	0	1	0	9	20	30	0.833333
48	1	0	0	3	5	9	5	1	0	0	0	9	20	29	0.805556
49	1	0	0	3	5	9	5	1	0	0	0	9	20	29	0.805556
50	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
51	0	0	1	0	8	9	5	1	0	0	2	0	32	34	0.944444
52	0	0	1	3	6	9	5	1	0	0	2	9	24	35	0.972222
53	0	0	0	2	7	9	5	1	0	0	0	6	28	34	0.944444
54	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889
55	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
56	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
57	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889
58	0	1	0	1	7	9	5	1	0	1	0	3	28	32	0.888889
59	2	0	2	0	5	9	5	1	0	0	4	0	20	24	0.666667
60	0	0	1	1	7	9	5	1	0	0	2	3	28	33	0.916667
61	5	1	0	1	2	9	5	1	0	1	0	3	8	12	0.333333
62	1	1	0	1	6	9	5	1	0	1	0	3	24	28	0.777778
63	0	0	1	3	5	9	5	1	0	0	2	9	20	31	0.861111
64	0	1	0	3	5	9	5	1	0	1	0	9	20	30	0.833333
65	0	1	0	2	6	9	5	1	0	1	0	6	24	31	0.861111
66	2	0	1	2	4	9	5	1	0	0	2	6	16	24	0.666667
67	0	0	0	2	7	9	5	1	0	0	0	6	28	34	0.944444
68	0	0	0	2	7	9	5	1	0	0	0	6	28	34	0.944444
69	0	0	0	4	5	9	5	1	0	0	0	12	20	32	0.888889
70	0	0	0	2	7	9	5	1	0	0	0	6	28	34	0.944444

Lampiran 10 Blue Print Skala Ujii Coba Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

No	Aspek	indikator	Nomor item		jumlah
			F	UF	
1	**Frekuensi** Frekuensi, mencakup gambaran seberapa individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu (misalnya per hari, per minggu, dan per bulan)	**Frekuesnsi penggunaan media sosial per hari** Berujuk pada ukuran atau tanda yang digunakan untuk mengetahui seberapa sering seseorang menggunakan media sosial dalam sehari.	2,3,4,5,6,	1	6
		Frekuesnsi penggunaan media sosial per minggu dan perbulan Berujuk pada ukuran atau tanda yang digunakan untuk mengetahui seberapa sering seseorang menggunakan media sosial dalam kurun waktu per minggu dan per bulan	7,8,9,11,	10,12	6
		Frekuensi interaksi Yaitu jumlah interaksi seperti suka *(likes*), komentar dan berbagi (*share*) yang dilakukan oleh pengguna media sosial instagram	13,14,15,16,	17,18	6
2	**Durasi** mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan juga diinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).	**Waktu harian (daily time)** Jumlah waktu yang dihabiskan pada media sosial setiap hari	19,20	21,22,23	5
		Durasi penggunaan malam hari Mencakup waktu yang dihabiskan pada media sosial instagram selama jam malam	24,25,26,27,	28	5

3	**Perhatian (isi)** Perhatian merupakan ketertarikan seseorang pada sesuatu baik itu objek maupun aktivitas yang diamati.	**Perhatian terhadap objek/aktivits di media sosial instagram** **Perhatian aktivitas seperti mengedit, memposting dan melihat konten kecantikan**	29,30,31,	32,33	5
		Ketertarikan dalam mengakses media sosial instagram **Sering melihat konten, membagikan instagram story, dan mengakses berbagai fitur instagram**	34,35,36,	37	4
4	**Penghayatan** Penghayatan merupakan pemahaman dan penyerapan informasi yang dilakukans seseorang, selanjutnya terdapat usaha untuk memahami, dan menyiapkan informasi tersebuts ehingga menjadi duatu pengetahuan yang baru	**Menikmati aktivitas yang ada di sosial media instagram** **Menunjukkan bahwa seberapa besar seseorang merasa senang atau puas dengan berbagai kegiatan yang dilakukan di instagram**	38,39,	40	3
		Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas **Adanya perilaku menarik diri, membatasi diri, kurang percaya diri dan menghindari aktivitas sosial**	41,42,	43	3

Lampiran 11 Blue Print Uji Coba Penelitian Skala *Body Dissatisfaction*

No	Aspek	indikator	Nomor item		jumlah
			F	UF	
1	**Presepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh** **(*self preception of body shape*)** Presepsi diri sendirii terhadap bentuk tubuh merupakan persepsi negatif akan bentuk tubuh mengindikasikan seseorang yang bersangkutan berpotensi mengalami ketidak puasan tubuh. Sedangkan persepsi yang positif atas bentuk tubuh mengindikasikan bahwa seseorang tersebut tidak berpotensi mengalami ketidakpuasan tubuh.	**Memiliki presepsi positif terhadap diri sendiri** Adanya penialaian positif pada diri sendiri seperti merasa puas akan bentuk tubuh.	49,50,51, 52	44,45,46,47,4 8	9
		Memiliki presepsi negatif terhadap bentuk tubuh sendiri Adanya pandangan negatif pada diri sendiri seperti sering merasa tidak puas akan bentuk dan citra tubuh diri sendiri	53,54,55,	56,57,58	6
2	**Membandingkan presepsi mengenai citra tubuh dengan orang lain** **(*Comparative Preception Of Body Image)*** Aspek yang mengukur seorang individu dalam membandingkan pemikiran tentang citra tubuh dengan orang lain dimana ketika seseorang memiliki kecenderungan dalam membandingkan	**Sering membandingan diri dengan orang lain** membandingkan bentuk tubuh dengan orang lain yang ada di media sosial instagram	59,60,61	62,63,64,65	7

	persepsi citra tubuhnya dengan tubuh orang lain.				
		Merasa kurang percaya diri Adanya perasaan cemas, malu, dan inggin selalu tanpil cantik	66,67,68,71	69,70	6
3	**Sikap fokus terhadap citra tubuh** ***(Attitude concerning body image alternation)*** Sikap fokus terhadap citra tubuh berkaitan dengan dengan bagaimana seseorang dalam bersikap atau bereaksi secara efektif ketika merasa terdapat perubahan yang tidak sesuai dengan harapan akan bentuk tubuhnya.	**Perhatian terhadap kesehatan Mencakup seberapa besar seseorang peduli dan berupaya menjaga kesehatanya**	72,74,76	73,75	5
		Respon terhadap peubahan citra tubuh Merasa bahwa kontribusi atau perasaan mereka diabaikan dalam konteks hubungan saudara kandung.	78,79	77	3
		Sikap terhadap media sosial Perasaan senang, termotivasi, rendah diri, dan kurang percaya diri ketika mengakses media sosial instagram	80,81,84	82,83	5
4	Perubahan dratis terhadap presepsi mengenai tubuh *(Severe Alternation In Body Image Perception)* Seseorang yang mengalami body dissatisfaction cenderung akan merasa bahwa dirinya buruk di depan orang lain, dimana hal ini membuat seseorang untuk mengurangi atau	**Obsesi terhadap penampilan fisik Menunjukkan bahwa seseorang terlalu fokus, cemas, atau khawatir tentang penampilan fisiknya**	85,86,87	88,89	5

	menghindari aktivitas sosialnya.				
		Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas **Adanya perilaku menarik diri, membatasi diri, kurang percaya diri dan menghindari aktivitas sosial**	90,91,92	93,94,95,96	7

Lampiran 12 Kuisioner Uji Coba Penelitian

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam. Salam sejahtera bagi kita semua.

Perkenalkan, Saya Ghia Erisyahria. Mahasiswi Psikologi IAIN Manado, yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi.

Untuk itu saya meminta kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengambilan data ini.

1. Identitas Responden
   Nama :
   Usia :
   No Tlpn :

2. Kriteria Responden ;

   1) Berusia 18-25 tahun
   2) Berjenis Kelamin Perempuan
   3) Memiliki akun media sosial Instagram

Apabila saudara/i memenuhi kriteria responden yang telah disebutkan, saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.

Seluruh informasi yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk penelitian saja.

Atas kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisioner ini, saya ucapkan terima kasih banyak.

Pilihlah pernyataan yang anda anggap sesuai.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (Netral)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya jarang menggunakan media sosial instagram dalam sehari					
2.	Saya senang ketika mengakses media sosial instagram					
3.	Ketika membuka media sosial instagram, saya sering lupa waktu					
4.	Saya sering menghabiskan waktu seharian untuk melihat postingan yang ada di media sosial instagram					
5.	Dalam sehari saya biasanya menghabiskan banyak waktu untuk menonton konten yang ada di media sosial instagram					
6.	Saya bisa menghabiskan waktu sehari untuk berinteraksi dengan orang lain di media sosial instagram					
7.	Saya sering mengkases media sosial instagram dalam waktu satu bulan terakhir					
8.	Saya inggin terlihat cantik dengan menggunakan fitur filter yang ada					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
	di instagram dalam waktu satu bulan terakhir					
9.	Saya jarang membuka akun media sosial instagram saya dalam waktu satu bulan terakhir					
10.	Saya menggunakan instagram untuk melihat konten kecantikan dalam waktu satu minggu terakhir					
11.	Saya jarang melihat konten kecantikan di media sosial instagram selama satu minggu terakhir					
12.	Saya menyukai fitur like yang ada di media sosial instagram					
13.	Saya sering memeriksa jumlah like yang ada di postingan instagram saya					
14.	Dalam sehari saya sering menghabiskan waktu untuk melihat konten kecantikan di media sosial instagram					
15.	Dalam sehari saya bisa menghabiskan waktu untuk					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
	berinteraksi dengan teman saya lewat fitur komentar yang ada di media sosial instagram					
16.	Saya jarang mencari referensi kecantikan atau kebugaran lewat konten media sosial instagram					
17.	Saya jarang aktif menggunakan media sosial instagram untuk melihat konten-konten atau influencer kecantikan					
18.	Saya mengakses media sosial instagram selama 4 jam sehari					
19.	Saya sering menonton konten kecantikan di media sosial instagram lebih dari 2 jam					
20.	Saya tidak pernah menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial instagram					
21.	Saya tidak pernah menghabiskan lebih dari 2 jam untuk bersosialisai dengan orang lain di media sosial instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
22.	Saya menyesal setiap kali menghabiskan waktu ber jam-jam mengakses media sosial instagram					
23.	Biasanya saya mengakses media sosial instagram di atas jam 10 malam					
24.	Saya sering begadang hanya untuk menonton konten-konten yang ada di sosial media instagram					
25.	Saya lebih suka membagikan postingan di instagram pada malam hari					
26.	Saya lebih banyak menghabiskan waktu di malam hari ketika mengakses instagram					
27.	Saya membatasi media sosial instagram saya ketika malam hari dengan fitur silent mode agar tidak menganggu					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
28.	Saya sangat tertarik akan postingan tentang produk kecantikan yang ada di media sosial instagram					
29.	Saya merasa tidak percaya diri memposting diri saya dalam keadaan tidak menggunakan make up					
30.	Saya senang mengakses media sosial instagram untuk melihat public figure favorite saya					
31.	Saya jarang memeriksa jumlah followers instagram saya					
32.	Saya jarang memperhatikan instagram story teman-teman saya					
33.	Dari beberapa media sosial yang ada, saya lebih sering mengakses media sosial instagram					
34.	Saya lebih menyukai konten-konten yang ada di feeds instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
35.	Instagram memudahkan saya dalam mendapatkan informasi mengenai style outfit					
36.	Saya tidak tertarik dengan hal apapun yang ada di instagram					
37.	Saya sering menyukai informasi-informasi postif yang membangun yang ada di instagram					
38.	Saya merasa lebih baik ketika melihat konten positif yang dibagikan orang lain di instagram					
39.	Saya merasa sulit fokus mengerjakan tugas saat mengakses instagram					
40.	Saya merasa mudah terhubung dengan komunitas hobi saya di instagram					
41.	Media sosial sering membantu saya mengekspresikan diri saya melalui berbagai fitur media sosial instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
42.	Standarisasi kecantikan yang beredar di instagram membuat saya insecure					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
43.	Saya merasa puas denga bentuk tubuh saya					
44.	Saya menyukai bentuk tubuh saya apa adanya					
45.	Saya merasa senang dengan bentuk tubuh saya					
46.	Saya tidak terlalu peduli dengan tanggapan orang lain tentang bentuk tubuh saya					
47.	Saya menghargai bentuk tubuh saya saat ini					
48.	Saya selalu merasa kurang dengan bentuk tubuh saya					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
49.	Saya merasa tidak nyaman dengan bentuk tubuh saya					
50.	Saya tidak terlalu suka dengan bentuk tubuh saya					
51.	Bentuk tubuh saya kurang menarik					
52.	Saya merasa memiliki bentuk tubuh yang tidak baik					
53.	Saya merasa bentuk tubuh saya tidak bagus untuk dilihat					
54.	Saya memiliki bentuk tubuh yang tidak ideal					
55.	Bentuk tubuh saya membuat saya percaya diri					
56.	Saya merasa bentuk tubuh saya sangat baik					
57.	Dalam banyak hal, saya bersyukur dengan bentuk tubuh saya					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
58.	Saya merasa tidak puas dengan bentuk tubuh saya ketika melihat bentuk tubuh orang lain di media sosial instagram					
59.	Saya merasa bentuk tubuh orang lain lebih baik dari saya					
60.	Saya ingin memiliki bentuk tubuh ideal seperti orang lain yang saya lihat di media sosial					
61.	Saya tidak pernah membandingkan bentuk tubuh saya dengan orang lain yang ada di media sosial instagram					
62.	Saya tidak merasa insecure ketika melihat bentuk tubuh orang lain yang ada di instagram					
63.	Saya merasa bentuk tubuh saya sudah ideal					
64.	Saya senang melihat bentuk tubuh yang baik dan sehat					
65.	Saya selalu menggunakan filter di instagram ketika ingin memposting foto/video					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
66.	Saya sering mengedit foto saya sebelum dibagikan ke media sosial instagram					
67.	Saya merasa cemas akan pandangan orang lain terhadap bentuk tubuh saya					
68.	Saya tidak merasa malu memiliki bentuk tubuh yang kurang ideal					
69.	Saya tidak merasa cemas akan pandangan orang lain terhadap bentuk tubuh saya					
70.	Saya ingin terlihat menarik di media sosial instagram					
71.	Saya ingin melakukan diet agar terlihat cantik dan menarik					
72.	Saya tidak perduli dengan porsi makan saya					
73.	Saya merasa cemas ketika makan berlebihan karena takut bertambah berat badan					
74.	Saya tidak merasa cemas ketika makan berlebihan					
75.	Saya selalu memeriksa berat badan saya setiap saat					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
76.	Saya menerima dan menghargai perubahan alami pada bentuk tubuh saya saat ini					
77.	Saya merasa frustasi dan tidak mampu menerima perubahan bentuk tubuh saya					
78.	Saya cenderung meremehkan diri sendiri karena tidak mencapai standar kecantikan yang saya ingginkan					
79.	Saya merasa orang-orang sedang menilai diri saya ketika memposting foto di instagram					
80.	Saya merasa percaya diri ketika banyak mendapatkan pujian tentang diri saya di media sosial instagram					
81.	Saya tidak mudah terpengaruh dengan cara pandang orang lain terhadap bentuk tubuh di media sosial					
82.	Saya menghargai keberagaman tubuh tubuh yang ada di media sosial instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
83.	Saya merasa tidak puas dengan penampilan fisik saya setelah melihat foto postingan artis di instagram					
84.	Saya merasa kurang peracaya diri atau tidak cukup baik setelah melihat foto-foto tubuh ideal di instagram					
85.	Saya merasa tidak puas dengan penampilan fisik saya dan selalu merasa perlu untuk melakukan perubahan					
86.	Saya merasa terobsesi untuk mencapai berat badan atau bentuk tubuh ideal tanpa memperhatikan kesehatan secara keseluruhan					
87.	Saya jarang memeriksa penampilan saya di cermin dan menghabiskan waktu lama untuk berdandan atau memperbaiki penampilan					
88.	saya melakukan olahraga agar memiliki bentuk tubuh yang ideal					
89.	Saya membatasi interaksi sosial dengan orang lain di media sosial instagram karena merasa insecure dengan bentuk tubuh saya					
90.	Saya jarang keluar rumah karena merasa malu dengan bentuk tubuh saya					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
91.	Saya sering menghindari aktivitas sosial karena merasa tidak nyaman dengan penampilan saya					
92.	Saya merasa percaya diri ketika memakai pakaian fit body					
93.	Dengan bersosialisai dengan orang lain membuat rasa insecure saya berkurang					
94.	Saya tidak peduli dengan penilaian orang lain tentang bentuk tubuh saya ketika melakukan aktivitas diluar					
95.	Saya sering menghabiskan waktu luang untuk berkumpul dengan teman-teman tampa merasa malu dengan bentuk tubuh saya					

Lampiran 13 Nilai Koefisien Alpha Cronbach Skala Intensitas Media Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.898	.896	43

Lampiran 14 Nilai Koefisien Alpha Cronbach Skala *Body Dissatisfaction*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.867	.864	53

Lampiran 15 Hasil Uji Coba Penelitian Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

No	Nilai r	Keterangan
1.	0,397	Valid
2.	0,465	Valid
3.	0,544	Valid
4.	0,691	Valid
5.	0,688	Valid
6.	0,633	Valid
7.	0,421	Valid
8.	0,584	Valid
9.	0,630	Valid
10.	0,380	Valid
11.	0,510	Valid
12.	0,295	Gugur
13.	0,481	Valid
14.	0,524	Valid
15.	0,425	Valid
16.	0,469	Valid
17.	0,188	Gugur
18.	0,114	Gugur
19.	0,522	Valid
20.	0,365	Valid
21.	0,162	Gugur
22.	0,092	Gugur
23.	0,368	Valid
24.	0,446	Valid
25.	0,622	Valid
26.	0,633	Valid
27.	0,661	Valid
28.	0,177	Gugur
29.	0,389	Valid
30.	0,489	Valid
31.	0,644	Valid
32.	0,254	Gugur
33.	0,214	Gugur
34.	0,675	Valid
35.	0,547	Valid
36.	0,558	Valid
37.	0,225	Gugur
38.	0,388	Valid
39.	0,390	Valid

40.	0,258	Gugur
41.	0,710	Valid
42.	0,674	Valid
43.	0,102	Gugur

Lampiran 16 Hasil Uji Coba Penelitian Skala *Body Dissatisfaction*

No	Nilai r	Keterangan
1.	0,138	Gugur
2.	0,122	Gugur
3.	0,121	Gugur
4.	0,155	Gugur
5.	0,236	Gugur
6.	0,465	Valid
7.	0,477	Valid
8.	0,430	Valid
9.	0,544	Valid
10.	0,468	Valid
11.	0,457	Valid
12.	0,853	Valid
13.	0,181	Gugur
14.	0,309	Valid
15.	0,299	Gugur
16.	0,527	Valid
17.	0,560	Valid
18.	0,593	Valid
19.	0,193	Gugur
20.	0,206	Gugur
21.	0,172	Gugur
22.	0,160	Gugur
23.	0,475	Valid
24.	0,483	Valid
25.	0,520	Valid
26.	0,107	Gugur
27.	0,152	Gugur
28.	0,469	Valid
29.	0,448	Valid
30.	0,357	Valid
31.	0,370	Valid
32.	0,221	Gugur
33.	0,331	Valid
34.	0,207	Gugur
35.	0,476	Valid
36.	0,591	Valid

37.	0,515	Valid
38.	0,531	Valid
39.	0,175	Gugur
40.	0,229	Gugur
41.	0,436	Valid
42.	0,459	Valid
43.	0,492	Valid
44.	0,604	Valid
45.	0,216	Gugur
46.	0,346	Valid
47.	0,451	Valid
48.	0,374	Valid
49.	0,363	Valid
50.	0,348	Valid
51.	0,358	Valid
52.	0,214	Gugur
53.	0,078	Gugur

Lampiran 17 Blue Print Penelitian Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

No	Aspek	indikator	Nomor item		jumlah
			F	UF	
1	**Frekuensi** Frekuensi, mencakup gambaran seberapa individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu (misalnya per hari, per minggu, dan per bulan)	**Frekuesnsi penggunaan media sosial per hari** Berujuk pada ukuran atau tanda yang digunakan untuk mengetahui seberapa sering seseorang menggunakan media sosial dalam sehari.	2,3,4,5,6,	1	6
		Frekuesnsi penggunaan media sosial per minggu dan perbulan Berujuk pada ukuran atau tanda yang digunakan untuk mengetahui seberapa sering seseorang menggunakan media sosial dalam kurun waktu per minggu dan per bulan	7,8,9,11,	10	5
		Frekuensi interaksi Yaitu jumlah interaksi seperti suka *(likes)*, komentar dan berbagi (*share*) yang dilakukan oleh pengguna media sosial instagram	13,14,15,16,		4

2	**Durasi** mencakup gambaran seberapa lama individu mengakses internet dengan berbagai tujuan. Durasi penggunaan juga diinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya per menit atau per jam).	**Waktu harian (daily time)** Jumlah waktu yang dihabiskan pada media sosial setiap hari	19,20	23	3
		Durasi penggunaan malam hari Mencakup waktu yang dihabiskan pada media sosial instagram selama jam malam	24,25,26,27,		4
3	**Perhatian (isi)** Perhatian merupakan ketertarikan seseorang pada sesuatu baik itu objek maupun aktivitas yang diamati.	**Perhatian terhadap objek/aktivits di media sosial instagram** Perhatian aktivitas seperti mengedit, memposting dan melihat konten kecantikan	29,30,31,		3
		Ketertarikan dalam mengakses media sosial instagram Sering melihat konten, membagikan instagram story, dan mengakses berbagai fitur instagram	34,35,36,		3

4	**Penghayatan** Penghayatan merupakan pemahaman dan penyerapan informasi yang dilakukans seseorang, selanjutnya terdapat usaha untuk memahami, dan menyiapkan informasi tersebuts ehingga menjadi duatu pengetahuan yang baru	**Menikmati aktivitas yang ada di sosial media instagram** Menunjukkan bahwa seberapa besar seseorang merasa senang atau puas dengan berbagai kegiatan yang dilakukan di instagram	38,39,		2
		Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas Adanya perilaku menarik diri, membatasi diri, kurang percaya diri dan menghindari aktivitas sosial	41,42,		2

Lampiran 18 Blue Print Skala Penelitian Body Dissatisfaction

No	Aspek	indikator	Nomor item		jumlah
			F	UF	
1	**Presepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh** **(*self preception of body shape*)** Presepsi diri sendirii terhadap bentuk tubuh merupakan persepsi negatif akan bentuk tubuh mengindikasikan seseorang yang bersangkutan berpotensi mengalami	**Memiliki presepsi positif terhadap diri sendiri** Adanya penialaian positif pada diri sendiri seperti merasa puas akan bentuk tubuh.	49,50,51,52		4

	ketidak puasan tubuh. Sedangkan persepsi yang positif atas bentuk tubuh mengindikasikan bahwa seseorang tersebut tidak berpotensi mengalami ketidakpuasan tubuh.				
		Memiliki presepsi negatif terhadap bentuk tubuh sendiri Adanya pandangan negatif pada diri sendiri seperti sering merasa tidak puas akan bentuk dan citra tubuh diri sendiri	53,54,55,	57	4
2	**Membandingkan presepsi mengenai citra tubuh dengan orang lain** **(*Comparative Preception Of Body Image)*** Aspek yang mengukur seorang individu dalam membandingkan pemikiran tentang citra tubuh dengan orang lain dimana ketika seseorang memiliki kecenderungan dalam membandingkan persepsi citra tubuhnya dengan tubuh orang lain.	**Sering membandingan diri dengan orang lain** membandingkan bentuk tubuh dengan orang lain yang ada di media sosial instagram	59,60,61		3

		Merasa kurang percaya diri Adanya perasaan cemas, malu, dan inggin selalu tanpil cantik	66,67,68,71		3
3	**Sikap fokus terhadap citra tubuh** ***(Attitude concerning body image alternation)*** Sikap fokus terhadap citra tubuh berkaitan dengan dengan bagaimana seseorang dalam bersikap atau bereaksi secara efektif ketika merasa terdapat perubahan yang tidak sesuai dengan harapan akan bentuk tubuhnya.	**Perhatian terhadap kesehatan** Mencakup seberapa besar seseorang peduli dan berupaya menjaga kesehatanya	72,74,76	73	3
		Respon terhadap peubahan citra tubuh Merasa bahwa kontribusi atau perasaan mereka diabaikan dalam konteks hubungan saudara kandung.	78,79		2
		Sikap terhadap media sosial Perasaan senang, termotivasi, rendah diri, dan kurang percaya diri ketika	80,81,84		3

		mengakses media sosial instagram			
4	Perubahan dratis terhadap presepsi mengenai tubuh *(Severe Alternation In Body Image Perception)* Seseorang yang mengalami body dissatisfaction cenderung akan merasa bahwa dirinya buruk di depan orang lain, dimana hal ini membuat seseorang untuk mengurangi atau menghindari aktivitas sosialnya.	**Obsesi terhadap penampilan fisik** Menunjukkan bahwa seseorang terlalu fokus, cemas, atau khawatir tentang penampilan fisiknya	85,86,87	89	4
		Perubahan dalam perilaku sosial atau aktivitas Adanya perilaku menarik diri, membatasi diri, kurang percaya diri dan menghindari aktivitas sosial	90,91,92	93,94	5

Lampiran 19 Kuisioner Penelitian

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam. Salam sejahtera bagi kita semua.

Perkenalkan, Saya Ghia Erisyahria. Mahasiswi Psikologi IAIN Manado, yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi.

Untuk itu saya meminta kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengambilan data ini.

1. Identitas Responden
   Nama :
   Usia :

2. Kriteria Responden:

   1) Berusia 18-25 tahun
   2) Berjenis Kelamin Perempuan
   3) Memiliki akun media sosial Instagram

Apabila saudara/i memenuhi kriteria responden yang telah disebutkan, saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.

Seluruh informasi yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk penelitian saja.

Atas kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisioner ini, saya ucapkan terima kasih banyak.

Pilihlah pernyataan yang anda anggap sesuai.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (Netral)

4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya jarang menggunakan media sosial instagram dalam sehari					
2.	Saya senang ketika mengakses media sosial instagram					
3.	Ketika membuka media sosial instagram, saya sering lupa waktu					
4.	Saya sering menghabiskan waktu seharian untuk melihat postingan yang ada di media sosial instagram					
5.	Dalam sehari saya biasanya menghabiskan banyak waktu untuk menonton konten yang ada di media sosial instagram					
6.	Saya bisa menghabiskan waktu sehari untuk berinteraksi dengan orang lain di media sosial instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
7.	Saya sering mengkases media sosial instagram dalam waktu satu bulan terakhir					
8.	Saya sering menggunakan fitur instagram story dalam waktu satu bulan terakhir					
9.	Saya inggin terlihat cantik dengan menggunakan fitur filter yang ada di instagram dalam waktu satu bulan terakhir					
10.	Saya jarang membuka akun media sosial instagram saya dalam waktu satu bulan terakhir					
11.	Saya menggunakan instagram untuk melihat konten kecantikan dalam waktu satu minggu terakhir					
12.	Saya menyukai fitur like yang ada di media sosial instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
13.	Saya sering memeriksa jumlah like yang ada di postingan instagram saya					
14.	Dalam sehari saya sering menghabiskan waktu untuk melihat konten kecantikan di media sosial instagram					
15.	Dalam sehari saya bisa menghabiskan waktu untuk berinteraksi dengan teman saya lewat fitur komentar yang ada di media sosial instagram					
16.	Saya mengakses media sosial instagram selama 4 jam sehari					
17.	Saya sering menonton konten kecantikan di media sosial instagram lebih dari 2 jam					
18.	Saya menyesal setiap kali menghabiskan waktu ber jam-jam mengakses media sosial instagram					
19.	Biasanya saya mengakses media sosial instagram di atas jam 10 malam					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
20.	Saya sering begadang hanya untuk menonton konten-konten yang ada di sosial media instagram					
21.	Saya lebih suka membagikan postingan di instagram pada malam hari					
22.	Saya lebih banyak menghabiskan waktu di malam hari ketika mengakses instagram					
23.	Saya sangat tertarik akan postingan tentang produk kecantikan yang ada di media sosial instagram					
24.	Saya merasa tidak percaya diri memposting diri saya dalam keadaan tidak menggunakan make up					
25.	Saya senang mengakses media sosial instagram untuk melihat public figure favorite saya					
26.	Dari beberapa media sosial yang ada, saya lebih sering mengakses media sosial instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
27.	Saya lebih menyukai konten-konten yang ada di reels instagram					
28.	Instagram memudahkan saya dalam mendapatkan informasi mengenai style outfit					
29.	Saya sering menyukai konten informasi-informasi postif yang ada di instagram					
30.	Saya merasa lebih baik ketika melihat konten positif yang dibagikan orang lain di instagram					
31.	Saya mudah terhubung dengan komunitas hobi saya di instagram					
32.	Media sosial sering membantu saya mengekspresikan diri saya melalui berbagai fitur yang ada di instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
33.	Saya selalu merasa kurang dengan bentuk tubuh saya					
34.	Saya merasa tidak nyaman dengan bentuk tubuh saya					
35.	Saya tidak terlalu suka dengan bentuk tubuh saya					
36.	Bentuk tubuh saya kurang menarik					
37.	Saya merasa memiliki bentuk tubuh yang tidak baik					
38.	Saya merasa bentuk tubuh saya tidak bagus untuk dilihat					
39.	Saya memiliki bentuk tubuh yang tidak ideal					
40.	Saya merasa bentuk tubuh saya sangat baik					
41.	Saya merasa tidak puas dengan bentuk tubuh saya ketika melihat bentuk tubuh orang lain di media sosial instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
42.	Saya merasa bentuk tubuh orang lain lebih baik dari saya					
43.	Saya ingin memiliki bentuk tubuh ideal seperti orang lain yang saya lihat di instagram					
44.	Saya selalu menggunakan filter di instagram ketika ingin memposting foto/video					
45.	Saya sering mengedit foto saya sebelum dibagikan ke media sosial instagram					
46.	Saya merasa cemas akan pandangan orang lain terhadap bentuk tubuh saya					
47.	Saya ingin terlihat menarik di media sosial instagram					
48.	Saya ingin melakukan diet agar terlihat cantik dan menarik					
49.	Saya tidak perduli dengan porsi makan saya					
50.	Saya merasa cemas ketika makan berlebihan karena takut bertambah berat badan					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
51.	Saya selalu memeriksa berat badan saya setiap saat					
52.	Saya merasa frustasi dan tidak mampu menerima perubahan bentuk tubuh saya					
53.	Saya cenderung meremehkan diri sendiri karena tidak mencapai standar kecantikan yang saya ingginkan					
54.	Saya merasa orang-orang sedang menilai diri saya ketika memposting foto di instagram					
55.	Saya merasa percaya diri ketika banyak mendapatkan pujian tentang diri saya di media sosial instagram					
56.	Saya merasa tidak puas dengan penampilan fisik saya setelah melihat foto postingan artis di instagram					
57.	Saya merasa kurang peracaya diri atau tidak cukup baik setelah melihat foto-foto tubuh ideal di instagram					

No. Item	Pernyataan	Kategori				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
58.	Saya merasa tidak puas dengan penampilan fisik saya dan selalu merasa perlu untuk melakukan perubahan					
59.	Saya merasa terobsesi untuk mencapai berat badan atau bentuk tubuh ideal tanpa memperhatikan kesehatan secara keseluruhan					
60.	saya melakukan olahraga agar memiliki bentuk tubuh yang ideal					
61.	Saya membatasi interaksi sosial dengan orang lain di media sosial instagram karena merasa insecure dengan bentuk tubuh saya					
62.	Saya jarang keluar rumah karena merasa malu dengan bentuk tubuh saya					
63.	Saya sering menghindari aktivitas sosial karena merasa tidak nyaman dengan penampilan saya					
64.	Saya merasa percaya diri ketika memakai pakaian fit body					
65.	Dengan bersosialisai dengan orang lain membuat rasa insecure saya berkurang					

Lampiran 20 Hasil Penelitian

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	X31	X32
3	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3	4	3	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	5	3	3
3	4	2	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	4	3	2	2	2	5	3	3	2	2	3	4	2	5	4	3	3
1	4	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	4	3	2	2	2	4	1	3	5	3	4	3	2	2	3	2	4	5	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	3	2	4	4	2	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	2	2	1	2	2	3	2	4	2	4	2	2	2	2	2	5	2	2	4	2	2	2	4	3	4	4	4	3	3	2
2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	3	4	3	3	5	3	3	3	5	3	4	3	4	3	4	4
3	4	3	2	3	2	4	4	4	2	3	3	3	2	1	3	1	4	4	3	3	4	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3
1	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	5	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	2	1	1	3	3	4	3	2	3	5	4	2	3	4	2	5	5	2	3	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
2	3	3	3	1	3	4	5	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	3	3	3	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	4	3	3	5	5	5	2	3	5	3	3	4	2	5	3	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	5	3	5	5
4	3	1	1	1	1	2	1	3	4	2	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
2	4	2	2	3	2	5	4	3	2	1	4	4	1	1	2	1	2	4	3	2	4	1	1	1	2	4	3	5	5	3	4
1	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	4	3	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
4	4	2	2	1	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	5	1	1	1	1	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
2	3	4	3	2	3	2	4	5	3	5	3	2	5	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	4	3	4	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	4	5	5	3	2	2	3	3	3	3	4	2	4	4	5	4	5	3	2	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	3	2	1	1	2	5	3	2	1	5	2	1	2	2	1	5	2	2	2	4	1	1	1	5	4	4	5	5	5	5
3	4	3	1	3	1	5	5	4	2	4	5	5	2	1	5	2	1	4	1	3	4	3	3	5	5	2	2	5	5	5	5
4	3	4	2	2	2	4	4	2	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	1	4	2	3	3	3	3	2	3
3	3	2	2	2	2	2	2	5	1	5	4	3	3	2	1	3	2	3	3	1	2	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3
1	5	3	1	3	5	5	3	5	1	5	5	5	5	5	1	3	3	5	5	3	5	5	1	5	3	5	5	5	5	5	5
3	4	3	2	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	2	3	2	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4
1	4	4	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	3	5	1	5	3	4	3	3	4	2	3
2	4	5	5	5	3	5	5	3	2	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	3	3
3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	2	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
1	5	5	5	5	5	5	3	2	1	2	5	2	2	3	5	2	2	4	4	4	5	2	3	5	5	5	4	5	5	3	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4

2	4	2	4	3	4	3	4	4	1	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3
2	2	4	4	4	3	4	2	3	1	3	4	2	2	2	3	2	4	4	4	3	3	3	4	5	3	2	4	5	5	4	5
3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	2	5	4	2	2	4	3	3	2	2	2	2	3	1	5	4	3	4	5	4	3	4
2	5	4	4	4	3	4	4	4	2	3	5	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
1	3	4	2	3	3	4	4	3	1	2	3	4	2	4	2	2	4	4	3	4	3	2	3	4	3	2	2	5	5	2	4
2	4	4	2	3	3	4	4	3	2	3	4	1	3	2	2	2	4	4	3	4	3	2	3	3	4	5	3	3	4	3	3
1	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	2	5	3	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	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	4	4
1	5	5	5	5	3	5	5	3	2	3	3	5	3	2	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	4	4	4
1	3	3	2	2	2	2	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2
2	5	2	2	4	2	4	5	3	2	5	5	3	5	3	3	4	3	3	2	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	3	1	1	1	1	1
5	5	4	5	5	5	4	5	4	1	5	5	4	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
4	4	1	1	2	2	4	2	4	2	4	5	3	2	1	3	3	4	4	3	1	2	4	1	4	3	4	4	4	4	4	3
2	4	2	2	3	3	4	4	2	2	3	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	5	5	5	5	3	3
3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
2	4	3	1	2	2	3	4	2	2	1	3	3	2	1	3	1	3	3	1	3	2	2	3	2	4	3	3	4	3	3	2
2	5	3	3	3	3	4	5	3	2	4	3	5	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
1	5	3	2	2	3	5	5	5	1	4	4	4	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	3	5
3	5	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4
1	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	3	2	3	2	3	5	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3
3	5	2	2	2	2	2	5	5	1	5	5	5	2	2	3	1	4	3	1	5	3	4	1	3	4	5	4	5	5	5	5
5	5	2	2	2	3	3	5	3	1	1	3	5	1	2	4	1	1	3	3	5	5	3	1	3	3	5	5	5	3	3	3
1	5	3	3	3	2	4	2	3	1	3	3	2	3	2	4	3	4	2	2	2	2	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3
5	4	4	4	3	3	5	3	2	4	1	3	3	1	2	4	1	5	5	5	5	5	1	2	3	5	5	3	3	3	4	3
2	5	4	4	4	5	5	5	5	2	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	5
2	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	4	4
2	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4
2	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	1	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	3	5
2	5	4	5	4	3	5	5	5	1	4	4	3	4	3	5	5	3	4	4	3	3	4	5	3	5	4	5	4	4	3	5
3	3	2	1	2	1	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
2	5	4	4	3	3	4	4	3	1	2	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	5
4	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	4	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3
1	5	4	3	5	3	5	5	3	2	4	4	3	4	3	5	5	3	4	5	3	3	4	5	3	5	3	4	4	4	3	3
1	5	4	3	4	3	5	4	4	1	4	4	3	4	2	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3
3	4	3	2	2	4	2	2	3	2	2	4	3	2	4	2	2	2	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

2	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2
3	4	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	3	3	3	4	2	3	4	2	4	3	2	3	3	4	3	2	4	3
3	2	3	1	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3
4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4
5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	4	2	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	5	3	4	3	5	3	4	3	4	5	4	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
2	4	4	5	4	3	5	5	3	2	4	5	3	4	3	4	5	3	4	3	3	3	4	5	3	4	3	4	5	3	3	5
2	4	4	3	4	3	5	4	4	3	3	5	3	4	4	5	5	3	4	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3
3	5	3	4	3	3	2	4	5	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	2	3	2	5	3	2	5	1	2	2	3	2	3	4	2	1	3	2	2	5	3	4	4	4	5	3	3
1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	2	2	2	1	2	4	1	4	2	2	2	3	2	3	5	5	5	4	4
2	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	5	2	3	3	4	5	4	3	2	3	3	4	5	3	5	3	3	3	3	3	3
2	5	4	5	3	3	4	2	4	1	3	5	1	3	4	5	5	4	3	3	2	3	4	4	3	5	3	4	5	4	3	3
4	4	3	2	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	4	5	2	4	4	3	3	5	2	4	3	5	5	3	5
1	5	4	5	3	3	3	2	3	3	3	5	3	3	3	5	5	4	2	3	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	3	3	5	2	4	3	3	5	3	3	4	5	5	4	3	3	3	3	5	4	4	5	4	5	5	5	3	3
3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
3	3	2	2	2	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4
3	3	2	2	3	3	5	3	3	2	5	3	3	3	3	2	3	5	3	2	3	1	4	3	5	3	4	5	5	5	5	4
2	4	1	1	1	1	4	3	3	2	4	4	2	1	1	2	3	2	3	2	3	3	3	1	4	3	3	4	4	4	3	3
2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4
3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	4	5	3	3	2	4	1	3	2	1	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5
3	5	4	2	3	2	3	3	3	2	3	5	2	4	4	4	5	5	3	4	3	3	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3
3	4	3	3	4	3	3	4	4	2	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	3
3	4	3	3	4	3	3	2	4	2	3	5	5	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4
1	5	5	5	4	4	5	2	3	1	5	5	1	4	3	5	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29	Y30	Y31	Y32	Y33
2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3
4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	2	3	1	3	4	3	4	1	2	4	5	5	3	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2
3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3
1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	4	2	1	1	4	4	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	5	2	1	1	3	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3
4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	2	3	3
4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	2	3	1	3	1	1	5	5	4	2	4	5	3	1	1	1	2	3
2	2	2	2	2	2	4	4	3	2	2	3	3	2	2	2	5	1	1	1	1	2	3	2	3	2	2	3	2	1	1	1	5
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	5	5	5	5	1	1	3	5	3	5	1	5	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1
3	3	3	3	4	3	3	2	1	2	3	3	3	3	4	1	3	1	1	1	1	4	3	1	1	2	1	3	1	1	1	1	3
1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	3	2	2	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1	1	3	4
1	1	1	1	1	2	2	4	1	3	2	4	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	3	1	1	2	1	2	1	1	1	3	3
3	2	2	3	2	2	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	4	2	1	2	1	2	4	2	2	1	1	3	2	1	1	1	4
1	1	1	1	1	1	1	5	2	1	1	3	3	2	5	1	5	2	1	2	1	4	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	3
3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	1	2	2	3	3
3	1	2	2	2	1	4	3	2	2	3	2	2	1	5	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	2	1	1	1	2	5
1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	3	4	1	4	1	3	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	4	1	1	1	3	3
2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	1	2	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	3	1
1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	5	5	1	5	3	5	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	5	1	1	1	5	5
3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4
4	4	3	2	1	1	3	3	4	4	4	4	4	2	4	5	2	4	3	2	2	2	4	3	4	4	3	3	1	1	1	3	3
2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	4	3	4	2	1	1	1	2	4	2	2	2	2	3	1	1	1	4	3

4	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	3	4	4	2	5	1	2	4	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	4	4
2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	4	4	2	5	2	4	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4
1	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	1	1	3	4	4	3	4	4	4	1	4	3	2	2	1	5
1	1	1	1	1	1	1	4	2	3	2	4	2	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	5
5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	3	3	5	3	5	1	5	5	4	3	4	3	2	3	4	4	4	2	1	1	2	4
2	2	2	2	2	1	2	4	1	2	3	2	2	1	4	2	3	2	2	2	1	2	4	1	2	3	1	3	1	1	1	4	4
1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	3	3	1	3	3	1	2	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
5	5	5	3	3	1	5	1	1	3	1	1	1	4	1	5	5	5	3	3	5	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	2	1
4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	4	2	5	2	2	3	2	4	4	1	1	2	1	3	1	1	1	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3	2	3	1	5	2	4	2	1	1	1	3	4	2	2	2	2	3	1	1	1	3	3
3	3	3	5	5	5	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	3	1	1	1	1	5	1	1	5	2	1
5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5
1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	3	3	3	1	3	1	3	3	1	1	1	4	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4
2	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	1	4	2	2	1	1	3	3	2	2	2	1	3	1	1	1	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2
3	3	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4
1	1	1	1	1	1	1	5	1	3	3	3	3	3	4	1	4	1	3	1	1	3	3	1	1	1	2	5	2	2	2	1	1
3	3	2	1	1	3	3	3	5	3	5	5	5	4	5	3	1	5	3	3	1	4	4	1	3	4	2	5	1	1	1	3	3
1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	2	1	5	3	1	3	3	3	1	3	3	1	1	1	1	5	1	1	1	3	3
5	5	4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	3	4	5	2	5	3	4	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	5
3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	4	2	3
1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	5	4	1	5	5	1	1	4	1	1	3	4	1	1	1	1	5	1	1	1	3	1
5	5	5	4	4	4	4	1	5	5	5	3	2	5	3	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3
5	5	3	3	1	3	4	3	5	5	5	2	1	5	3	2	5	1	1	1	3	3	3	3	3	4	2	3	2	1	5	3	3
4	5	3	3	3	3	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	3	4	3	5	4	3	5	5	3	5	5	5	3	3	5
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	4	4	4	4
4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	3	3	3	4	3	5	4	5	3	5	3	4	3	3	4
4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	5	5	3	5	5	3	4	3	3	3	4	3	5	3	5	3	4	4	3	4	4	4
5	3	4	3	3	3	4	2	4	4	5	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	5	3	5	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	5	5	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	4	5	2	5	3	3	3	3	4
4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	2	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	2
5	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	5	3	4	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	5	3	5	5	3	3	3	4

3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	5	2	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	2	3	3
4	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	3	4	4	2	4	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	3	1	1	1	3	3
3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	3	5	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	3	3
5	4	4	3	2	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4	5	5	3	5	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5
3	2	2	3	4	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2
3	2	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	2	4	4	2	3	4	2	3	4	3	1	2	4	3	2	3	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
3	2	2	4	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	5	5	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	3	5	3	4	3	3	4
4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	5	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	5	3	3	3	2	4
4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	2	4	2	5	2	4	3	5	5	5	1	2	4	5	4	3	5	4	5	1	4
3	1	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	1	3
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	5	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	5	3	3	2	3	4
3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	4	4	5	3	3	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	5
3	3	4	3	2	2	3	3	4	4	3	5	5	4	3	4	2	3	2	3	3	4	5	3	3	4	2	5	3	2	4	1	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	5	5	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	5
3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	2	5	3	3	3	3	4
2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3
3	3	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	4	2	2	4	4	2	2	4	5	2	2	2	2	5	2	2	2	2	5
2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	3	2	3	3	4	4	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4
3	1	3	3	1	3	1	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	1	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	3	4	3	1	5	3	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	1	1	2	3
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4	5	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	5
3	2	2	3	1	2	3	3	4	4	5	3	5	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	5	3	2	2	4	5
3	5	4	3	3	2	3	3	4	3	4	5	5	3	3	2	3	5	2	3	2	2	3	3	3	4	2	5	3	2	2	2	3
4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	5	4	4	3	3	4	2	5	5	5	5	5	4	5	5	3	2	3	3	2	3	4	4	4	5	2	5	3	3	2	5	5

Lampiran 21

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	19.80819095
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.054
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 22 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Body Dissatisfaction * Intensitas	Between Groups	(Combined)	16601.412	60	276.690	1.510	.082
		Linearity	4050.056	1	4050.056	22.101	.000
		Deviation from Linearity	12551.355	59	212.735	1.161	.310
	Within Groups		7513.500	41	183.256		

	Total	24114.912	101			

Lampiran 23 Hasil Nilai F Hitung

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4050.056	1	4050.056	20.185	.000[b]
	Residual	20064.855	100	200.649		
	Total	24114.912	101			

a. Dependent Variable: Body Dissatisfaction

b. Predictors: (Constant), Intensitas

Lampiran 24 Hasil Uji Korelasi

Correlations

		Intensitas	Body Dissatisfaction
Intensitas	Pearson Correlation	1	.410**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	102	102
Body Dissatisfaction	Pearson Correlation	.410**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	102	102

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 25

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410[a]	.168	.160	19.907

a. Predictors: (Constant), Intensitas

b. Dependent Variable: Body Dissatisfaction

Lampiran 26

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	35.042	13.734		2.551	.012
	Intensitas	.576	.128	.410	4.493	.000

a. Dependent Variable: *Body Dissatisfaction*

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
Jl. Dr. S.H. SarundajangKawasanRingroad I Kota Manado Telp. (0431) 860616 Manado 95128

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor: B-054 /In.25/F.III/PP.00.9/12/2024

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulkifli Mansyur, M.A

Nip. : 198807092020121007

Jabatan : Sekertaris Prodi Psikologi Islam

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : **Ghia Erisyahria Potabuga**

Nim : **20136012**

Prodi. : **Psikologi Islam**

Setelah mengadakan cek plagiasi dengan menggunakan aplikasi DrillBit, maka Skripsi Mahasiswa tersebut diatas, dengan judul:

" Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Body disatisfaction pada Mahasiswa Perempuan ".

Dinyatakan bebas plagiasi, yaitu (20%)

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 23 Desember 2024

Sekprodi,

Zulkifli Mansyur, M.A
NIP. 198807092020121007

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SAM RATULANGI
FAKULTAS HUKUM
Jl. Kampus Unsrat, Bahu, Manado 95115
Laman : https://fh.unsrat.ac.id

Nomor : 4683/UN12.7.1/LL/2024 29 Agustus 2024
Hal : Ijin Penelitian a.n. Ghia Erisyahria Potabuga

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Dengan hormat, sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado nomor B-600/In.25/F.III/TL.00.1/08 2024 tanggal 20 Agustus 2024 hal Permohonan Izin Penelitian dari mahasiswa sebagai berikut :

Nama	:	Ghia Erisyahria Potabuga
NIM	:	20136012
Semester	:	VIII
Program Studi	:	Psikologi Islam
Judul Penelitian	:	Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Dissatisfaction*
Dosen Pembimbing	:	1. Dr. Mardan Umar, M.Pd 2. Nur Evira Anggrainy, M.Si

dengan ini kami memberikan ijin kepada yang bersangkutan untuk melakukan penelitian di Fakultas Hukum Universitas Sam Ratulangi pada bulan Agustus s/d Oktober 2024.

Hal-hal yang berhubungan dengan identitas maupun data pribadi responden penelitian kiranya dapat dijamin kerahasiaannya.

Demikian kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kerjasama,

Dr. Dani Robert Pinasang, SH, M.Hum
NIP 196806011993031005

BIODATA PENULIS

Nama : Ghia Erisyahria Potabuga

Tempat, Tanggal Lahir	: Tobayagan, 21 Juli 2002
Alamat	: Tobayagan, Kec Pinolosian Tengah
Email	: Ghiapotabuga12@gmail.com
Riwayat Pendidikan	: SD Negeri 5 Tobayagan SMP Negeri Tobayagan SMA Kr. Eben Haezar Manado
Motto Hidup	: "Dream Big, Work Hard, Play Hard!.

Manado, 10 Februari 2025

Ghia Erisyahria Potabuga

20136012