el-Huda 16(2) (2025)

Jurnal el-Huda: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Keagamaan

https://ejurnal.iaiqh.ac.id/index.php/el-huda

Hubungan Antara *Bodyimage* dengan *Self – Esteem* Pada Mahasiswa Perempuan Pengguna *Instagram* di Universitas 45 Surabaya

Hayani[1*], Hana Yulia Rachman[2]

[1,2] Fakultas Psikologi, Universitas 45 Surabaya, Surabaya, Indonesia.

DOI: https://doi.org/10.59702/el-huda.v16i02.312

Jurnal Info
Dikirim: 02/10/2025
Revisi: 03/10/2025
Diterima: 04/10/2025

Korespondensi:

Phone: +628113006354

Abstract: This study aims to determine the relationship between body image and self-esteem through a quantitative approach. The data analysis method used Pearson correlation analysis. The population in this study were 162 female students at Universitas 45 Surabaya. The sampling technique used was purposive sampling, with a sample of 80 female students. The results of this study indicate a significant positive relationship between body image and self-esteem, with a value of r = 0.644, with a significance level of 0.000 < 0.05. This means that the more positive the body image of female Instagram users at Universitas 45 Surabaya, the higher their self-esteem. These results indicate that Instagram use can have both positive and negative impacts on a person's self-esteem. If self-esteem is already well-established, physical factors are less of a concern. This is demonstrated by the way individuals are assertive and appreciative of all types of feedback on social media, especially Instagram.
Keywords: *body image, instagram, self-esteem*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *body image* dengan *self-esteem* melalui pendekatan kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi Pearson. Populasi dalam penelitian ini adalah 162 mahasiswi Universitas 45 Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan jumlah sampel 80 mahasiswi. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara citra tubuh dengan harga diri, dengan nilai r = 0,644, dengan taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya, semakin positif citra tubuh pengguna Instagram perempuan di Universitas 45 Surabaya, maka semakin tinggi pula harga dirinya. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap harga diri seseorang. Jika harga diri sudah terbentuk dengan baik, faktor fisik tidak terlalu menjadi perhatian. Hal ini ditunjukkan dengan sikap individu yang asertif dan menghargai segala jenis umpan balik di media sosial, khususnya Instagram.
Kata Kunci: *body image*, *instagram*, *self-esteem*

Pendahulan

Fenomena perasaan *insecure* atau ketidakamanan diri, dan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain, masih menjadi permasalahan yang umum dialami oleh banyak individu sampai saat ini. Tidak sedikit individu yang mengalami kesulitan dalam mengelola perasaan ragu, cemas, khawatir, dan kurang percaya diri. Banyak di antaranya yang meyakini bahwa pengakuan dari orang lain merupakan hal yang dibutuhkan demi mengatasi rasa tidak aman tersebut. Kondisi ini semakin kompleks seiring dengan maraknya penggunaan media sosial, di mana individu kerap membandingkan pencapaian maupun perubahan fisik diri mereka dengan orang lain, baik yang dikenal secara langsung maupun melalui interaksi di dunia maya.

Menurut teori *body image* yang dikemukakan oleh Cash dan Pruzinsky (2002), *yaitu* persepsi, sikap, dan perasaan individu terhadap tubuhnya, baik secara fisik juga psikologis. Konsep ini mencakup bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri dan bagaimana ia meyakini dirinya ketika dilihat oleh orang lain. Pada saat seseorang merasa bahwa penampilan fisiknya tidak sesuai dengan standar ideal yang diyakini atau yang berlaku secara sosial, maka hal tersebut dapat menimbulkan ketidakpuasan terhadap tubuh sehingga muncul perasaan *insecure*. Dalam konteks kehidupan modern yang erat dengan penggunaan media sosial, membentuk pandangan individu terhadap citra tubuh ideal yang sering kali tidak realistis, sehingga semakin memperkuat tekanan terhadap individu, terutama pada kelompok usia remaja. Representasi tubuh yang sempurna di media sosial dapat membentuk persepsi yang keliru dan menimbulkan perbandingan sosial negatif, yang berdampak pada penurunan *self-esteem* dan meningkatnya kecemasan terhadap penampilan fisik.

Email: hayani@univ45sby.ac.id

Penelitian terdahulu oleh Fardana dan Astuti (2021) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkorelasi positif dengan meningkatnya perasaan *insecure* pada remaja. Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Pratiwi dan Nugroho (2020) menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan antara konsep diri negatif dan kecenderungan membandingkan diri secara sosial. Akan tetapi, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada populasi remaja, serta belum banyak yang mengkaji perasaan *insecure* dari sudut pandang individu pada fase berikutnya yaitu dewasa muda.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan kaitan antara media sosial dan persepsi tubuh. Soraya dkk. (2022) menemukan bahwa penggunaan media sosial yang tinggi berhubungan dengan meningkatnya kecemasan terhadap bentuk tubuh pada remaja perempuan. Sementara itu, Megumitama (2020) memfokuskan penelitiannya pada dampak iklan digital terhadap citra tubuh, akan tetapi tidak secara spesifik mengaitkannya dengan perasaan *insecure* secara psikologis. Lain halnya menurut, Hardaningtyas dan Munawaroh (2023) meneliti hubungan antara intensitas melihat konten *influencer* kecantikan dengan tingkat kepuasan tubuh, namun objek penelitiannya hanya terbatas pada mahasiswa perempuan di satu institusi pendidikan tinggi.

Berdasarkan kajian diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada populasi remaja, serta fokus pada aspek visual dan iklan, tanpa menggali secara mendalam interaksi antara konsep *body image*, perasaan *insecure*, dan dinamika penggunaan media sosial di kalangan dewasa muda dalam konteks budaya Indonesia secara luas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengkaji hubungan antara penggunaan media sosial, citra tubuh (*body image*), dan perasaan *insecure* secara lebih komprehensif pada dewasa muda di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *body image* mempengaruhi *self – esteem* dalam konteks para pengguna Instagram.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat celah penelitian (research gap) yang perlu dijembatani, yaitu perlunya pemahaman lebih lanjut mengenai dinamika perasaan *insecure* dalam kaitannya dengan media sosial, terutama pada individu dewasa muda di Indonesia yang sedang berada pada fase pencarian jati diri dan pembentukan identitas. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *body image* dengan *self – esteem* pada mahasiswa perempuan pengguna *instagram* di universitas 45 surabaya.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain kausal-komparatif, karena bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen dan dependen serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Metode ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan variabel *body image* terhadap *self-esteem* pada mahasiswa perempuan pengguna *Instagram*. Adapun Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa perempuan di Universitas 45 Surabaya yang terdaftar aktif, dengan jumlah sebanyak 162 orang, berdasarkan data dari Biro Administrasi Akademik (BAA). Sedangkan Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 mahasiswa perempuan, yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini digunakan karena peneliti menetapkan karakteristik khusus pada subjek yang dijadikan sampel, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2019). Adapun kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa perempuan Universitas 45 Surabaya,
2. Berusia antara 18–24 tahun,
3. Memiliki akun *Instagram* aktif dan merupakan pengguna aktif .

Adapun *instrumen* penelitian, data primer dikumpulkan melalui *kuesioner online* yang disebarkan menggunakan *Google Forms*. *Instrumen* yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua skala psikologis, yaitu:

1. *Multidimensional Body Self Relations Questionnaire – Appearance Scale* **(**MBSRQ–AS) untuk mengukur variabel *body image*, dan
2. Rosenberg *Self-Esteem Scale* **(**RSES**)** untuk mengukur variabel *self-esteem.*

Kedua instrumen ini menggunakan skala Likert dengan lima pilihan respon, yaitu: Sangat Setuju, Setuju, Cukup Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Penilaian dilakukan dengan cara memberikan pernyataan-pernyataan kepada partisipan, kemudian respon yang diberikan dianalisis secara kuantitatif. Sedangkan Teknik analisis data pada penelitian ini, yaitu data yang telah dikumpulkan dari kuesioner akan ditabulasi menggunakan *Microsoft Excel*, kemudian diimpor ke dalam perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) guna dilakukan analisis. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Korelasi product momen pearson* yakni digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian ini ingin mengetahui Hubungan antara *body image* dengan *self esteem.* Selanjutnya juga dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh variabel independen (body image) terhadap variabel dependen (self-esteem).

Instrumen utama yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua skala psikologis yang telah banyak digunakan, yaitu: Rosenberg *Self-Esteem Scale* (RSES) Skala ini dikembangkan oleh Morris Rosenberg pada tahun 1965 untuk mengukur tingkat harga diri (self-esteem) individu. RSES terdiri dari 10 item pernyataan, yang mencerminkan pandangan umum seseorang terhadap dirinya sendiri, baik dalam bentuk positif maupun negatif. Item dalam RSES dinilai menggunakan skala Likert 4 poin, dan dalam penelitian ini juga menggunakan skala Likert 4 poin: Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (4). Skala ini telah terbukti memiliki validitas konstruk yang kuat, serta reliabilitas tinggi, dengan nilai koefisien *alpha Cronbach* (α) berkisar antara 0,77 hingga 0,88 dalam berbagai penelitian lintas budaya (Rosenberg, 1965; Tafarodi & Milne,

2002). Dalam konteks penelitian ini, uji reliabilitas awal menghasilkan nilai α = 0,84, yang menunjukkan bahwa skala ini reliabel untuk digunakan pada populasi mahasiswa perempuan di Indonesia.

Multidimensional Body Self Relations Questionnaire – Appearance Scale (MBSRQ–AS) Instrumen ini dikembangkan oleh Thomas Cash (2000) sebagai bagian dari MBSRQ untuk mengukur persepsi dan sikap individu terhadap penampilan fisiknya atau body image. Subskala *Appearance Scale* yang digunakan pada penelitian ini berfokus dalam dimensi evaluatif dan afektif terhadap penampilan tubuh. Skala ini terdiri dari 34 item, yang mencakup aspek-aspek seperti Appearance Evaluation, Appearance Orientation, Body Areas Satisfaction Scale, Overweight Preoccupation, dan Self-Classified Weight. MBSRQ–AS menggunakan skala Likert 5 poin, dimulai dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju. Instrumen ini telah digunakan secara luas dalam berbagai penelitian lintas budaya dan menunjukkan validitas konstruk dan diskriminatif yang baik. Nilai reliabilitas Cronbach's Alpha dari masing-masing subskala umumnya berada di atas 0,80, yang menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik (Cash, 2000). Dalam uji coba awal penelitian ini, diperoleh nilai α = 0,89, yang mengindikasikan bahwa skala ini sangat reliabel dalam konteks penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji validitas alat ukur variabel X dan variabel Y menggunakan aplikasi *SPSS (Statistical Program for Social Science)*
   a. Skala *Body image*

      Hasil uji validitas dari skala *Body image* yang terdiri 15 item, gugur 2 item (Item yang gugur pada skala *Body image* yakni item 6 dan 8) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Uji Validitas *Body Image*

Scale Mean if Item Deleted		Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	40.3375	31.594	.456	.805
X2	40.3125	31.888	.442	.806
X3	40.4000	30.192	.613	.794
X4	40.1375	32.525	.424	.808
X5	40.3500	32.281	.324	.815
X6	40.1625	34.163	.139	.825
X7	40.5375	31.340	.415	.808
X8	39.9375	33.831	.216	.819
X9	40.6625	31.163	.343	.816
X10	40.0625	33.528	.271	.816
X11	40.3750	31.807	.509	.803
X12	40.3875	29.354	.711	.786
X13	40.1500	30.433	.706	.791
X14	40.3000	31.200	.455	.805
X15	40.5125	29.595	.539	.798

   b. Skala *Self Esteem*

      Hasil uji validitas dari skala *Self Esteem* yang berisi 10 aitem dinyatakan valid, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Uji Validitas Rosenberg Self-esteem Scale

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	3.2250	.67458	80
Y2	3.1625	.60470	80
Y3	3.3750	.64386	80
Y4	3.2375	.62122	80
Y5	2.9750	.72871	80

	Mean	Std. Deviation	N
Y6	3.1375	.56800	80
Y7	3.0875	.62020	80
Y8	2.9625	.78666	80
Y9	3.2125	.65010	80
Y10	3.2375	.57904	80

2. Hasil Uji Reliabilitas
   Uji reliabilitas alat ukur menggunakan aplikasi *SPSS (Statistical Program forSocial Science)*
   a. Skala *Body Image*
      Diperoleh nilai *alpha cronbach's* sebesar 0,832. Dengan demikian alat ukur alat ukur variabel *Body image* (X) layak untuk digunakan.

Tabel 3. Uji Reliabilitas *Body Image*

Cronbach's Alpha	N of items
0,832	13

   b. Skala *Self Esteem*
      Diperoleh nilai *alpha cronbach's* sebesar 0,858. Dengan demikian salat ukur variabel *Self Esteem* (Y) layak digunakan.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Self-esteem

Cronbach's Alpha	N of Items
0,858	10

3. Hasil Uji Hipotesis
   Uji Hipotesis menggunakan korelasi pearson, dan diperoleh nilai rxy = 0,644 dengan tingkat signifikasi = 0,000. Dapat disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan positif antara variabel X dan variabel Y, artinya hipotesa diterima.

Tabel 5. Korelasi Pearson

Correlations		TOTAL X	TOTAL X
TOTAL X	Pearson Correlation	1	.644**
	Sig. (2-tailed)		0.000
	N	80	80
TOTAL Y	Pearson Correlation	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	
	N	80	80

Hasil uji korelasi Pearson pada penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara variabel *body image* dan *self-esteem* pada mahasiswa perempuan pengguna *Instagram* di Universitas 45 Surabaya, dengan nilai koefisien r = 0,644 dan nilai signifikansi p = 0,000. Angka ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi mahasiswa terhadap citra tubuhnya, semakin tinggi pula harga diri (self-esteem) yang mereka miliki. Sebaliknya, semakin negatif *body image* seseorang, maka semakin rendah pula tingkat *self-esteem*-nya.

Implikasi dari temuan ini menunjukkan adanya citra tubuh (body image) berperan penting pada terbentuknya nilai diri mahasiswa perempuan, khususnya dalam lingkungan media sosial yang sangat menekankan pada visualisasi fisik seperti *Instagram*. Mahasiswa yang merasa nyaman, menerima, dan puas terhadap penampilannya akan memiliki rasa berharga yang lebih tinggi, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada aspek sosial, dan akademik, serta emosional dalam kehidupan mereka. Sebaliknya, persepsi negatif terhadap tubuh dapat menyebabkan ketidakpuasan diri, rasa malu, bahkan kecemasan sosial, yang berkontribusi pada rendahnya harga diri.

Hasil ini memperkuat temuan penelitian Malasari dkk. (2022) yang mengemukakan adanya hubungan signifikan antara *body image* dan *self-esteem* pada mahasiswi di UIN Suska Riau, dengan koefisien korelasi sebesar r = 0,521. Meskipun nilai korelasi dalam penelitian ini lebih tinggi, esensi temuan tetap konsisten bahwa persepsi positif terhadap tubuh berkorelasi dengan peningkatan harga diri. Selanjutnya, penelitian ini juga sejalan dengan temuan Soraya dkk. (2022) yang menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara self-esteem dan body image pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram.

Artinya, semakin tinggi *self-esteem* seseorang, semakin positif *body image* yang ia miliki, dan sebaliknya. Temuan ini memperkuat bahwa interaksi media sosial yang bersifat visual dapat memengaruhi persepsi diri perempuan muda, terutama mereka yang berada dalam fase transisi menuju dewasa.

Penelitian oleh Maemunha (2020) dan Wahyuni dkk. (2023) juga menyatakan bahwa individu dengan *body image* positif cenderung menerima tubuhnya apa adanya dan merasa nyaman serta percaya diri terhadap penampilannya. Sementara itu, individu dengan *body image* negatif lebih rentan terhadap rasa malu, cemas, dan perasaan tidak berharga. Temuan ini juga diperkuat oleh Jannah dkk. (2023) yang menjelaskan bahwa persepsi negatif terhadap tubuh sering kali melibatkan emosi negatif, seperti merasa bersalah atau tidak puas karena tubuh mereka tidak sesuai dengan standar yang dipersepsikan oleh lingkungan sosial.

Penelitian ini tidak hanya memperkuat hasil sebelumnya, tetapi juga memperluas ruang lingkupnya dengan menekankan pada peran media sosial Instagram, platform yang sangat populer di kalangan generasi Z, sebagai faktor kontekstual yang berkontribusi pada pembentukan *body image* dan *self-esteem*. Dengan mengkaji kelompok usia mahasiswa perempuan dan perilaku mereka di media sosial, penelitian ini memberikan kontribusi baru pada kajian psikologi sosial dan kesehatan mental dalam era digital. Disisi lain, pada konteks budaya Indonesia, *body image* perempuan sangat dipengaruhi oleh konstruksi sosial yang mengidealkan standar kecantikan tertentu, seperti kulit putih, tubuh langsing, wajah mulus, dan tinggi badan ideal. Standar ini sangat diperkuat oleh media sosial, terutama Instagram, yang memungkinkan pengguna membandingkan diri mereka dengan selebritas, influencer, maupun rekan sebaya secara langsung dan terus-menerus. Media sosial menjadi ruang baru untuk membentuk dan mempresentasikan identitas diri. Seperti yang dikemukakan oleh Situmorang & Hayati (2023), Instagram digunakan sebagai sarana representasi diri dan pencarian validasi sosial. Pada saat mahasiswa perempuan memposting foto, mereka tidak hanya menunjukkan penampilan, tetapi juga membuka kesempatan bagi orang lain untuk menilai, menyukai, atau bahkan mengkritik. Ini menciptakan tekanan psikologis, terutama jika penilaian eksternal dianggap sebagai tolak ukur nilai diri.

Lebih lanjut, budaya kolektif Indonesia menjadikan validasi sosial sebagai sesuatu yang penting. Pada masyarakat seperti ini, pendapat orang lain terhadap diri kita memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan *self-esteem*. Oleh karena itu, tingginya ekspektasi sosial dan idealisasi tubuh melalui media sosial juga menjadi faktor risiko rendahnya *self-esteem*, terutama bagi individu yang belum memiliki konsep diri yang kuat. Sebaliknya, bagi sebagian individu, media sosial dapat menjadi sarana ekspresi diri yang positif. Mahasiswa yang memiliki *body image* positif dan konsep diri yang kuat cenderung lebih mampu mengelola tekanan sosial, tidak mudah terpengaruh oleh standar kecantikan tidak realistis, dan dapat membangun *self-esteem* secara lebih stabil. Mereka juga cenderung lebih selektif dalam mengonsumsi konten dan mampu menilai diri berdasarkan pencapaian atau nilai-nilai internal, bukan hanya penampilan fisik.

Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial seperti Instagram dapat menjadi pedang bermata dua: di satu sisi, berfungsi sebagai sarana ekspresi diri dan interaksi sosial; di sisi lain, dapat memicu perbandingan sosial dan ketidakpuasan tubuh, dan hal tersebut sangat berdampak pada harga diri. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa perempuan—sebagai bagian dari generasi Z—untuk memiliki literasi media yang baik, serta pendekatan yang sehat terhadap tubuh dan diri mereka sendiri.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *body image* dan *self-esteem* pada mahasiswa perempuan pengguna *Instagram* di Universitas 45 Surabaya. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,644 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara kedua variabel. Semakin positif *body image* yang dimiliki mahasiswa perempuan, maka semakin tinggi pula tingkat *self-esteem* yang mereka rasakan. Sebaliknya, semakin negatif persepsi terhadap tubuh, maka *self-esteem* cenderung rendah. Pada konteks penggunaan media sosial, khususnya Instagram, mahasiswa perempuan kerap terperangkap pada standar kecantikan ideal yang tidak realistis dan mengalami tekanan sosial akibat membandingkan diri. Hal ini menjadikan *body image* sebagai aspek penting dalam membangun kepercayaan diri dan harga diri mahasiswa di era digital. Penelitian ini menegaskan bahwa *body image* yang sehat dan positif berperan sangat penting dalam menjaga kesehatan psikologis perempuan muda di lingkungan kampus.

Kontribusi penelitian ini berada pada ranah psikologi sosial dan psikologi pendidikan, dengan menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berdampak pada aspek eksternal (perilaku), tetapi juga memengaruhi persepsi diri individu. Penelitian ini juga memperkaya pemahaman dalam psikologi kontemporer mengenai dinamika antara *body image* dan *self-esteem* dalam konteks budaya Indonesia dan media digital, khususnya di kalangan generasi Z.

Referensi

Abdullah, M. R. (2015). *Metode penelitian kuantitatif.* Aswaja Pressindo.

Afridi, S., & Maqsood, S. (2019). Clinical & Counselling Psychology Review (CCPR), *1*(2), 69–88.

Alfian, A., Abdullah, A., & Nurjannah, N. (2021). Faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi body image pada tenaga kesehatan di RSUD Meuraxa. *Jurnal SAGO Gizi dan Kesehatan, 2*(1), 60. https://doi.org/10.30867/gikes.v2i1.467

Amalia, S. (2020). *Hubungan body image dengan kepercayaan diri pada korban body shaming* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel].

Angela, N., & Yoedtadi, M. G. (2019). Pemanfaatan media sosial oleh Komunitas Historia Indonesia. *Prologia, 3*(2), 393–402. https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6371

Ardiany, M. F., & Ardi, R. (2022). Hubungan intensitas penggunaan Instagram terhadap self-esteem emerging adult yang dimediasi dengan perbandingan sosial. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental, 2*(1), 153–162. https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.31965

Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi revisi). Rineka Cipta.

Artha Saputra, I. D. K., Sujana, I. W., & Manuaba, I. B. S. (2018). Korelasi antara kecerdasan interpersonal dengan hasil belajar IPS siswa kelas V. *Mimbar Ilmu, 23*(1), 43–52. https://doi.org/10.23887/mi.v23i1.16406

Banjarbaru, S. (2023). *Jurnal Al-Taujih, 9*(2), 137–142.

Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image, 19*, 37–43. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007

Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice.* The Guilford Press.

Cherise, G., & Bestari, N. A. (2023). Tingkat pengetahuan self-esteem remaja pasca menonton film *Imperfect: Karir, Cinta & Timbangan*. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi, 4*(2), 132–142. https://doi.org/10.37715/calathu.v4i2.3124

Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem.* Freeman and Company.

Dalila, F., Putri, A. M., & Harkina, P. (2018). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan harga diri. *Jurnal Psikologi Malahayati, 3*(1), 1–5.

Detikedu. (2023, Juli 27). *Gangguan kesehatan mental Gen Z meningkat 200%, pakar ungkap dua penyebabnya.* https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7096836/gangguan-kesehatan-mental-gen-z

Gibbs, J. L., Ellison, N. B., & Heino, R. D. (2006). Self-presentation in online personals: The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in internet dating. *Communication Research, 33*(2), 152–177. https://doi.org/10.1177/0093650205285368

Hendraswara, A. R., Hutabarat, H. N., & Hanami, Y. (2021). Gambaran tipe self-presentation melalui konten foto Instagram pada mahasiswi. *Psympathic: Jurnal Ilmiah Psikologi, 7*(2), 299–314. https://doi.org/10.15575/psy.v7i2.7159

Henryan, N. E., & Simanjuntak, E. J. (2022). Hubungan antara gambaran tubuh, keberhargaan diri, dan aktivitas swafoto di Instagram pada remaja perempuan. *Jurnal Psikologi Ulayat, 10*(1), 5–22. https://doi.org/10.24854/jpu412

Hutapea, B. (2017). *Persepsi terhadap daya tarik fisik model di televisi dan citra tubuh pada remaja putri.*

Jannah, M., Minarni, M., & Saudi, A. N. A. (2023). Hubungan self-esteem dengan body image pada remaja wanita pengguna filter Instagram. *Jurnal Psikologi Karakter, 3*(2), 340–346. https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2332

Lockhart, M. (2019). *The relationship between Instagram usage, content exposure, and reported self-esteem.* ResearchGate.

Malasari, F. A., Mukhlis, M., & Kasim, S. (2022). Body image. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental, 2*(1), 103–119.

Megumitama, M. (2020). *Pengaruh body image terhadap self-esteem pada mahasiswi baru Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang* [Tesis, UIN Maulana Malik Ibrahim].

Nabila, S. F. (2022). *Perkembangan remaja (Adolescense).* ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/359369967_PERKEMBANGAN_REMAJA_Adolescense

Nafeesa, N., & Novita, E. (2021). Hubungan antara harga diri dengan perilaku impulsive buying pada remaja penggemar K-pop. *Cakrawala: Jurnal Humaniora, 21*(2), 79–86. https://doi.org/10.31294/jc.v21i2.10319

Nuralifa, S. I. P., Rachman, A., & Arsyad, M. (2022). Pengaruh body image terhadap self-esteem pada siswa SMP Negeri 27 Banjarmasin. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Ar-Rahman, 8*(2), 126–133. https://doi.org/10.31602/jbkr.v8i2.8989

Prakasa, D. D. (2021). *Pengaruh harga diri terhadap asertivitas mahasiswa pengguna Instagram* [Tesis, Universitas Muhammadiyah Malang].

Putri, A. M., Rachmah, D. N., & Erlyani, N. (2019). Citra tubuh pada dewasa madya yang melakukan operasi plastik estetik. *Jurnal Kognisia, 2*(2), 1–6.

Rahmah, T. R., Permatasari, N., & Rustham, A. T. P. (2019). Hubungan antara self-presentation pada media sosial dan pembentukan identitas diri pada remaja akhir. *Prosiding Temu Ilmiah Nasional (TEMILNAS XII)*, 134–143.

Rahmi, A. M., & Anggraini, D. (2022). Body image dengan self-esteem di masa emerging adulthood pada wanita pageant. *Psychology Journal of Mental Health, 4*(1), 37–48.

Redaksi CNBC Indonesia. (2023, Maret 9). *Data ungkap banyak orang mau hapus Instagram, kenapa?* https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230309182028-37-420390/data-ungkap-banyak-orang-mau-hapus-instagram-kenapa

Rengga, O. L., & Soetjiningsih, C. H. (2022). Body image ditinjau dari jenis kelamin pada masa dewasa awal. *Philanthropy: Journal of Psychology, 6*(1), 1–10. https://doi.org/10.26623/philanthropy.v6i1.4851

Ristiyani, R. (2023). *Hubungan penggunaan media sosial (Instagram) dengan harga diri pada mahasiswa* [Skripsi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang].

Rosani, W., Fatimah, S., & Supriatna, E. (2021). Studi deskriptif self-esteem pada siswa kelas XI SMAN 1 Margaasih. *FOKUS: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan, 4*(5), 330–339. https://doi.org/10.22460/fokus.v4i5.8074

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image.* Princeton University Press.

Situmorang, W. R., & Hayati, R. (2023). Media sosial Instagram sebagai bentuk validasi dan representasi diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara, 9*(2), 253–266. https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jsn

Solistiawati, A., & Sitasari, N. (2020). Hubungan antara citra tubuh dengan harga diri remaja akhir putri (studi pada mahasiswi reguler Universitas Esa Unggul). *Jurnal Psikologi Esa Unggul, 13*(1), 13–20.

Soraya, A., Fadhillah, A., & Indrijati, H. (2022). Hubungan antara self-esteem dan body image pada remaja akhir perempuan pengguna Instagram. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental, 2*(1), 201–211.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.* Alfabeta.

Sumarsono, A., Sudaryanti, D., & Taqwiem, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, akses pembiayaan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah bank BTPN Syariah (Studi pada nasabah BTPN Syariah di Kec. Dau, Kab. Malang). *Islamic Economic and Finance Journal, 4*(1), 1–12.

Tempo.co. (2023, Mei 18). *Media sosial bikin orang membandingkan diri, ini kata psikolog.* https://www.tempo.co