

The Contribution of Upward Comparison and Self Esteem to Body Image of Instagram Users

Kontribusi Upward Comparison dan Self Esteem Terhadap Body Image Pada Pengguna Instagram

Ratih Almadelta^{1*}, Mardianto²,

^{1,2} Departemen Psikologi Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang

E-mail: ratihalmadelta@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is: 1. To understand the body image among early adult women Instagram users, 2. To understand the upward comparison among early adult women Instagram users, 3. To understand the self-esteem among early adult women Instagram users, 4. To determine the contribution of upward comparison and self-esteem to body image among early adult women Instagram users. This study is quantitative in nature. The participants in this study were 185 early adult women Instagram users. This study uses upward comparison and self-esteem as independent variables and body image as the dependent variable. Hypothesis testing produces a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). The results of this study showed that upward comparison and self-esteem contribute to body image among early adult women Instagram users. In this study, self-esteem has a greater contribution to body image than upward comparison. Based on the results, the conclusion is that early adult women Instagram users tend to have a fairly good body image. Additionally, they tend to engage in upward comparison and possess good self-esteem. This study indicates that both upward comparison and self-esteem contribute to body image among early adult women Instagram users.

Keyword: Upward comparison, Self Esteem, Body Image, Instagram Users

Abstrak

tujuan dari penelitian ini yaitu : 1. Untuk mengetahui gambaran *body image* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram 2. Untuk mengetahui gambaran *upward comparison* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram 3. Untuk mengetahui gambaran *self esteem* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram 4. Untuk mengetahui kontribusi *upward comparison* dan *self esteem* terhadap *body image* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Partisipan dalam penelitian ini yaitu 185 orang wanita dewasa awal pengguna Instagram. Penelitian ini menggunakan *upward comparison* dan *self esteem* sebagai variabel bebas dan *body image* sebagai variabel terikat. Uji hipotesis menghasilkan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hasil penelitian ini diperoleh bahwa *upward comparison* dan *self esteem* berkontribusi terhadap *body image* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram. Pada penelitian ini, *self esteem* memiliki sumbangan kontribusi lebih besar terhadap *body image* dari pada *upward comparison*. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa wanita dewasa awal pengguna Instagram cenderung memiliki citra tubuh yang cukup baik. Selain itu, mereka cenderung melakukan *upward comparison*. serta mereka memiliki *self esteem* yang baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *upward comparison* dan *self esteem* memberikan kontribusi terhadap *body image* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram.

Kata Kunci : Upward comparison, Self Esteem, Body Image, Pengguna Instagram

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat dalam bidang teknologi informasi memicu transformasi signifikan dalam metode interaksi antara manusia. Kemajuan ini tercermin dari hadirnya media sosial yang menjadi sarana komunikasi modern. Media sosial dimanfaatkan oleh individu sebagai *platform* yang digunakan untuk berkomunikasi antar sesama dalam jaringan serta komunitas virtual. *Platform* media

sosial dengan pengguna terbanyak saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan *platform* berbasis visual yang menyediakan berbagai fitur yang umumnya digunakan untuk berkomunikasi, berbagi atau memposting (seperti foto, video, dan *instastory*), serta menjelajah (melihat atau memantau *feeds* atau *instastory* dari *public figure/influencer*, teman, kenalan, dan mencari informasi). Penggunaan Instagram berkaitan dengan pembentukan citra tubuh atau *body image* (Hu Y et al, 2014).

Body image menurut Cash & Pruzinsky (2002) merupakan konsep multidimensi yang menggambarkan penilaian, pemikiran, dan perasaan seseorang terhadap bentuk tubuhnya secara subjektif, serta memberikan penilaian sebagai bentuk evaluasi diri berdasarkan yang mereka persepsikan, pikiran dan rasakan (Rahmadani, 2017). Sebagian orang khususnya wanita akan menilai sempurna dengan memiliki paras yang cantik, putih, mancung, serta *body goals*. Dengan adanya konsep kecantikan yang beredar di masyarakat mengakibatkan sebagian orang berusaha untuk tampil sempurna dan ideal. *Body image* di kalangan pengguna Instagram berkembang seiring dengan variasi konten visual yang ditawarkan *platform* ini, yang memungkinkan pengguna melihat berbagai representasi tubuh, gaya hidup, dan standar kecantikan. Konten visual yang ditawarkan memperkuat kecenderungan pengguna untuk menginternalisasi standar kecantikan ideal melalui gambar bertubuh langsing, berkulit putih, wajah cerah berseri, tinggi, hidung mancung, tidak berjerawat dan lainnya (Felman & Szymanski, 2018). Jika dibandingkan dengan orang Indonesia yang identik dengan kulit sawo matang, hidung yang tidak terlalu mancung atau pesek, serta postur tubuh yang lebih rendah tentunya standar kecantikan ideal tersebut tidak realistik atau berlawanan.

Studi yang dilakukan oleh Pedalino & Camerini (2022), menunjukkan bahwa wanita dewasa awal yang aktif di Instagram sering kali terpapar konten yang menampilkan kecantikan ideal yang dimiliki *influencer*, selebritas, bahkan teman mereka sendiri. Wanita cenderung menjadikan *body image* sebagai konteks dalam perbandingan sosial. Perilaku membandingkan ini disebut *social comparison*. *Social comparison* menurut Festinger (1954) adalah perbandingan subjektif yang mana individu mengevaluasi diri dengan mengenai kemampuan dan penampilannya dengan individu lain yang berada di sekitarnya (Wahyuni & Wilani, 2019). *Social comparison* terdiri dari 2 dimensi yaitu, *upward comparison* dan *downward comparison*. *Upward comparison* kali dikaitkan dengan perasaan ketidakpuasan, cemas, dan rendah diri, karena seseorang melakukan perbandingan terhadap seseorang yang lebih unggul. Dalam *upward comparison*, individu cenderung merasakan "kekurangan" dibandingkan dengan orang lain, yang bisa memicu reaksi psikologis terkait ketidakpuasan dan kehilangan (Yaple dan Yu 2020). Sedangkan *downward comparison* melibatkan perbandingan antara diri individu dengan orang yang dianggap berada dalam posisi yang lebih buruk. Perbandingan ke bawah memberikan efek yang berbeda pada kelompok etnis yang berbeda (Rancourt et al. 2016).

Setiap individu dapat terpengaruh oleh pola pikir *social comparison*. Individu yang melakukan penilaian diri cenderung melakukan perbandingan sosial serta mengevaluasi *self-esteem* mereka. Salah satu manfaat dari perilaku *social comparison* yaitu dapat memotivasi orang dan mendorong evaluasi diri. Namun, dampak buruknya dapat menyebabkan orang merasa tidak puas dengan dirinya, sehingga dapat mengurangi *self esteem*. (Flynn, dalam Sari & Suarya, 2018)

Self-esteem adalah pandangan diri individu, kemudian merefleksikan sikapnya dan mengevaluasi dengan kisaran rendah hingga tinggi. Konten media sosial kerap kali menjadi dasar untuk mengevaluasi diri melalui perbandingan terkait diri sendiri terhadap orang lain. Namun, mereka yang mempunyai *self esteem* tinggi cenderung tidak terpengaruh oleh perbandingan ini, terutama terkait penampilan fisik, kemampuan, atau prestasi mereka (Andryana, 2024). Pada remaja pengguna Instagram, *self esteem* dan *body image* saling berkaitan. Dengan evaluasi penampilan menjadi dimensi *body image* yang paling berpengaruh terhadap *self esteem* (Audrey et al. 2020). *Social comparison* yang terus-menerus dengan standar penampilan ideal dapat menimbulkan kekhawatiran mengenai *body image* dan rendahnya *self esteem* seiring dengan semakin intensifnya penggunaan Instagram. *Body image* seseorang memburuk ketika *self esteem* menurun. *Body image* seseorang akan meningkat jika *self esteem* yang dimilikinya juga meningkat. (Afana, 2021).

Berdasarkan pemaparan permasalahan yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk mendalami penelitian terkait antara *social comparison*, khususnya dalam dimensi *upward comparison*, dan *self-esteem* dengan melihat apakah terdapat kontribusi terhadap *body image* pada

pengguna Instagram yang terfokus pada wanita dewasa awal. Penelitian ini peneliti beri judul “Kontribusi *Upward Comparison* dan *Self Esteem* terhadap *Body Image* pada Pengguna Instagram.”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dan menggunakan desain korelasional. Metode kuantitatif mengandalkan data numerik atau kuantitas dianalisis dengan bantuan teknik statistik dan instrumen penelitian yang terstruktur (Sugiyono, 2018). Penelitian kuantitatif dirancang untuk menguji kebenaran hipotesis melalui pengamatan terhadap populasi atau sampel tertentu, dengan menerapkan metode statistik dan dinamis dalam mengumpulkan serta menganalisis data. Partisipan dalam penelitian ini yaitu 185 orang wanita dewasa awal pengguna Instagram. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dipilih melalui teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang didasarkan pada pertimbangan atau karakteristik tertentu.

Penelitian ini menggunakan *upward comparison* dan *self esteem* sebagai variabel bebas dan *body image* sebagai variabel terikat. Skala *upward comparison* disusun berdasarkan teori Festinger (1954) yang dikembangkan oleh O'Brien (2009) dan dimodifikasi oleh Roja (2021). Pengujian validitas dan reliabilitas pada skala *upward comparison* memperoleh hasil reliabel sebesar 0,860 dan menggunakan 10 item. Kemudian, skala *self esteem* disusun berdasarkan teori Rosenberg (1965) yang dikembangkan oleh Andryana (2024). Pengujian validitas dan reliabilitas pada skala *self esteem* memperoleh hasil reliabel sebesar 0,839 dan menggunakan 13 item. Selanjutnya, skala *body image* disusun berdasarkan teori Cash & Pruzinsky (2012) yang dikembangkan oleh Maharani (2022). Pengujian validitas dan reliabilitas pada skala *body image* memperoleh hasil reliabel sebesar 0,864 dan menggunakan 14 item.

Teknik mengumpulan data yang dilakukan yaitu menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner yang digunakan berbasis *website* melalui *google formulir* yang dibagikan kepada subjek penelitian. Setelah data dari alat ukur terkumpul, maka dilakukan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Packager for Social Sciences (SPSS)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kontribusi *upward comparison* dan *self esteem* terhadap *body image* pada pengguna Instagram. Jumlah subjek dalam penelitian ini yaitu 385 orang yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Penelitian dilakukan dari tanggal 7 Februari – 15 Februari 2025.

Tabel 1. Deskripsi Data Variabel

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empiris			
	Max	Min	Mean	SD	Max	Min	Mean	SD
<i>Upward Comparison</i>	40	10	25	5	40	22	34,5	2,2
<i>Self Esteem</i>	52	13	32,5	6,5	47	26	40,5	3,04
<i>Body Image</i>	56	14	35	7	51	25	40,3	3,7

Berdasarkan data dari tabel 1 Dapat dilihat bahwa pada variabel *upward comparison* rerata empiris yang didapat adalah 34,5 dan rerata hipotetik yang didapatkan adalah 25. Jika dilihat dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa rerata empiris lebih besar dari rerata hipotetik. Oleh karena itu secara umum wanita dewasa pengguna Instagram memiliki *upward comparison* yang lebih tinggi dari dugaan penelitian. Selanjutnya, pada variabel *self esteem* rerata empiris yang didapat adalah 40,5 dan rerata hipotetik yang didapat adalah 32,5. Hal ini berarti bahwa rerata empiris lebih besar dari rata rata hipotetik. Oleh karena itu, secara umum wanita dewasa awal pengguna Instagram mempunyai *self esteem* yang lebih tinggi dari dugaan penelitian. Terakhir, pada variabel *body image* rerata empiris yang didapat adalah 40,3 dan rerata hipotetik yang didapatkan adalah 35. Hasil ini menunjukkan bahwa rerata empiris lebih besar dari rerata hipotetik sehingga secara umum wanita dewasa awal pengguna Instagram memiliki *body image* lebih tinggi dari dugaan penelitian.

Tabel 2. Kategorisasi Data Varaibel *Body Image*

Skor	Kategorisasi	F	%
$X < 28$	Rendah	2	1%
$28 \leq X < 42$	Sedang	248	64%
$42 \leq X$	Tinggi	135	35%
Total		385	100%

Berdasarkan hasil data tabel 2 dapat dilihat bahwa dari 385 responden penelitian, mayoritas subjek masuk ke dalam kategori sedang sebanyak 248 subjek atau sebesar 64%. Kemudian sebanyak 135 responden atau sebesar 35% berada dalam kategori tinggi. Dapat diambil kesimpulan bahwa keseluruhan responden dalam penelitian ini cenderung mempunyai *body image* yang sedang ke tinggi.

Tabel 3. Kategorisasi Data Varaibel *Upward Comparison*

Skor	Kategorisasi	F	%
$X < 20$	Rendah	0	0%
$20 \leq X < 30$	Sedang	16	4%
$30 \leq X$	Tinggi	369	96%
Total		385	100%

Berdasarkan hasil data tabel 3 dapat dilihat bahwa dari 385 responden penelitian, mayoritas subjek masuk ke dalam kategori tinggi sebanyak 369 subjek atau sebesar 96%. Dapat diambil kesimpulan bahwa keseluruhan responden dalam penelitian ini cenderung mengalami *upward comparison* yang tinggi.

Tabel 4. Kategorisasi Data Varaibel *Self Esteem*

Skor	Kategorisasi	F	%
$X < 26$	Rendah	0	0%
$26 \leq X < 39$	Sedang	48	12%
$39 \leq X$	Tinggi	337	88%
Total		385	100%

Berdasarkan hasil data tabel 4 dapat dilihat bahwa dari 385 responden penelitian, mayoritas subjek masuk ke dalam kategori tinggi sebanyak 337 subjek atau sebesar 88%. Dapat diambil kesimpulan bahwa keseluruhan responden dalam penelitian ini cenderung memiliki *self esteem* yang tinggi.

Tabel 5. Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig	Keterangan
<i>Upward comparison dan Self esteem terhadap body image</i>	0,200	Normal

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansinya atau *Asymp. Sig (2-Tailed)* yaitu 0,200 yang berarti bahwa $0,200 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 6. Uji linearitas

Variabel	<i>Sig.(p) deviation from linearity</i>
<i>Upward comparison dan Body Image</i>	0,092
<i>Self Esteem dan Body Image</i>	0,086

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat nilai *sig. (p)* deviation from linearity antara variabel *upward comparison* (X_1) dengan *body image* (Y) yaitu sebesar 0,092. Selanjutnya, nilai *sig. (p)* deviation from linearity antara variabel *self esteem* (X_2) dengan *body image* (Y) yaitu sebesar 0,086. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *sig. (p)* deviation from linearity $> 0,05$ yang artinya data pada penelitian ini memiliki hubungan yang linear.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Model	F	Sig
Regression	22,695	0,000

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji F adalah 0,000 yang mana nilai ini $< 0,05$ sehingga H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel variabel *upward comparison* dan *self esteem* secara simultan berkontribusi terhadap *body image*.

Tabel 8. Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi	R Square
<i>Upward Comparison</i>	0,099	0,326	
<i>Self Esteem</i>	0,295	0,106	
			0,106

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai R square yaitu 0,106 Yang artinya variabel *upward comparison* dan *self esteem* memiliki kontribusi terhadap variabel *body image* dengan persentase sebesar 10,6%. Sisanya sebesar 89,4% Dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini berorientasi guna mengungkapkan apakah *upward comparison* dan *self esteem* berkontribusi terhadap *body image* pada wanita dewasa awal yang menggunakan Instagram. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa *upward comparison* dan *self esteem* berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap *body image* pada wanita dewasa awal yang menggunakan Instagram. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa *self esteem* berkontribusi lebih besar terhadap *body image* dari pada *upward comparison*.

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram menjadi salah satu wadah yang berorientasi pada *body image*. Penelitian ini juga menemukan bahwa *body image* wanita dewasa awal yang menggunakan Instagram dikategorikan sedang dengan kontribusi 64%. Hal tersebut menandakan bahwa mayoritas wanita dewasa awal pengguna Instagram mempunyai pandangan yang cukup positif terhadap tubuh mereka. Namun menurut Setiawati (2020) dalam penelitiannya, tingkat *body image* tergolong sedang dan cenderung menimbulkan rasa tidak puas pada bagian tubuh tertentu, namun masih dapat diterima dan tidak terlalu mengganggu sehingga menimbulkan kecemasan berlebihan terhadap obesitas dan perilaku diet. Didukung oleh penelitian Dinata & Pratama (2022), *Body image* yang masuk dalam kategori sedang bukan berarti mereka tidak merasa *body dissatisfaction*.

Persepsi mengenai tubuh yang berfokus pada aspek penampilan menjadi faktor utama yang memengaruhi citra tubuh. Individu cenderung berharap memiliki bentuk tubuh yang ideal, terutama perempuan yang sering kali berusaha menyesuaikan diri dengan standar kecantikan yang berlaku di masyarakat (Claudia, 2016). Memiliki tubuh yang dianggap ideal sesuai dengan standar kecantikan dapat meningkatkan kepuasan terhadap tubuh dan membentuk *body image* yang positif. Ketika seorang wanita meyakini bahwa tubuhnya tidak memenuhi standar kecantikan masyarakat, ia mungkin merasa tidak puas dan mengembangkan persepsi negatif terhadap tubuhnya. (Nnaemeka & Solomon, 2014).

Individu yang memiliki *body image* positif biasanya menganggap baik tubuhnya dan menerima setiap bagian tubuhnya, terlepas dari kekurangan atau penyimpangan dari standar tubuh ideal. Dengan berolahraga, menjaga jadwal tidur tetap konsisten, dan tetap terhidrasi, mereka mampu menghargai dan menghargai tubuhnya. Sebaliknya, individu dengan *body image* negatif memiliki ketidaksesuaian yang signifikan antara penampilan fisik yang dianggap ideal dan sebenarnya, sehingga dapat menimbulkan pemikiran dan sentimen negatif terhadap penampilan mereka. (Tylka, dalam Andrew et al, 2014).

Pada hipotesis pertama penelitian ini, temuan untuk H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa *upward comparison* (X_1) secara positif memiliki kontribusi atas *body image* (Y) di kalangan wanita dewasa awal yang menggunakan Instagram. Secara spesifik, *upward comparison* berkontribusi dengan arah positif sebesar 1,4% terhadap *body image*. Dengan demikian, seiring dengan meningkatnya *upward comparison*, demikian pula *body image*. sebaliknya, tingkat *upward comparison* yang lebih rendah maka terjadi penurunan *body image*.

Sejalan dengan penelitian Pratama & Dinata (2022) yang mengungkapkan bahwa *social comparison* mempunya hubungan yang positif terhadap *body image* dewasa awal pengguna tiktok dengan

kontribusi sebesar 74,2% dan pada *upward comparison* berkategori sedang. Temuan ini berarti individu cukup mampu mengontrol diri dalam melakukan perbandingan diri ke atas. Selain itu, Septianingsih (2021) mengungkapkan *upward comparison* dengan *body image* terdapat hubungan signifikan yang positif, yang menunjukkan bahwa *upward comparison* yang tinggi dapat meningkatkan *body image*. Resna & Pratiwi (2021) dalam penelitiannya, semakin mendukung hal ini, menemukan bahwa *social comparison* secara signifikan meningkatkan *body image* wanita dewasa awal.

Berdasarkan kategorisasi skor pada variabel *upward comparison*, ditemukan bahwa wanita dewasa awal pengguna Instagram memiliki tingkat *upward comparison* pada kategori tinggi. Hal tersebut menggambarkan bahwa mayoritas wanita dewasa awal pengguna Instagram mengimplementasikan *upward comparison* dengan baik. Hal ini senada seperti yang ungkapan oleh Setiawati (2020) menyatakan bahwa kebutuhan dasar seperti evaluasi, meningkatkan, dan perbaikan diri, individu dapat dipenuhi melalui *upward comparison*.

Di media sosial, melakukan perbandingan dengan orang yang dianggap superior dapat memotivasi individu untuk ingin meningkatkan kualitas hidup mereka dan mengadopsi perilaku baru (Appel et al, 2016). Selain itu, Cramer et al. (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa orang yang sering mengakses *platform* media sosial seperti Facebook dan Instagram cenderung melakukan *upward comparison* dan dapat merasakan motivasi positif dan termotivasi untuk meningkatkan diri mereka sebelumnya.

Lebih lanjut, hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa H2 diterima. Artinya, *self esteem* (X) memiliki peran dalam membentuk *body image* (Y) di kalangan wanita dewasa awal yang menggunakan Instagram. Secara spesifik, *self esteem* memberikan kontribusi positif sebesar 9,2% terhadap *body image*, yang mencerminkan korelasi positif. Jadi, ketika *self esteem* individu meningkat, *body image* individu pun meningkat.

Damayanti (2018) dalam penelitiannya menemukan pada remaja, *self esteem* berhubungan positif yang signifikan dengan persentase berkontribusi sebesar 36,8% terhadap *body image*. Penelitian Aini dan Pratama (2024) mendukung temuan adanya pengaruh *self esteem* yang berdampak positif dengan persentase kontribusi sebesar 8,8% terhadap *body image*. Artinya kenaikan satu tingkat *self esteem* mengarah pada peningkatan yang sesuai sebesar 1,026 dalam *body image*. Hasil ini menyatakan bahwa tingginya *self esteem* menentukan tingginya *body image*. Selain itu, penelitian Desi (2016) lebih lanjut menemukan pada remaja, *self esteem* berkorelasi dengan kuat dan terarah terhadap *body image*.

Hipotesis ketiga dalam riset ini mengindikasikan bahwa pada populasi wanita dewasa awal pengguna Instagram, *upward comparison* dan *self esteem* bersama-sama berkontribusi 10,6% terhadap *body image*. Namun, analisis juga mengungkapkan bahwa 89,4% kontribusi signifikan lainnya disebabkan oleh faktor lain di luar cakupan penelitian ini. *Upward comparison* sendiri hanya berkontribusi 1,4% terhadap *body image*, sedangkan *self esteem* berkontribusi 9,4%. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan yaitu *self esteem* berkontribusi lebih besar terhadap *body image* dibandingkan dengan *upward comparison*. Penelitian ini menegaskan bahwa baik *upward comparison* maupun *self esteem* yang positif dapat berkontribusi pada peningkatan *body image*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uji hipotesis mengenai kontribusi *upward comparison* dan *self esteem* terhadap *body image* pada pengguna Instagram, diperoleh kesimpulan bahwa *body image* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram berada pada kategori sedang, yang berarti mereka cenderung memiliki citra tubuh yang cukup baik. Selain itu, *upward comparison* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram juga berada pada kategori tinggi, menunjukkan bahwa mereka cenderung melakukan *upward comparison*. *Self esteem* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram pun berada pada kategori tinggi, menandakan bahwa mereka memiliki *self esteem* yang baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik *upward comparison* maupun *self esteem* dapat memberikan kontribusi terhadap *body image* pada wanita dewasa awal pengguna Instagram.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa mayoritas wanita dewasa awal yang menggunakan Instagram memiliki citra tubuh dengan kategori sedang. Sehingga peneliti menyarankan untuk wanita dewasa awal pengguna Instagram lebih menyadari dampak positif dan negatif dari *upward comparison*. Selain itu, wanita dewasa awal juga dapat lebih menjaga dan meningkatkan *self esteem*. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain yang memiliki

kontribusi terhadap *body image*, oleh karena itu peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain yang juga berkontribusi terhadap *body image*

DAFTAR PUSTAKA

- Abamara Nnaemeka, C., Agu Solomon, A., Gangopadhyay, A., Sahni, M. Y., & Esther, B. (2014). *Relationship between Body Image and Self-esteem among female Undergraduate students of behavioural Sciences*. *Hum Soc Sci*, 19, 1-5.
- Afana, A., Setiawan, A., & Adnan, R. (2021). Perbandingan sosial dan citra tubuh pada pengguna Instagram di Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 17(2), 112-124.
- Aini, L., & Pratama, M. (2024). Kontribusi *Self Esteem* Terhadap *Body Image* Remaja Perempuan Pengguna Filter Instagram. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 11(8), 3020-3025.
- Andrew, R., Tiggemann, M., & Clark, L. (2014). *Positive body image and young women's health: Implications for sun protection, cancer screening, weight loss and alcohol consumption behaviours*. *Journal of Health Psychology*, 1-12.
- Andriayana, N. (2024). Hubungan *Social Comparison* dengan *Self Esteem* Wanita Dewasa Awal Pengguna Instagram. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). *The interplay between facebook use, social comparison, envy, and depression*. *Current Opinion in Psychology*, 9(-), 44-49. doi: 10.1016/j.copsyc.2015.10.006.
- Audrey, K., Cheng, J., & Yeo, S. (2020). *Body image and self-esteem among female adolescents using Instagram*. *Journal of Adolescence*, 85, 56-64.
- Claudia, W., & Marnelly, T. R. (2016). *Konsep diri remaja putri obesitas* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Cramer, E. M., Song, H., & Drent, A. M. (2016). *Social comparison on facebook: Motivation, affective consequences self-esteem, and facebook fatigue*. *Computers in Human Behavior*, 64(-), 739-746. doi: 10.1016/j.chb.2016.07.049.
- Damayanti, A. A. M., & Susilawati, L. K P. A. (2018). Peran *Body image* Dan Penerimaan Diri Terhadap Harga diri Pada Remaja Putri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana: Edisi Khusus Psikologi Positif*. 201-210.
- Dinata, R. I., & Pratama, M. (2022). Hubungan antara *social comparison* dengan *body image* dewasa awal pengguna media sosial tiktok. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(3), 217-224.
- Feltman, C. E., & Szymanski, D. M. (2018). Instagram Use and Self-Objectification: The Roles of Internalization, Comparison, Appearance Commentary, and Feminism. *Sex Roles*, 78(5-6), 311-324.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we Instagram: A first analysis of Instagram photo content and user types. *Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 595-598.
- Maharani, E. S. D. (2022). Hubungan Antara *Self Esteem* dengan *Body Image* pada Remaja Putri Pengguna Aktif Instagram di Pekanbaru (Doctoral Dissertation, Uin Sultan Syarif Kasim Riau).
- Pedalino, F., & Camerini, A. L. (2022). *Instagram Use and Body Dissatisfaction: The Mediating Role of Upward Social Comparison with Influencers*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 145-160..
- Rahmadani, F. (2017). *Body Image* dan Perkembangan Sosial Remaja. Jakarta: PT Gramedia.
- Roja, F. A. Pengaruh *Social Comparison*, Harga Diri, Dan Tipe Kepribadian Terhadap *Body Dissatisfaction* Pada Mahasiswa Pengguna Instagram (Bachelor's thesis).
- Sari, M. S., & Suarya, A. (2018). *Social comparison and self-esteem: The positive and negative effects on individual evaluation*. *Psychological Review*, 35(2), 124-138.
- Septianningsih, R., & Sakti, P. (2021). Pengaruh *social comparison* terhadap *body image* pada wanita di harmony fitness center sumbawa besar. *Jurnal Psimawa: Diskursus Ilmu Psikologi dan Pendidikan*, 4(1), 26-33.

- Setiawati, N. A. (2020). Hubungan antara perbandingan sosial dan citra tubuh pada mahasiswa pengguna media sosial Instagram (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Tri Eka Wahyuni, M., & Wilani, P. (2019). *Social Comparison Theory: Proses Perbandingan Sosial dalam Kehidupan Sehari-Hari*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Yaple, Z., & Yu, R. (2020). *Upward Comparisons Across Monetary and Status Domains*. *Human Brain Mapping*, 41(11), 4662-4675.