

## GAMBARAN *BODY DISSATISFACTION* PADA INDIVIDU DEWASA YANG TERPAPAR KONTEN *FITSPIRATION* DI INSTAGRAM

Lidwina Priscilia<sup>1</sup>, Riana Sahrani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara

Penulis Korespondensi: Lidwina Priscilia. E-mail: [lidwina.705210316@stu.untar.ac.id](mailto:lidwina.705210316@stu.untar.ac.id)

### ABSTRAK

Instagram saat ini menjadi wadah yang dapat menampung berbagai tren global media sosial, salah satunya *fitspiration*. *Fitspiration* didefinisikan sebagai sebuah tren yang terdiri dari gambar-gambar yang bertujuan untuk memotivasi orang untuk berolahraga dan menjalani gaya hidup yang lebih sehat. Meskipun memiliki tujuan yang baik, gambar-gambar ini justru mendorong seseorang untuk membandingkan bentuk tubuhnya dengan bentuk tubuh ideal orang lain sehingga memicu perasaan tidak puas terhadap tubuh sendiri. Ketidakpuasan tubuh sendiri merujuk kepada perasaan tidak puas dengan penampilan fisik ataupun bentuk tubuh seseorang. Fokus terhadap kepuasan tubuh sangat penting sebagai upaya dalam menjaga kesejahteraan psikologis dan emosional seseorang. Maka dari itu, penelitian ini ditujukan untuk melihat gambaran ketidakpuasan tubuh individu dewasa. Penelitian ini dilakukan pada 150 individu dewasa dengan rentang usia 18-40 tahun yang memiliki akun Instagram aktif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Instrumen alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Body Shape Questionnaire (BSQ-34)*. Selain menggunakan BSQ-34, peneliti juga menggunakan pertanyaan demografi seperti intensitas penggunaan instagram, perasaan kurang nyaman dengan bentuk tubuh dan keinginan untuk mengubah penampilan. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki ketidakpuasan tubuh sedang sehingga hal ini menunjukkan bahwa peran *fitspiration* terhadap ketidakpuasan tubuh kecil. Analisis penelitian juga menemukan bahwa mayoritas jenis kelamin yang mengalami ketidakpuasan tubuh adalah perempuan dengan rentang usia 18-40 tahun.

*Kata kunci: Ketidakpuasan tubuh, Fitspiration, Instagram, Individu dewasa*

### Article History

Received: Desember 2024  
Reviewed: Desember 2024  
Published: Desember 2024

Plagirism Checker No 77

DOI : Prefix DOI :  
10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under  
a [Creative Commons  
Attribution-NonCommercial 4.0  
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

### Pendahuluan

Penampilan fisik merupakan salah satu aspek penting dalam diri individu dan dalam interaksi sosial antara individu dengan masyarakat. Penampilan seringkali menjadi tolak ukur seseorang dalam menilai status, karakter, atau kemampuan yang dimiliki orang lain. Penampilan saat ini tidak hanya dikaitkan dengan estetika tetapi juga terkait dengan cara individu memandang dan mempersepsikan tubuh mereka atau yang lebih dikenal dengan istilah *body image*.

*Body Image* adalah pandangan, pikiran, dan perasaan seseorang dalam menilai bentuk tubuhnya (Grogan, 1999). Seseorang yang memiliki *body image* yang baik maka akan memiliki pandangan yang baik pula terhadap tubuhnya. Dengan adanya pandangan *body image* yang berbeda tiap individu maka hal ini akan membentuk ekspektasi masyarakat dimana perempuan

diharapkan bertubuh langsing sedangkan pria diharapkan memiliki tubuh berotot (Furnham & Greaves, 1994).

Ekspektasi masyarakat tersebut yang membentuk suatu standar kecantikan ideal dan dapat mempengaruhi pandangan seseorang terhadap *body image*. Saputra et al. (2018) memaparkan bahwa konsep kecantikan pada perempuan tidak hanya berkaitan dengan wajah, namun juga dengan bentuk tubuh seperti warna kulit hingga lekukan tubuh yang dibentuk sesuai standar penilaian kecantikan. Penemuan ini sejalan dengan penelitian Buhlmann et al. (2010) di Jerman yang menyatakan bahwa sebanyak 41% perempuan lebih memperhatikan penampilannya laki-laki yang persentasenya hanya 27%. Dinata & Pratama (2022) juga berpendapat bahwa laki-laki hanya akan memprioritaskan penampilan fisik ketika mengevaluasi pasangannya.

Grogan (1999) melaporkan bahwa sebagian besar laki-laki menginginkan bentuk tubuhnya untuk terlihat lebih besar dan berotot. Penelitian menemukan bahwa laki-laki paling tidak puas dengan ukuran bisep, dada, dan lebar bahu sehingga cenderung untuk mengubah tiga aspek tersebut. Temuan ini sejalan dengan standar tubuh pria ideal saat ini yang menekankan bahu lebar dan dada serta lengan berotot (Grogan, 1999).

Akibat yang ditimbulkan dari *body image* negatif adalah meningkatnya bedah kosmetik (*cosmetic surgery*) yang dilakukan oleh laki-laki dan perempuan dewasa untuk mengubah bentuk tubuh yang dirasa kurang pas (Grogan, 1999). *Body image* yang negatif pada laki-laki dan perempuan menimbulkan dampak negatif seperti kecemasan, depresi, berolahraga melampaui batas, dan penggunaan obat-obatan seperti steroid anabolik (Barnes et al., 2020; Tiggemann & Anderberg, 2020). Oleh sebab negatif tersebut, banyak dari perempuan dan laki-laki yang mengalami ketidakpuasan pada bentuk tubuhnya.

Ketidakpuasan bentuk tubuh atau yang lebih dikenal *body dissatisfaction* adalah evaluasi negatif individu terhadap bentuk tubuhnya yang disebabkan oleh ketidaksesuaian antara bentuk tubuh ideal dengan bentuk tubuh pada kenyataannya (Grogan, 1999). Ketidakpuasan terhadap tubuh juga terjadi karena adanya perbedaan antara persepsi seseorang terhadap tubuh dan tubuh idealnya (Tariq & Ijaz, 2015). Individu yang tidak puas dengan tubuh mereka sering mengecek kondisi kesehatan mereka dengan menimbang berat badan, memperhatikan penampilan mereka di cermin serta cenderung menutupi karakteristik fisik mereka dari orang lain (Alfina et al., 2023).

Penelitian menemukan bahwa sebagian besar perempuan tidak puas dengan bentuk tubuhnya terutama pada bagian perut, paha, dan pinggang. Sedangkan laki-laki yang tidak puas dengan bentuk tubuh mereka cenderung ingin menjadi lebih kurus atau lebih berat. Ini menunjukkan pola yang berbeda dari perempuan yaitu ketika sebagian besar dari mereka ingin menjadi lebih ramping (Grogan, 1999).

Pengaruh media dan sosiokultural berhubungan erat dengan ketidakpuasan tubuh individu. Contohnya dalam penelitian sosiokultural yang menemukan model laki-laki dari majalah *Playgirl* semakin berotot seiring waktu, hal ini juga ditemukan pada mainan *action figures* yang berotot dan kekar (Bergstrom & Neighbors, 2006). Cara media menampilkan sosok perempuan pun sering kali menjadi acuan dan contoh yang digunakan masyarakat untuk menilai perempuan pada umumnya. Bukan hanya laki-laki terhadap perempuan, tetapi juga perempuan melihat diri mereka sendiri dan melihat sesama perempuan lainnya (Yuciana Telnoni, 2022).

Grogan (1999) menyatakan bahwa perempuan maupun laki-laki merasa kurang puas dengan tubuh mereka setelah melihat konten media yang menunjukkan gambaran ideal seseorang, baik dalam majalah, sosial media, maupun televisi. Paparan media dalam bentuk iklan memiliki pengaruh yang cukup dominan dalam ketidakpuasan tubuh individu. Iklan memberikan gambaran kepada publik terkait gambaran ideal seseorang yang didambakan masyarakat. Dalam budaya barat, beberapa studi menunjukkan adanya hubungan gangguan *body image* perempuan terhadap paparan iklan kecantikan dengan model bertubuh ideal kurus (de Lenne et al., 2021).

Di Indonesia, penayangan iklan kecantikan menciptakan stereotip bahwa perempuan ideal hanya perempuan langsing, tinggi, dan berkulit putih (Pratiwi & Luthfianiza, 2020; Putri et al., 2021). Bahkan dalam penelitian Nurfazrin & Raturahmi (2016) menemukan bahwa perempuan yang memiliki tumpukan lemak di beberapa bagian tubuhnya dianggap sebagai sesuatu yang

buruk atau tidak ideal sehingga memicu munculnya rasa tidak percaya diri. Konsep tersebut membuat masyarakat beranggapan bahwa bentuk ideal tersebut lumrah dan benar apa adanya.

### Fitspiration di Instagram

Perkembangan teknologi saat ini memudahkan masyarakat dalam mengakses media sosial yang terhubung ke dalam jaringan internet. Hadirnya media sosial memungkinkan para penggunanya untuk membangun relasi dan berinteraksi secara *online* baik dengan keluarga, teman, kerabat, maupun orang baru. Kemudahan ini kemudian mendorong munculnya berbagai aplikasi media sosial yang inovatif dengan fitur canggih di dalamnya, salah satunya Instagram. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membagikan konten berisi foto, video, cerita, dan informasi (Zaharani et al., 2023).

Kemudahan dalam membagikan momen berbentuk foto atau video ini mengundang beberapa penggunanya untuk membuat tren global dengan menggunakan tagar # atau *hashtag*. Salah satu tren yang sedang marak saat ini adalah tren dengan tagar #*fitspiration*. Tagar ini dapat ditemukan pada kolom pencarian yang berada di atas *explore page* di *Instagram* (Tiggemann & Zaccardo, 2018). Pada Juli 2024, peneliti menemukan sebanyak delapan belas juta konten yang dapat diakses pada tagar *fitspiration*.

*Fitspiration* sendiri merupakan gabungan kata dari '*fitness*' dan '*inspiration*'. Tren ini melibatkan beberapa gambar atau potongan kata motivasi berkaitan dengan informasi kesehatan serta inspirasi diet dan olahraga (Jong & Drummond, 2016). Tren *fitspiration* ini awal mulanya merupakan senjata untuk menangkal tren *thinspiration*, sebuah tren yang mempromosikan badan kurus yang ekstrem dan gangguan makan (Ghaznavi & Taylor, 2015). Meskipun tujuan dari *fitspiration* adalah untuk mempromosikan gaya hidup sehat, penelitian menunjukkan bahwa konten *fitspiration* mirip dengan konten *thinspiration* karena juga mengidealkan tubuh kurus, berolahraga untuk memperbaiki penampilan, pikiran dan perilaku makan yang tidak teratur, dan hukuman melalui olahraga ekstrem atau pembatasan diet (Barron et al., 2021)

Tiggemann & Zaccardo (2018) menemukan bahwa representasi bentuk tubuh dalam konten *fitspiration* tidak beragam dan didominasi oleh gambar individu dengan bentuk tubuh yang bugar dan kurus. Hal ini dapat membawa persepsi buruk bahwa hanya bentuk tubuh tertentu saja yang dapat menjadi bugar dan langsing. Penelitian lain menemukan bahwa eksposur kepada konten yang melibatkan foto orang dengan bentuk tubuh kurus dan bugar berdampak negatif terhadap *body image* individu (Robinson et al., 2017).

Unggahan foto dalam sosial media *Instagram* sering menunjukkan bentuk tubuh ideal seseorang. Marks et al. (2020) bahkan mengatakan bahwa ketika ingin mengunggah foto di *instagram* secara publik, seseorang bisa menghabiskan waktu yang cukup lama untuk memanipulasi foto dan mengeditnya menggunakan aplikasi tertentu. Paparan terhadap foto-foto tersebut membuat seseorang cenderung menilai penampilan fisik mereka sehingga banyak dari mereka merasa tidak puas terhadap tubuhnya sendiri (Alfina et al., 2023).

Penelitian terdahulu (Barron et al., 2021; Prichard et al., 2018; Slater et al., 2017) menemukan bahwa paparan konten pada tagar *fitspiration* yang menunjukkan bentuk tubuh ideal kurus dan bugar meningkatkan *body dissatisfaction* pada partisipan perempuan. Sebaliknya pada laki-laki, penelitian yang dilakukan oleh Berry et al. (2023) menunjukkan bahwa lebih banyak laki-laki melaporkan termotivasi setelah melihat konten *fitspiration* yang dibuktikan dengan komentar positif seperti 'foto tersebut mendorong saya untuk berolahraga lebih sering dan pantang menyerah'.

### Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dalam mendapatkan partisipan, penelitian ini menggunakan metode kuesioner dengan kriteria partisipan penelitian adalah individu dewasa dengan rentang usia 18 hingga 40 tahun yang memiliki *instagram* aktif dan mengenal atau pernah melihat konten *fitspiration* sebelumnya. Melalui hasil penelitian, didapatkan sampel sebanyak 150 responden dengan kriteria berupa 131 responden adalah perempuan (87.3%) dan sebanyak 19 responden adalah laki-laki (12.6%).

*Body dissatisfaction* sebagai variabel independen akan diukur dengan *Body Shape Questionnaire* (BSQ-34) yang dikembangkan oleh Cooper et al. (1987) yang terdiri dari 34 aitem mengenai persepsi tubuh individu selama empat minggu terakhir. Alat ukur ini sudah diadaptasi dan diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh Sitepu et al. (2020). Alat ukur ini terdiri dari 34 aitem dan dibagi menjadi empat dimensi yaitu a) persepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh, b) membandingkan persepsi citra tubuh dengan orang lain, c) sikap yang fokus terhadap citra tubuh, dan d) perubahan drastis terhadap persepsi tubuh.

Alat ukur BSQ-34 ini menggunakan skala likert dengan 6 pilihan jawaban untuk menggambarkan ketidakpuasan bentuk tubuh individu. Enam pilihan jawaban tersebut dimulai dari angka 1 menandakan 'tidak pernah', 2 menandakan 'kadang', 3 menandakan 'jarang', 4 menandakan 'sering', 5 menandakan 'sangat sering', dan 6 yang menandakan 'selalu'. Skor akhir diperoleh dari hasil keseluruhan aitem. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi pula tingkat ketidakpuasan tubuh partisipan.

Untuk melihat paparan konten *fitspiration*, pertanyaan seputar konten *fitspiration* akan masuk ke dalam daftar pertanyaan demografis yaitu 1) apakah anda mengenal konten *fitspiration*?, 2) darimana anda mengenal konten *fitspiration*?

Pengujian validitas dilakukan pada 150 responden dengan hasil validitas didasarkan kepada nilai r hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) yang harus lebih besar dari acuan rtabel sebesar 0.160 yang didapat dari hasil  $df=N-2$ .  $Df=150-2=148$  dengan  $\alpha=0.05$ . Peneliti melakukan pengujian validitas pada tiap butir aitem dengan rentang *corrected item total* 0.6-0.8 Maka dari Itu, alat ukur memiliki validitas teruji dan dapat digunakan untuk mengukur *body dissatisfaction*.

Peneliti juga melakukan uji reliabilitas untuk melihat sejauh mana butir pertanyaan yang digunakan reliabel dan konsisten dengan variabel yang diukur. Berdasarkan data hasil uji reliabilitas alat ukur BSQ-34 (*Body Shape Questionnaire*) pada tabel 4.2 terhadap 150 responden menunjukkan bahwa alat ukur memiliki nilai reliabilitas Cronbach's alpha sebesar 0,973 ( $\alpha>0,9$ ) dengan semua nilai korelasi aitem total terkoreksi lebih dari 0,3. Hal ini menunjukkan bahwa alat ukur reliabel dan konsisten sehingga dapat digunakan untuk mengukur skala *body dissatisfaction* individu.

## Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini berfokus untuk melihat gambaran ketidakpuasan tubuh individu dewasa dengan rentang usia 18 sampai 40 tahun yang terpapar konten *fitspiration* di Instagram. Adapun data dari tabel 1 menunjukkan gambaran demografi responden mulai dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan yang lainnya. Berdasarkan kategori umur, sebanyak 150 responden (100%) memiliki rentang usia 18-40 tahun dan dikelompokkan menjadi dewasa awal. Data berdasarkan jenis kelamin menunjukkan sebanyak 131 responden adalah perempuan (87.3%) dan sebanyak 19 responden adalah laki-laki (12.6%). Kemudian, berdasarkan kategori pekerjaan sebanyak 86 mayoritas responden (57.3%) berlatar belakang sebagai mahasiswa. Sedangkan berdasarkan data waktu penggunaan Instagram per-hari, mayoritas responden menggunakan Instagram selama kurang dari 4 jam sehari dengan jumlah sebanyak 85 responden (56.7%).

Tabel 1. Gambaran Umum Partisipan Penelitian

Kategori	F	(%)
----------	---	-----

<b>Umur</b>		
18 – 40 Tahun	150	100%
<b>Jenis kelamin</b>		
Perempuan	131	87.3%
Laki-laki	19	12.7%
<b>Pekerjaan</b>		
Masih sekolah SMA	9	6%
Kuliah	86	57.3%
Pegawai swasta	28	18.7%
Pegawai negeri	6	4%
Ibu rumah tangga	5	3.3%
Tidak bekerja	9	6%
Wiraswasta	1	0.7%
Wirausaha	2	1.3%
Pegawai Kontrak	1	0.7%
Freelance	1	0.7%
Freelance Translator	1	0.7%
Relawan Puskesmas	1	0.7%
<b>Apakah Anda Memiliki akun Instagram?</b>		
Iya	151	100%
<b>Waktu penggunaan Instagram per-hari</b>		
< 4 Jam	85	56.7%
5 – 6 Jam	45	30%
7 – 8 jam	16	10.7%
>8 Jam	4	2.7%
<b>Apakah anda mengenal konten atau hashtag fitspiration sebelumnya?</b>		
Iya	150	100%
<b>Darimana anda mengenal konten Fitspiration?</b>		
Instagram	150	100%
<b>Apakah anda merasa kurang nyaman dengan penampilan anda saat ini?</b>		
Iya	109	72.7%
Tidak	41	27.3%
<b>Apakah ada yang ingin anda rubah dari penampilan anda saat ini?</b>		
Iya	136	90.7%
Tidak	14	9.3%

Tabel 2 selanjutnya menunjukkan gambaran umum variabel body dissatisfaction. Berdasarkan hasil uji deskriptif, dapat dilihat bahwa nilai standar deviasi (SD) dari 150 partisipan sebesar 1.14168 dengan *mean* empirik sebesar 3.9706. Lalu, skala yang ada pada alat ukur *Body Shape Questionnaire* (BSQ-34) menggunakan skala *likert* dengan rentang 1 sampai 6 sehingga ditemukan *mean* hipotetik sebesar 3.5. Skala *body dissatisfaction* memiliki empat dimensi dengan dimensi persepsi terhadap bentuk tubuh memiliki *mean* sebesar 4.24. Dimensi membandingkan persepsi citra tubuh dengan orang lain memiliki *mean* sebesar 4.01. Dimensi sikap yang fokus terhadap citra tubuh memiliki *mean* sebesar 3.05. Dimensi perubahan drastis terhadap persepsi citra tubuh memiliki *mean* sebesar 3.12.

Berdasarkan hal tersebut, dimensi persepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh memiliki *mean* yang paling tinggi jika dibandingkan dengan tiga dimensi lainnya. Sedangkan dimensi sikap yang fokus terhadap citra tubuh memiliki *mean* paling rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa responden mengalami ketidakpuasan tubuh lebih sering diakibatkan oleh persepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh. Selanjutnya, dengan nilai *mean* empirik lebih besar daripada *mean* hipotetik ( $3.9706 > 3.5$ ) maka dapat disimpulkan bahwa hasil keseluruhan dari variabel *body dissatisfaction* berada pada kategorisasi tinggi.

Tabel 2. Gambaran Umum Variabel Penelitian

	Min	Max	Mean Empirik	Mean Hipotetik	Std. Deviasi	Keterangan
Persepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh	1.18	5.95	4.2442	3.5	1.12622	Tinggi
Membandingkan persepsi citra tubuh dengan orang lain	1.00	6.00	4.0173	3.5	1.27799	Tinggi
Sikap yang fokus terhadap citra tubuh	1.00	5.80	3.0587	3.5	1.49047	Rendah
Perubahan drastis terhadap persepsi tubuh	1.00	6.00	3.1233	3.5	1.62090	Rendah
<b>Body Dissatisfaction</b>	<b>1.21</b>	<b>5.68</b>	<b>3.9706</b>	<b>3.5</b>	<b>1.14168</b>	<b>Tinggi</b>

Hasil dari nilai tersebut kemudian digunakan untuk mengkategorisasikan tingkat *ketidakpuasan* pada responden. Kategorisasi subjek dilakukan untuk mengelompokkan responden ke dalam tingkatan-tingkatan ketidakpuasan tubuh. Peneliti menggunakan tiga tingkatan kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Dalam melakukan kategorisasi, peneliti menggunakan Z score pada variabel *Body Dissatisfaction*.

Tabel 3. Tabel Kategorisasi Skor Responden pada Skala Body Dissatisfaction

Z Score	Kategorisasi	Frekuensi	Presentasi
< -1	Rendah	24	16.0%
-1 < Z < 1	Sedang	97	64.7%
> 1	Tinggi	29	19.3%
<b>Total</b>		<b>150</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data pada tabel 3, dapat dilihat bahwa responden dengan tingkat ketidakpuasan tubuh rendah adalah sebanyak 24 responden (16.0%), tingkat ketidakpuasan tubuh sedang sebanyak 97 responden (64.7%), dan tingkat ketidakpuasan tubuh tinggi sebanyak 29 responden (19.3%). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang terpapar konten *fitspiration* memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh sedang dan dapat memiliki kesulitan dalam mengapresiasi tubuhnya. Selanjutnya untuk melihat gambaran tingkat ketidakpuasan tubuh responden berdasarkan data demografi seperti jenis kelamin, kelompok usia, dan penggunaan instagram per hari dilakukan tabulasi silang. sebagai berikut;

Tabel 4. Tabulasi Silang Ketidakpuasan Tubuh dengan Kelompok Usia

	Usia Partisipan	18-40	Frekuensi	Kategori Body Dissatisfaction			Total
				Rendah	Sedang	Tinggi	
				24	97	29	150

	Presentasi %	16.0%	64.7%	19.3%	100.0%
Total	Frekuensi	24	97	29	150
	Presentasi %	16.0%	64.7%	19.3%	100.0%

Berdasarkan tabel 4 yang menggambarkan tingkat ketidakpuasan tubuh berdasarkan kelompok usia, dapat terlihat bahwa mayoritas kelompok usia dewasa awal dengan rentang usia 18-40 tahun mengalami tingkat ketidakpuasan tubuh pada tingkat sedang (64.7%). Penemuan ini sejalan dengan temuan Barron et al. (2021) yang melaporkan bahwa laki-laki dan perempuan dari sampel mahasiswa dengan rentang usia 18-33 tahun terpengaruh oleh paparan konten *fitspiration* di Instagram.

Tabel 5. Tabulasi Silang Ketidakpuasan Tubuh dengan Jenis Kelamin

		Kategori Body Dissatisfaction				
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total	
Jenis Kelamin	Laki-laki	Frekuensi	7	10	2	19
		Presentasi %	36.8%	52.6%	10.5%	100.0%
	Perempuan	Frekuensi	17	87	27	131
		Presentasi %	13.0%	66.4%	20.6%	100.0%
Total		Frekuensi	24	97	29	150
		Presentasi %	16.0%	64.7%	19.3%	100.0%

Tabel 5 diatas menggambarkan tingkat ketidakpuasan tubuh jika dilihat dari jenis kelamin. Diketahui bahwa dari antara laki-laki dan perempuan, mayoritas jenis kelamin yang memiliki ketidakpuasan tubuh adalah perempuan dengan kategori ketidakpuasan tubuh sedang (66.4%). Sedangkan pada laki-laki, mayoritas memiliki ketidakpuasan tubuh pada kategori sedang (52.6%). Hal ini sejalan dengan penelitian He et al. tahun 2020 (dalam Berry et al, 2023) dimana ditemukan bahwa laki-laki memiliki tingkat apresiasi terhadap tubuh yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Penelitian oleh Berry et al. (2023) juga menemukan bahwa lebih sedikit jumlah perempuan yang menilai konten *fitspiration* secara positif jika dibandingkan dengan laki-laki.

Tabel 6. Tabulasi Silang Ketidakpuasan Tubuh dengan Waktu Penggunaan Instagram Per Hari

		Kategori Body Dissatisfaction				
		Rendah	Sedang	Tinggi	Total	
Waktu penggunaan Instagram per-hari	< 4 Jam	Frekuensi	18	57	10	85
		%	21.2%	67.1%	11.8%	100.0%
	5 - 6 Jam	Frekuensi	6	31	8	45
		%	13.3%	68.9%	17.8%	100.0%
	7 - 8 Jam	Frekuensi	0	7	9	16
		%	0.0%	43.8%	56.3%	100.0%
	> 8 Jam	Frekuensi	0	2	2	4
		%	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
Total		Count	24	97	29	150
		%	16.0%	64.7%	19.3%	100.0%

Jika dilihat berdasarkan durasi penggunaan Instagram, tabel menunjukkan bahwa responden yang menggunakan Instagram selama kurang dari 4 jam per hari mayoritas memiliki ketidakpuasan tubuh yang sedang (67.1%). Pada kelompok responden dengan durasi penggunaan Instagram 5-6 jam perhari, mayoritas memiliki ketidakpuasan tubuh pada kategori sedang (68.9%). Kelompok responden dengan durasi 7-8 jam per hari mayoritas memiliki ketidakpuasan tubuh pada kategori tinggi (56.3%) dan kelompok responden dengan durasi penggunaan Instagram selama lebih dari 8 jam memiliki ketidakpuasan tubuh yang bervariasi dengan (50%) sedang dan (50%) tinggi. Penemuan ini sesuai dengan penelitian Aparicio-Martínez et al. (2017) yang menjelaskan bahwa durasi waktu mengakses media sosial cukup tinggi diantara laki-laki dan perempuan dewasa awal. Penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa menghabiskan banyak waktu di media sosial dapat memengaruhi kehidupan pribadi individu. Sagrera et al. (2022) juga menjelaskan bahwa mengakses media sosial lebih dari 2 jam dapat meningkatkan peluang 1.59 kali lebih besar untuk mengalami isu citra tubuh, salah satunya ketidakpuasan tubuh.

Tabel 7. Tabulasi Silang Ketidakpuasan Tubuh dengan pertanyaan " Apakah anda merasa kurang nyaman dengan penampilan anda saat ini?"

		Kategori Body Dissatisfaction			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Apakah anda merasa kurang nyaman dengan penampilan anda saat ini?	Iya	Frekuensi 11	69	29	109
		% 10.1%	63.3%	26.%	100.%
	Tidak	Frekuensi 13	28	0	41
		% 31.7%	68.3%	0.0%	100.%
Total	Frekuensi	24	97	29	150
	%	16.0%	64.7%	19.3%	100.%

Berdasarkan tabulasi silang pada tabel 7, dapat dilihat bahwa sebanyak 109 responden mengkonfirmasi bahwa mereka merasa kurang nyaman dengan penampilannya. Pada kelompok yang merasa tidak nyaman dengan penampilannya, mayoritas memiliki ketidakpuasan tubuh pada kategori sedang (63.3%). Sedangkan pada kelompok yang merasa nyaman dengan penampilan mereka terdapat sebanyak 41 orang dan mayoritas memiliki ketidakpuasan tubuh pada kategori sedang pula (68.3%).

Tabel 8. Tabulasi Silang Ketidakpuasan Tubuh dengan Pertanyaan "Apakah ada yang ingin anda rubah dari penampilan anda saat ini?"

		Kategori Body Dissatisfaction			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Apakah ada yang ingin anda rubah dari penampilan anda saat ini?	Iya	Frekuensi 16	91	29	136
		% 11.8%	66.9%	21.3%	100.%
	Tidak	Frekuensi 8	6	0	14
		% 57.1%	42.9%	0.0%	100.%
Total	Frekuensi	24	97	29	150
	%	16.0%	64.7%	19.%	100.%

Merujuk pada tabel 8, dapat dilihat bahwa sebanyak 136 responden mengkonfirmasi bahwa ada keinginan untuk mengubah penampilan mereka dan dari kelompok ini mayoritas

memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh sedang (66.9%). Sedangkan sebanyak 14 responden mengkonfirmasi jika mereka tidak memiliki keinginan untuk mengubah penampilan mereka saat ini. Kelompok yang tidak ingin mengubah penampilan mereka mayoritas memiliki ketidakpuasan tubuh pada tingkat rendah (57.1%).

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan bahwa ketidakpuasan akan bentuk tubuh paling banyak dialami oleh kelompok dewasa awal dengan jenis kelamin perempuan. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa perempuan dewasa awal memiliki gangguan dalam menerima dan mengapresiasi tubuhnya. Hal ini juga menunjukkan adanya keinginan pribadi tersebut untuk mengubah bentuk tubuhnya. Munculnya gangguan atau isu dalam menerima bentuk tubuh dipengaruhi oleh beberapa faktor. Contohnya adalah paparan konten *fitspiration* dan durasi penggunaan Instagram yang panjang. Peneliti juga menemukan bahwa sebagian besar perempuan dewasa awal mengakses Instagram selama 1 – 4 jam per hari. Konten yang diakses oleh perempuan dewasa tersebut beragam. Ragam konten tersebut memicu munculnya rasa ketidakpuasan terhadap tubuh. Disamping itu, mayoritas orang yang tidak nyaman dengan bentuk tubuhnya serta ingin mengubah penampilannya mengalami ketidakpuasan tubuh pada kategori sedang.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian. Maka dari itu, untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi hasil penelitian seperti rentang usia responden, riwayat kesehatan responden, kondisi sistem pencernaan, *body mass index*, durasi *screentime* dalam penggunaan instagram, status sosial seperti status pernikahan, dan lain sebagainya. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan adanya pengembangan konstruk alat ukur yang konsisten dan reliabel untuk mengukur fenomena *fitspiration* di sosial media. Peneliti juga menganjurkan untuk penelitian selanjutnya membangun alat ukur *Body Shape Questionnaire* (BSQ-34) dimana aitemnya dibedakan penggunaannya untuk laki-laki dan perempuan. Selain itu, Bagi individu dewasa baik laki-laki maupun perempuan, diharapkan untuk memiliki kesadaran dalam mengakses konten yang dilihat di Instagram mulai dengan mengikuti akun yang membagikan konten tentang *body positivity* (pola pikir positif tentang bentuk tubuh) dan keberagaman bentuk tubuh.

### Daftar Pustaka

- Albertson, E. R., Neff, K. D., & Dill-Shackleford, K. E. (2015). Self-Compassion and Body Dissatisfaction in Women: A Randomized Controlled Trial of a Brief Meditation Intervention. *Mindfulness*, 6(3), 444–454. <https://doi.org/10.1007/s12671-014-0277-3>
- Alfina, A., Soetjningsih, C. H., Fakultas, M., Universitas, P., Satya, K., Dosen, W., Psikologi, F., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). Social Comparison dengan Body Dissatisfaction pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna Instagram dan Tiktok. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 2508–2517.
- Al-Musharaf, S., Rogoza, R., Mhanna, M., Soufia, M., Obeid, S., & Hallit, S. (2022). Factors of body dissatisfaction among lebanese adolescents: the indirect effect of self-esteem between mental health and body dissatisfaction. *BMC Pediatrics*, 22(1). <https://doi.org/10.1186/s12887-022-03373-4>
- Aparicio-Martínez, P., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jimenez, M. P., Suarez-Varela Varo, I., & Vaquero-Abellán, M. (2017). Social networks' unnoticed influence on body image in Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 34(8), 1685–1692. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.08.001>

- Barnes, M., Abhyankar, P., Dimova, E., & Best, C. (2020). Associations between body dissatisfaction and self-reported anxiety and depression in otherwise healthy men: A systematic review and meta-analysis. *PLoS ONE*, 15(2). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0229268>
- Barron, A. M., Krumrei-Mancuso, E. J., & Harriger, J. A. (2021). The effects of Fitspiration and Self-compassion Instagram Posts on Body Image and Self-compassion in Men and Women. *Body Image*, 37, 14–27. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.003>
- Bergstrom, R. L., & Neighbors, C. (2006). Body image disturbance and the social norms approach: An integrative review of the literature. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 25(9), 975–1000. <https://doi.org/10.1521/jscp.2006.25.9.975>
- Berry, T. R., Locke, S., & Ori, E. M. (2023). Effects of Fitspiration on Believability and Intention To Exercise. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1094276>
- Buhlmann, U., Glaesmer, H., Mewes, R., Fama, J. M., Wilhelm, S., Brähler, E., & Rief, W. (2010). Updates on the prevalence of body dysmorphic disorder: A population-based survey. *Psychiatry Research*, 178(1), 171–175. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2009.05.002>
- Cash, T., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (Vol. 3). Guilford Press.
- Cooper, Z., Fairburn, C. G., Cooper, P. J., Psych, D., & Taylor, M. J. (1987). *The Development and Validation of the Body Shape Questionnaire*. 6(4), 485–494.
- de Lenne, O., Vandenbosch, L., Smits, T., & Eggermont, S. (2021). Framing real beauty: A framing approach to the effects of beauty advertisements on body image and advertising effectiveness. *Body Image*, 37, 255–268. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.003>
- Dinata, R. I., & Pratama, M. (2022). Hubungan antara Social Comparison dengan Body Image Dewasa awal Pengguna Media Sosial Tiktok. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(3), 217–224. <https://doi.org/10.38035/rrj.v4i3>
- Festinger, L. (1954). Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
- Furnham, A., & Greaves, N. (1994). Gender and locus of control correlates of body image dissatisfaction. *European Journal of Personality*, 8, 183–200.
- Ghaznavi, J., & Taylor, L. D. (2015). Bones, body parts, and sex appeal: An analysis of #thinspiration images on popular social media. *Body Image*, 14, 54–61. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.006>
- Grogan, S. (1999). *Body Image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*.
- He, J., Sun, S., Zickgraf, H. F., Lin, Z., & Fan, X. (2020). Meta-analysis of gender differences in body appreciation. *Body Image*, 33, 90–100. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.011>
- Jong, S. T., & Drummond, M. J. N. (2016). Exploring online fitness culture and young females. *Leisure Studies*, 35(6), 758–770. <https://doi.org/10.1080/02614367.2016.1182202>
- Marks, R. J., De Foe, A., & Collett, J. (2020). The pursuit of wellness: Social media, body image and eating disorders. *Children and Youth Services Review*, 119. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105659>
- Nurfazrin, F., & Raturahmi, L. (2016). Representasi Citra Perempuan dalam Iklan WRP Versi Limited Edition. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 2(1), 41–50. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.10358/jk.v2i1.552>
- Nurul Syfa, D., Dwi Yulyanti, W., Winyunila, A., Ramadhan, S., Febrieta, D., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary Analisis Body Image pada

- Wanita Dewasa Awal: Studi pada Mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2. <https://journal.csspublishing/index.php/ijm>
- Pratiwi, M. V., & Sawitri, D. R. (2020). Hubungan antara Ketidakpuasan pada Tubuh dengan Harga Diri pada Wanita Dewasa Awal Anggota Pusat Kebugaran Moethya. *Jurnal Empati*, 9(4), 306–312.
- Pratiwi, O., & Luthfianiza. (2020). Dari Kuning Langsung Menjadi Putih: Representasi Identitas Kulit Perempuan Ideal Indonesia dalam Iklan Citra. *JURNAL AUDIENS*, 1(2). <https://doi.org/10.18196/ja.2016>
- Prichard, I., McLachlan, A. C., Lavis, T., & Tiggemann, M. (2018). The Impact of Different Forms of #fitspiration Imagery on Body Image, Mood, and Self-Objectification among Young Women. *Sex Roles*, 78(11–12), 789–798. <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0830-3>
- Putri, S. A., Novitasari, A., & Khoirunnisa, H. A. (2021). Representasi Tubuh Ideal Perempuan dalam Iklan Thermolyte Plus. *Jurnal Audiens*, 2(2), 154–165. <https://doi.org/10.18196/jas.v2i2.11627>
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., & Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65–71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>
- Sagrera, C. E., Magner, J., Temple, J., Lawrence, R., Magner, T. J., Avila-Quintero, V. J., McPherson, P., Alderman, L. L., Bhuiyan, M. A. N., Patterson, J. C., & Murnane, K. S. (2022). Social media use and body image issues among adolescents in a vulnerable Louisiana community. *Frontiers in Psychiatry*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2022.1001336>
- Sakinah, H., & Surmayanti, I. U. (2020). Hubungan Body Dissatisfaction Dan Adiksi Media Sosial Instagram Pada Wanita Dewasa Awal. 6(2), 827–833. <https://doi.org/10.29313/.v6i2.24452>
- Saputra, M. L., Priyowidodo, G., Wahjudianata, M., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (2018). Representasi kecantikan perempuan korea selatan dalam film “plump revolution.” *Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya*, 6.
- Sitepu, F. H., Effendy, E., & Amin, M. M. (2020). Validity and Reliability of Instruments Body Shape Questionnaire-34 (BSQ-34) Based on Indonesia Version-Palarch's. *Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 17(6), 1545–1555.
- Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The impact of Fitspiration and Self-compassion Instagram Images on Women's Body Image, Self-compassion, and Mood. *Body Image*, 22, 87–96. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.004>
- Tariq, M., & Ijaz, T. (2015). Development of Body Dissatisfaction Scale for University Students. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 30(2), 305–322.
- Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2020). Muscles and Bare Chests on Instagram: The effect of Influencers' Fashion and Fitspiration Images on Men's Body Image. *Body Image*, 35, 237–244. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.10.001>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2018). 'Strong Is The New Skinny': A Content Analysis of #fitspiration Images on Instagram. *Journal of Health Psychology*, 23(8), 1003–1011. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>
- Yuciana Telnoni, W. (2022). Analisis Reflektif Teologi Estetika John Navone: Pengaruh Iklan Produk Kecantikan Terhadap Mindset Cantik Yang Ideal Bagi Perempuan. *Matheteuo Available Online At*, 2(2), 101–113. <http://ejournal.staknkupang.ac.id/ojs/index.php/teuo>
- Zaharani, S., Tuahuns, W., Salim, A., & Kunci, K. (2023). Pengaruh Kepuasan Hidup Terhadap Fear of Missing Out Mahasiswa Pengguna Media Sosial Instagram dan TikTok. *Jurnal Riset*

PREFIX DOI : 10.6734/LIBEROSIS.V2I2.3027

*Dan Inovasi Pembelajaran,* 3(3), 298–308.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.51574/jrip.v3i3.1206>