

BAB II

KERANGKA KONSEPTUAL

2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai sumber referensi yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian. Dengan mempelajari dan mengkaji penelitian terdahulu peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang mendukung dalam proses penelitian ini. Terdapat tujuh penelitian terdahulu yang dijadikan acuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai bidang penelitian ini.

Penelitian yang diteliti oleh Aristantya & Helmi (2019) bertujuan untuk mengetahui korelasi antara dukungan sosial online dan citra tubuh remaja. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan melibatkan dua ratus tiga lima remaja yang berdomisili di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, DKI Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Partisipan penelitian terdiri dari laki-laki dan perempuan dalam rentang usia 15-18 tahun. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang diukur adalah dukungan sosial dan citra tubuh. Hasil penelitian ini mengungkapkan adanya korelasi positif antara dukungan sosial online dan citra tubuh pada remaja SMA yang menggunakan platform media sosial Instagram di wilayah yang diteliti.

Penelitian yang diteliti oleh Usmar, Dewi, & Hamid (2022) bertujuan untuk mengetahui dampak dari perbandingan ke atas terhadap citra tubuh remaja perempuan yang menggunakan media sosial di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan tiga ratus tiga belas remaja perempuan sebagai pengguna media sosial di kota Makassar. Terdapat tiga variabel yang diukur dalam penelitian ini, yaitu *upward comparison*, citra tubuh, intensitas penggunaan media sosial. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh perbandingan ke atas terhadap citra tubuh pada remaja perempuan yang menggunakan media sosial, semakin tinggi perbandingan ke atas tingkat maka citra tubuh cenderung semakin negatif, begitu pula sebaliknya.

Penelitian yang diteliti oleh Hidayati & Savira (2021) bertujuan untuk mengkaji hubungan dari konsep diri dan kepercayaan diri, dan untuk mengevaluasi intensitas penggunaan media sosial sebagai variabel moderating memiliki dampak untuk memperkuat atau melemahkan tingkat kepercayaan diri mahasiswa psikolog di Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan dua ratus enam puluh mahasiswa jurusan psikologi di Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2017-2019. Terdapat tiga variabel yang diukur, yaitu konsep diri, kepercayaan diri, dan intensitas penggunaan media sosial. Temuan penelitian menunjukkan intensitas penggunaan media sosial tidak memiliki peran sebagai moderating dalam korelasi antara konsep diri dengan kepercayaan diri pada mahasiswa psikologi Universitas Negeri Surabaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Syahputra & Rifandi (2021) memiliki tujuan untuk mengeksplorasi korelasi antara intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri pada remaja awal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan melibatkan enam ratus sepuluh siswa remaja di MTsN 4 Banda Aceh Kecamatan Syiah Kuala, yang dipilih menggunakan teknik *random sampling* berdasarkan rumus Slovin. Pada penelitian ini ada dua variabel yang diukur yaitu, intensitas penggunaan media sosial dan kepercayaan diri. Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dan tingkat kepercayaan diri pada remaja awal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki pengaruh moderat hingga kuat terhadap tingkat kepercayaan diri pada remaja awal.

Penelitian yang dilakukan oleh Wiranatha & Supriyadi (2015) bertujuan untuk mengkaji korelasi antara citra tubuh dan kepercayaan diri pada remaja putri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan empat ratus Sembilan dua siswi remaja puteri dari 5 sekolah menengah atas negeri (SMAN) Denpasar. Terdapat dua variabel yang diukur yaitu, citra tubuh dan kepercayaan diri. Temuan ini mengindikasikan bahwa adanya korelasi positif antara variabel citra tubuh dan kepercayaan diri pada remaja putri, dengan arti

jika citra tubuh remaja putri positif maka kepercayaan diri mereka cenderung tinggi, dan sebaliknya.

Penelitian ini diteliti oleh Verrastro et al., (2020) memiliki tujuan untuk menganalisis korelasi diantara pengguna Instagram, persepsi tentang standar kecantikan, tekanan sosial, dan kecemasan terhadap citra tubuh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan enam ratus dua puluh satu siswa sekolah menengah berusia 13-21 tahun sebagai partisipan. Terdapat dua variabel yang diukur dalam penelitian ini yaitu, frekuensi penggunaan Instagram dan citra tubuh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja yang mengedit foto mereka dan mengunggahnya ke platform online cenderung lebih menginternalisasi standar kecantikan yang di Instagram, sehingga berdampak pada tingkat kecemasan dan ketidaknyamanan mereka terhadap citra tubuh yang dimiliki.

Penelitian yang diteliti oleh Saiphoo & Vahedi (2019) bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang hubungan antara penggunaan media sosial dan citra tubuh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang melibatkan enam puluh tiga wanita berkulit putih yang aktif menggunakan media sosial. Terdapat dua variabel untuk diukur pada penelitian, yaitu penggunaan media sosial dan citra tubuh. Temuan ini mengindikasikan adanya keterkaitan antara gangguan citra tubuh dengan penggunaan media sosial.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penelitian ini memiliki kebaruan yaitu membahas pengaruh media sosial dari segi konten yang dihasilkan oleh *influencer* Instagram. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang diukur yaitu konten media sosial, citra tubuh, dan kepercayaan diri

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Sumber Referensi	Tujuan	Metode	Hasil Penting
1	Era Kurnia Aristantya & Avin Fadilla Helmi (2019)	Untuk menguji hubungan antara dukungan sosial	Penelitian kuantitatif dengan partisipan N: 235 remaja yang berdomisili di	Terdapat hubungan positif antara dukungan sosial

	<p>“Citra Tubuh Pada Remaja Pengguna Instagram” Gajah Mada Journal Of Psychology Volume 5, No.2, 2019: 114-128</p>	<p>online dengan citra tubuh remaja.</p>	<p>wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, DKI Jakarta, Bandung, dan Surabaya, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 15-18 tahun. Variabel yang diukur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan Sosial 2. Citra Tubuh 	<p>online dengan citra tubuh pada remaja SMA pengguna media sosial Instagram di wilayah DI Yogyakarta, DKI Jakarta, Bandung, dan Surabaya.</p>
2	<p>A. Putri Maharani Usmar, Eva Meizara Puspita Dewi, Harlina Hamid (2022)</p> <p>"Pengaruh <i>Upward Comparison</i> Terhadap Citra Tubuh Pada Remaja Perempuan Pengguna Sosial Media di Kota Makassar"</p> <p>Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Humaniora Volume 1, No.4, 2022</p>	<p>Mengetahui apakah terdapat pengaruh <i>upward comparison</i> terhadap citra tubuh pada remaja perempuan pengguna sosial media di Kota Makassar.</p>	<p>Penelitian kuantitatif dengan partisipan N: 313 remaja perempuan pengguna sosial media di Kota Makassar. Variabel yang diukur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Upward Comparison</i> 2. Citra tubuh 3. Intensitas penggunaan media sosial 	<p>Terdapat pengaruh <i>upward comparison</i> terhadap citra tubuh pada remaja perempuan pengguna sosial media. Semakin tinggi <i>upward comparison</i> maka semakin negatif citra tubuhnya dan sebaliknya.</p>

3	<p>Sif'atur Rif'ah Nur Hidayati & Siti Ina Savira (2021)</p> <p>"Hubungan Antara Konsep Diri Dan Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Moderator Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Surabaya"</p> <p>Jurnal Penelitian Psikologi Volume 8, No.3, 2021</p>	<p>Mengetahui apakah terdapat hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri serta apakah intensitas penggunaan media sosial sebagai variabel moderator berperan dalam meningkatkan atau melemahkan kepercayaan diri pada mahasiswa psikologi di Universitas Negeri Surabaya.</p>	<p>Penelitian kuantitatif dengan partisipan N: 260 mahasiswa jurusan psikologi Universitas Negeri Surabaya angkatan 2017-2019. Variabel yang diukur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsep diri 2. Kepercayaan diri 3. Intensitas penggunaan media sosial 	<p>Intensitas penggunaan media sosial tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri pada mahasiswa psikologi Universitas Negeri Surabaya.</p>
4	<p>Andi Syahputra & Deki Rifandi (2021)</p> <p>"Hubungan Intensitas Media Sosial dan Kepercayaan diri Pada Remaja Awal"</p>	<p>Mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial terhadap kepercayaan diri pada remaja awal.</p>	<p>Penelitian kuantitatif dengan partisipan N: 610 siswa remaja di MTsN 4 Banda Aceh Kecamatan Syiah Kuala menggunakan teknik roudom sampling melalui rumus Slovin.</p> <p>Variabel yang diukur:</p>	<p>Terdapat hubungan positif antara intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri pada remaja awal. Kesimpulannya intensitas penggunaan media</p>

	Journal of Healthcare Technology and Medicine Vol. 7 No. 2		1.Intensitas penggunaan media sosial. 2.Kepercayaan diri.	sosial memiliki hubungan yang cukup atau sedang dengan kepercayaan diri pada remaja awal.
5	Febian Dwiduonova Wiranatha dan Supriyadi (2015) "Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Pelajar Puteri di Kota Denpasar" Jurnal Psikologi Udayana Volume 2, No.1, 2015: 38-47	Untuk mengetahui ada-tidaknya hubungan antara citra tubuh dengan kepercayaan diri pada remaja putri.	Penelitian kuantitatif dengan partisipan N: 492 siswi remaja puteri dari lima Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) Denpasar. Variabel yang diukur: 1. Citra Tubuh 2. Kepercayaan diri	Terdapat hubungan yang searah tetapi lemah antara citra tubuh dengan kepercayaan diri pada remaja pelajar puteri di Kota Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel citra tubuh dengan kepercayaan diri adalah searah, yang berarti semakin positif citra tubuh maka semakin tinggi kepercayaan diri remaja puteri, demikian sebaliknya, jika citra tubuh negatif maka kepercayaan

				diri remaja puteri rendah.
6	<p>Valeria Verrastro, Lilybeth Fontanesi, Francesca Liga, Francesca Cuzzocrea, dan Maria Cristina Gugliandolo (2020)</p> <p><i>“Fear the Instagram: beauty stereotypes, body image and Instagram use in a sample of male and female adolescents”</i></p> <p>Journal of Technology, Culture, and Education Volume 15, No.1, 2020: 31-49</p>	<p>Untuk menganalisis hubungan antara pengguna instagram, standar kecantikan yang diyakini, tekanan sosial, dan kecemasan terhadap citra tubuh.</p>	<p>Penelitian kuantitatif dengan partisipan N: 621 siswa sekolah menengah berusia 13-21 tahun di Italia. Variabel yang diukur:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Frekuensi penggunaan Instagram. 2.Citra tubuh 	<p>Remaja yang mengedit foto mereka, kemudian mengunggahnya pada platform online lebih menginternalisasi standar kecantikan yang ada pada Instagram sehingga merasa lebih cemas dan tidak nyaman dengan citra tubuh mereka.</p>
7	<p>Alyssa N. Saiphoo dan Zahra Wahedi (2019)</p> <p><i>“A meta-analytic review</i></p>	<p>Memberikan klarifikasi tentang hubungan antara penggunaan</p>	<p>Penelitian kuantitatif dengan partisipan N: 63 wanita yang memiliki ras kaukasia (orang berkulit putih) serta</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian gangguan citra tubuh berkaitan dengan</p>

<p>of the relationship between social media use and body image disturbance” Department of Psychology, Ryerson University, Canada. <u>Computers in Human Behavior</u> <u>Volume 101,</u> 2019: 259-275</p>	<p>media sosial dan citra tubuh.</p>	<p>menggunakan media sosial. Variabel yang diukur: 1. Penggunaan media sosial 2. Citra tubuh</p>	<p>penggunaan media sosial.</p>
---	--------------------------------------	--	---------------------------------

Sumber: Data Olahan Peneliti, (2023)

2.2 Teori dan Konsep

2.2.1. Teori Perbandingan Sosial (*Social Comparison Theory*)

Teori mengenai perbandingan sosial, yang mencakup aspek kognitif, efek, dan perilaku sebagai hasil dari perbandingan dengan orang lain, dikenal sebagai teori perbandingan sosial (Buunk & Vugt, 2013). Menurut Buunk & Gibbons dalam (Buunk & Vugt, 2013) teori perbandingan sosial mencakup informasi mengenai Tindakan orang lain yang dapat mempengaruhi suasana hati dan kesejahteraan seseorang. Teori ini dikemukakan pertama kali oleh Leon Festinger, seorang psikolog pada tahun 1954. Menurut teori ini, interaksi sosial yang melibatkan seseorang saling mempengaruhi dan perilaku kompetitif muncul karena dorongan untuk mendapatkan penilaian terhadap diri sendiri, serta proses saling mempengaruhi dan perilaku yang bersifat kompetitif dalam interaksi sosial timbul karena keinginan akan penilaian diri. Keinginan ini dapat terpenuhi melalui perbandingan diri dengan yang lainnya (Lianawati, 2017). Menurut Festinger terdapat beberapa aspek perbandingan sosial, yaitu (Syachfira & Nawangsih, 2020):

1. Mengevaluasi pendapat dan kemampuan dengan akurat, di mana seseorang memiliki keinginan untuk mengevaluasi pendapat dan kemampuan dirinya dengan tepat.
2. Membandingkan diri dengan orang lain, yaitu melakukan perbandingan diri sendiri dengan orang lain.
3. Membandingkan diri dengan orang yang sejenis, seseorang cenderung membandingkan diri dengan orang yang sebayanya.

Menurut Gibbon & Buunks dalam (Buunk & Vugt, 2013) perbandingan sosial dapat dibagi menjadi dua dimensi, yaitu:

1. *Abilities* (Kemampuan),
Melibatkan perbandingan kemampuan diri sendiri dengan orang lain, seringkali bersifat menilai dan kompetitif.
2. *Opinion* (Pendapat)
Melibatkan perbandingan sikap, pemikiran, kepercayaan, dan nilai yang biasanya tanpa ada unsur penilaian dan kompetitif yang terkait dengan perbandingan kemampuan.

Perbandingan sosial saat ini seringkali dipengaruhi oleh tujuan dan motif tertentu. Menurut Taylor dalam (Mufida, 2018) terdapat beberapa motif yang mendasari perbandingan sosial seseorang, yaitu:

1. Evaluasi diri yang akurat
Seseorang umumnya berusaha untuk mendapatkan informasi mengenai posisi dirinya terkait dengan keterampilan, harapan sosial, kelengkapan fisik seperti bentuk tubuh dan wajah, serta kelengkapan abstrak seperti kecerdasan dan perilaku sosial.
2. Perbaikan diri
Cara seseorang mempelajari bagaimana memperbaiki karakteristik tertentu dalam diri mereka untuk mengatasi masalah. Tujuan perbandingan sosial dalam hal ini untuk belajar lebih banyak tentang kemampuan mereka dan menjadi lebih baik.
3. Peningkatan diri

Mengarah pada keinginan seseorang agar terlihat lebih unggul daripada dengan orang lain.

4. Pemahaman komuni

Seseorang membandingkan karakter dirinya dengan orang lain dan melihat perbedaan kelengkapan serta membandingkan perasaan dan respons orang lain pada situasi yang sama.

Menurut Nortje (2020) terdapat dua arah perbandingan sosial, :

1. Perbandingan keatas (*Upward Comparison*)

Melakukan perbandingan diri dengan seseorang yang dianggap lebih unggul dalam hal kemampuan, pengetahuan, karier, dan sebagainya memiliki motivasi yang kuat untuk meningkatkan diri sehingga lebih baik daripada sebelumnya.

2. Perbandingan kebawah (*Downward Comparison*)

Melakukan perbandingan diri dengan orang lain yang dianggap lebih buruk dari dirinya. Seseorang melakukan perbandingan ke bawah dengan tujuan untuk memperkuat dan mempertahankan citra diri yang dimilikinya.

2.2.2. Media Sosial

Menurut Van Dijk dalam (Setiadi, 2014) media sosial merupakan suatu platform media yang berfokus pada ekistensi dari pengguna dengan menyediakan fasilitas yang memungkinkan pengguna untuk aktif. Nasrullah dalam (Feroza & Misnawati, 2020) mendefinisikan media sosial sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi, berkolaborasi, berbagi informasi, dan mengungkapkan identitas diri. Menurut Shimp & Andrews (2012) media sosial adalah platform berbasis web yang memfasilitasi interaksi dua arah. Khan dalam bukunya *Social Media for Government* menjelaskan mengenai media sosial yang merupakan platform berbasis internet yang *user-friendly* dan memungkinkan pengguna untuk menciptakan berbagai jenis konten yang dapat dijangkau khalayak luas (Widyasari, et al., 2018). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dibuat kesimpulan bahwa media sosial adalah platform yang digunakan untuk beraktivitas, berbagi informasi, dan

berinteraksi pengguna lainnya. Dalam Shimp & Andrews (2012) media sosial memiliki beberapa keuntungan dan kekurangan sebagai berikut:

1. *Flexibility*

Media sosial memberikan fleksibilitas dengan kemampuan untuk dengan cepat memodifikasi postingan.

2. *Reach Options*

Kemampuan menjangkau audiens melalui demografi, kunjungan web, preferensi postingan dan *likes*.

3. *Consumer Engagement*

Membuat konten yang dapat melibatkan audiens.

4. *Two-Way Dialogue*

Menghadirkan komunikasi dua arah yang aktif antara pengguna dan audiens.

5. *Integration and ability to drive traffic*

Konten yang diposting pada media sosial mampu meningkatkan *traffic* ke situs web atau media sosial lainnya.

6. *Improved metrics and research*

Efek dari menggunakan media sosial dapat diukur dengan metrik yang lebih baik, sehingga memungkinkan analisis dan penelitian yang lebih efektif.

7. *Cost effectiveness*

Menggunakan media sosial untuk keperluan pemasaran dan periklanan lebih hemat biaya dan efektif.

Terdapat beberapa kekurangan dari media sosial, yaitu:

1. *Privacy and censorship*

Terdapat permasalahan privasi yang tidak aman dalam akun media sosial serta adanya konten yang dapat disensor.

2. *Lost productivity, addiction, and fatigue*

Menggunakan media sosial bisa mengakibatkan penurunan produktivitas seseorang karena waktu yang terbuang, juga dapat memicu kecanduan dan kelelahan yang berlebihan.

3. *Meaningless comments and babble*

Pada media sosial terkadang terdapat komentar yang kurang berarti.

4. *Hackers and fraud*

Media sosial rentan terhadap serangan dari *hacker* yang dapat menyebabkan kebocoran data pribadi atau kasus penipuan.

5. *Dealing with negative (viral) comments*

Pada penggunaan media sosial seringkali terdapat komentar negatif yang membuat situasi tidak nyaman atau merusak reputasi seseorang.

2.2.3. Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang memudahkan pengguna untuk mengambil gambar, mengeditnya dengan filter, dan membagikannya melalui jejaring sosial dan platform Instagram (Asmarani & Shafira, 2022). Pengguna Instagram memiliki kemampuan untuk mengikuti pengguna lain dengan memberikan tanda suka (likes), memberikan komentar pada postingan, serta menghubungkan akun Instagram mereka dengan platform jejaring sosial lainnya untuk berbagi foto (Amaral, 2015). Menurut Antasari & Pratiwi (Antasari & Pratiwi, 2022) Instagram sebagai media sosial memiliki fitur-fitur dalam penggunaannya, yaitu:

1. *Profil & Bio*

Menyediakan informasi lengkap tentang akun pengguna lain mau pun diri sendiri.

2. *Post*

Memberikan kesempatan bagi pengguna mempublikasikan gambar atau video yang akan ditampilkan diberanda pengguna lain atau pengikutnya.

3. *Stories*

Fitur yang mempermudah pengguna dalam membagikan foto atau video pendek dengan batasan waktu 24 jam.

4. *Caption*

Tulisan yang ditambahkan pada unggahan foto atau video yang telah diunggah.

5. *Komentar*

Fitur yang memungkinkan pengguna memberikan komentar pada postingan akun pengguna lain.

6. *Hashtag*

Tanda pagar yang difungsikan untuk mengkategorikan foto atau video yang diunggah, sehingga memudahkan pengguna dalam menemukan konten yang relevan.

7. *Like*

Fitur yang memungkinkan pengguna memberikan tanda suka pada postingan akun pengguna lain.

8. *Activity*

Menyediakan informasi tentang durasi pengguna Instagram serta interaksi pengguna dengan konten lainnya.

9. *Direct Message (DM)*

Fitur untuk mengirimkan pesan, video, atau foto secara langsung kepada pengguna lain.

10. *Geotagging (Tag Lokasi)*

Fitur yang memungkinkan pengguna memasukkan lokasi pada postingan yang diunggah.

11. *Story Archive*

Postingan yang telah diunggah dan disimpan secara arsip, namun hanya dapat dilihat oleh pemilik akun.

2.2.4. Konten Media Sosial (*Social Media Content*)

Menurut Simarmata dalam (Mahmudah & Rahayu, 2020) konten merujuk pada inti dan konten berupa teks, gambar, audio, dan sebagainya. Menurut Widyasari et al., (2018) konten media sosial merujuk pada segala jenis konten yang dapat ditemukan di media sosial. Menurut (Solis, 2010) konten Instagram harus memiliki 7C yang terdiri dari:

1. *Clear*

Pesan yang disampaikan harus jelas sehingga pesan itu bersifat efektif.

2. *Concise*

Pesan disampaikan secara ringkas tanpa menghilangkan makna dari pesan tersebut.

3. *Concrete*

Pesan yang disampaikan harus konkret dan memiliki sumber yang nyata atau jelas.

4. *Correct*

Pesan yang disampaikan harus memiliki tata bahasa yang benar agar informasi pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens.

5. *Coherent*

Pesan yang disampaikan logis dan mudah dicerna oleh audiens

6. *Complete*

Informasi pada pesan yang disampaikan harus lengkap sehingga audiens dapat mengetahui tujuan dari pesan tersebut.

7. *Courteous*

Penyampaian pesan dilakukan dengan sopan serta pesan yang disampaikan disesuaikan dengan tingkat kecerdasan dan emosional dari audiens.

2.2.5. Influencer

Influencer merupakan seseorang atau figur di media sosial yang mempunyai pengikut dengan jumlah sangat besar, sehingga apa pun yang di sampaikan oleh mereka memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku (Hariyanti & Wirapraja, 2018). *Influencer* media sosial merupakan seseorang yang diakui sebagai *opinion leaders* pada platform media sosial dalam bidang-bidang tertentu (Bruns, 2018). Menurut Elli (Elli, 2017) terdapat 3R atau tiga faktor yang perlu dimiliki oleh seorang *influencer*:

1. *Reach*

Kemampuan untuk menyampaikan konten ke audiens dalam jumlah yang besar.

2. *Relevance*

Keahlian atau kredibilitas dalam topik yang dihadirkan, sehingga konten yang disampaikan relevan dengan minat dan kebutuhan audiens.

3. *Resonance*

Kemampuan untuk mempengaruhi perilaku audiens dengan cara yang meyakinkan dan signifikan, sehingga dapat menghasilkan perubahan yang signifikan.

Terdapat lima tingkatan *Influencer* berdasarkan jumlah pengikutnya, yaitu (Redcomm, 2021):

1. *Nano Influencer*

Influencer dengan pengikut antara 1000-10.000. Meski pun memiliki jumlah pengikut yang relatif kecil, tetapi memiliki kualitas sebagai *influencer* karena mereka menghasilkan konten yang sesuai dengan minat dan keahlian mereka.

2. *Micro Influencer*

Influencer dengan pengikut antara 10.000-100.000. Seperti *nano influencer*, *micro influencer* juga fokus pada kategori konten yang mereka sukai.

3. *Mid-Tier Influencer*

Influencer dengan pengikut antara 100.000-500.000. Meski pun kurang memiliki hubungan yang kuat dengan pengikutnya, *influencer* dalam kategori ini memiliki jangkauan yang lebih luas untuk mempengaruhi pengikutnya.

4. *Macro Influencer*

Influencer dengan pengikut antara 500.000-1.000.000. *Macro influencer* sering dikenal sebagai selebgram karena popularitas mereka yang tinggi. Meski pun interaksi dengan pengikutnya mungkin tidak sekuat sebelumnya, mereka memiliki jangkauan yang luas dan konten yang lebih spesifik berdasarkan niche utamanya.

5. *Mega Influencer*

Influencer dengan pengikut lebih dari 1.000.000 dan memiliki popularitas yang mencapai skala dan internasional.

2.2.6. Citra Tubuh (*Body Image*)

Citra tubuh dianggap sebagai perasaan seseorang tentang tubuhnya serta perasaan seseorang di dalam tubuhnya. Citra tubuh tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik seseorang, namun juga mencakup perasaan seseorang tentang penampilannya (Taylor, 2014). Menurut Honigam dan Castle (Rombe, 2013) citra tubuh yaitu representasi mental seseorang tentang bentuk dan ukuran tubuhnya, citra tubuh melibatkan pandangan dan penilaian seseorang pada pikiran serta perasaannya terkait ukuran dan bentuk tubuhnya, dan juga melibatkan penilaian dari orang lain terhadap diriya. Pada beberapa penjelasan, dapat dikatakan bahwa citra tubuh mencakup perasaan seseorang tentang gambaran tubuh mereka yang didasarkan pada evaluasi diri terhadap penampilan dan berat tubuh, serta dapat mempengaruhi perasaan kepuasan atau ketidakpuasan.

Menurut Spangler & Carroll (Setyani, 2018) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi citra tubuh, yaitu:

1. Budaya

Menurut Becker mengungkapkan bahwa estetika budaya dan aspirasi moral terkait tubuh dipengaruhi dari budaya dan perbedaan dalam pandangan dan harapan masyarakat terhadap penampilan dan berat badan. Keanekaragaman budaya juga menghasilkan standar yang bervariasi dalam penilaian terhadap nilai tubuh.

2. Media Massa

Paparan media massa menjadi faktor yang berkaitan pada ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh. Media massa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perubahan persepsi wanita terhadap tubuh mereka. Dalam waktu yang lampau, citra tubuh yang berisi dianggap sebagai ideal, namun saat ini citra tubuh yang langsing menjadi standar kecantikan yang diinginkan.

3. Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah faktor yang berkontribusi terhadap persepsi citra tubuh yang dianggap ideal. Temuan menunjukkan bahwa laki-laki secara konsisten melaporkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap citra tubuh mereka dibandingkan dengan perempuan. Menurut Muth & Cash

menyatakan bahwa perempuan cenderung memiliki penilaian negatif terhadap citra tubuh mereka, dan ini dipengaruhi oleh cara pandang mereka terhadap diri sendiri (Setyani, 2018).

4. Usia

Tingkatan kepuasan tubuh seseorang cenderung berbeda-beda tergantung pada usia dan tahap perkembangan. Menurut Brodie, Bagley & Slade remaja umumnya merasa kurang puas dengan citra tubuh mereka dibandingkan dengan pra-remaja. Hal ini dapat dijelaskan oleh adanya perubahan fisik yang signifikan yang terjadi selama masa remaja.

5. Agama

Agama memiliki pemahaman tentang citra tubuh berdasarkan aturan-aturan yang terkandung dalam agama. Pengaruh agama dalam masyarakat sangat besar dalam membentuk pandangan dan pemahaman mengenai citra tubuh, yang didasarkan pada prinsip-prinsip dan ajaran yang diajarkan dalam agama tersebut.

Menurut Cash & Pruzinsky (Cash & Pruzinsky, 2002) untuk mengatasi pikiran dan emosi yang mengganggu mengenai citra tubuh dilakukan analisis faktor terhadap tiga sub skala dalam menangani permasalahan citra tubuh:

1. *Avoidance*

Upaya untuk menghindari ancaman terhadap pikiran dan perasaan seseorang mengenai citra tubuhnya.

2. *Appearance Fixing*

Upaya untuk mengubah penampilan seseorang dengan menutupi, menyamarkan, atau memperbaiki karakter fisik yang dianggap kurang nyaman.

3. *Rational Positive Acceptance*

Tindakan yang berfokus pada perawatan diri atau pembicaraan dan penerimaan diri yang rasional.

2.2.7. Kepercayaan diri (*Self Confidence*)

Menurut Lauster kepercayaan diri yaitu suatu keyakinan pada kemampuan seseorang, terhadap kemampuannya, yang membuatnya tidak merasa cemas saat

bertindak, memiliki kebebasan untuk melakukan hal yang disukainya, bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan, mampu berinteraksi dengan hangat dan sopan terhadap orang lain, serta mengetahui dengan baik tentang kelebihan dan kekurangan diri sendiri (Hidayati & Savira, 2021). Fatimah mengungkapkan kepercayaan diri ialah sikap positif sehingga memungkinkan seseorang untuk mempunyai penilaian yang positif tentang dirinya dan situasi yang dihadapinya (Jusuf, 2016). Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kepercayaan diri melibatkan keyakinan dan kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu, serta mencerminkan sifat-sifat seperti optimisme, tanggung jawab, rasionalitas, objektivitas, dan realistis.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri, yaitu :

1. Konsep diri

Kepercayaan diri terwujud melalui perkembangan konsep diri yang dapat dipengaruhi oleh interaksi sosial dengan orang lain. Interaksi tersebut membentuk pandangan seseorang tentang dirinya sendiri.

2. Harga diri

Konsep diri yang positif berkontribusi pada harga diri seseorang. Harga diri merupakan evaluasi seseorang terhadap nilai dirinya. Tingkat Harga diri yang tinggi dapat berdampak pada tingkat kepercayaan diri seseorang.

3. Pengalaman

Pengalaman yang dialami seseorang juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri. Pengalaman negatif cenderung menurunkan kepercayaan diri, sedangkan pengalaman positif dapat.

4. Pendidikan

Jenjang pendidikan juga mampu memengaruhi kepercayaan diri. jenjang pendidikan rendah sering kali membuat seseorang bergantung pada otoritas lain, sementara jenjang pendidikan tinggi cenderung meningkatkan kepercayaan diri dibandingkan dengan jenjang pendidikan yang rendah.

Menurut Lauster terdapat lima karakteristik seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang positif, yaitu (Nur. M. Ghufroon & Risnawita, 2010):

1. Keyakinan Kemampuan Diri

Sikap positif seseorang mengenai dirinya sehingga dapat melakukan sesuatu secara sungguh-sungguh.

2. Optimis

Sikap positif yang dimiliki seseorang sehingga mampu untuk selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala sesuatu mengenai diri dan kemampuannya.

3. Objektif

Seseorang yang memandang permasalahan atau sesuatu sesuai dengan kebenaran yang ada dan bukan menurut kebenaran pribadi.

4. Bertanggung Jawab

Kesediaan seseorang dalam menanggung segala sesuatu yang menjadi konsekuensinya.

5. Rasional dan Realistis

Menganalisis suatu masalah, hal, dan kejadian dengan menggunakan pemikiran yang mampu diterima oleh akal atau sesuai dengan kenyataan.

2.2.8. Konsep Diri (*Self Concept*)

Menurut Hendra Surya konsep diri mengacu pada pandangan, keyakinan, pemikiran, perasaan, dan gambaran diri seseorang, mencakup penilaian tentang s, sikap, kemampuan, perasaan, karakter, kebutuhan, penampilan fisik, dan tujuan hidup (Rani et al., 2021). Selanjutnya, menurut Deaux, Dane & Wrightsman konsep diri yaitu sekumpulan perasaan serta rasa yakin seseorang tentang dirinya, termasuk keyakinan tentang minat, bakat, penampilan fisik, dan lain-lain. Konsep diri juga mencakup perasaan yang terkait dengan keyakinan tersebut, seperti perasaan positif atau negatif, kepuasan atau ketidakpuasan, serta rasa bangga atau tidak bangga terhadap diri sendiri (Yarlin, 2018). Konsep diri dapat dikatakan sebagai suatu pemahaman menyeluruh, sudut pandang, pemikiran, dan perasaan yang melibatkan gambaran tentang diri sendiri. Mencakup persepsi diri yang mencakup keyakinan mengenai aspek fisik, psikologis, sosial, emosional, serta pencapaian yang telah diraih. Selain itu, konsep diri juga mencakup cara seseorang melihat dirinya dalam perspektif orang lain.

Menurut Hurlock terdapat komponen-komponen yang dapat membentuk konsep diri, sebagai berikut (Astuti, 2014):

1. Konsep diri sebenarnya (*Real self*)

Merujuk pada persepsi seseorang mengenai dirinya sendiri, yang dipengaruhi melalui peran serta interaksi dengan orang lain kepada seseorang.

2. Konsep diri ideal (*Ideal self*)

Diri ideal adalah gambaran yang dimiliki oleh seseorang tentang penampilan serta kepribadian yang diinginkannya. Hal ini dapat diwujudkan dengan mengikuti standar tertentu yang terkait dengan tujuan, aspirasi, atau nilai-nilai yang ingin dicapai. Dalam hal ini, diri ideal mencerminkan bagaimana seseorang mengungkapkan dirinya sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku.

Jenis-jenis konsep diri menurut Calhoun dan terbagi menjadi dua, yaitu (Astuti, 2014):

1. Konsep diri positif

Menandakan terdapat penerimaan diri, seseorang dengan konsep diri yang positif mempunyai pemahaman positif mengenai dirinya sendiri. Konsep diri positif ditandai dengan karakteristik yang konstan dan beragam. Seseorang yang memiliki konsep diri positif dapat mengerti dan menerima berbagai fakta mengenai dirinya, sehingga mereka dapat mengevaluasi diri dengan positif serta menerima diri mereka apa adanya. Terdapat karakteristik seseorang yang memiliki konsep diri positif:

- 1) Bertindak berlandaskan pandangan positif tanpa rasa bersalah yang berlebihan atau menyesal terhadap perilaku mereka jika ada yang tidak setuju dengan tindakan mereka.
- 2) Tidak membuang waktu untuk khawatir tentang masa depan, masa lalu, atau situasi saat ini.
- 3) Memiliki keyakinan akan potensi yang dimiliki untuk mengatasi masalah, mengalami kegagalan, atau menghadapi hambatan.

- 4) Merasa setara dengan orang lain, tidak merasa lebih tinggi atau lebih rendah meski pun terdapat perbedaan kemampuan tertentu.

2. Konsep diri Negatif

Coopersmith mengungkapkan konsep diri negatif memiliki beberapa atribut yang meliputi perasaan yang tidak aman, kurang penerimaan terhadap diri sendiri serta umunya memiliki harga diri yang rendah. Menurut Fits terdapat ciri-ciri seseorang yang memiliki konsep diri rendah, yaitu (Astuti, 2014):

- 1) Tidak memiliki rasa suka dan penghargaan terhadap diri.
- 2) Memiliki gambaran yang kabur tentang diri sendiri
- 3) Mengalami kesulitan dalam mendeskripsikan diri sendiri serta mudah dipengaruhi oleh pendapat orang lain.
- 4) Kurang mempunyai perlindungan psikologis yang mampu untuk menjaga harga diri.
- 5) Mengalami pandangan yang bertentangan atau konflik mengenai diri sendiri.
- 6) Merasa asing terhadap diri sendiri, sehingga membuat interaksi dengan orang lain menjadi sulit.
- 7) Mengalami kecemasan yang tinggi

Seseorang yang mempunyai konsep diri positif maka mampu menghadapi situasi dengan sikap positif dan mampu menerima dirinya sendiri. Di sisi lain, seseorang dengan konsep diri negatif cenderung merespons situasi dengan sudut pandang negatif dan tidak mau menerima informasi baru yang berasal dari lingkungan mereka dengan terus-menerus mengubah konsep diri mereka.

Menurut Calhoun dan Acocella konsep diri terdiri dari 3 dimensi atau aspek, yaitu (M. N. Ghufroon & Risnawita, 2017):

1. Pengetahuan

Merupakan pemahaman seseorang tentang dirinya sendiri, mencakup informasi tentang ciri fisik, usia, jenis kelamin, kebangsaan, suku,

pekerjaan, agama, dan faktor-faktor lain yang berhubungan dengan identitas seseorang.

2. Harapan

Merupakan pandangan seseorang terhadap dirinya di masa depan atau gambaran tentang menjadi versi ideal dari dirinya sendiri. Melibatkan harapan terhadap perkembangan pribadi dan pencapaian di masa yang akan datang.

3. Penilaian

Seseorang berperan sebagai penilai terhadap dirinya sendiri. Ketika terjadi ketidaksesuaian antara harapan dan standar yang dimiliki seseorang terhadap dirinya, hal ini dapat menyebabkan penurunan harga diri. Penilaian yang rendah terhadap diri sendiri dapat timbul ketika seseorang merasa bahwa mereka tidak mencapai standar yang diharapkan atau diinginkan.

2.2.9 Hubungan antara Konten Media Sosial dengan Kepercayaan diri melalui Persepsi Citra Tubuh

Media sosial dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang melalui konten yang diunggah oleh *influencer*. Kepercayaan diri dapat terbentuk melalui penilaian citra tubuh yang positif atau pun negatif, sehingga konten yang positif dapat meningkatkan citra tubuh dan konten yang negatif dapat menurunkan citra tubuh seseorang.

2.3 Hipotesis Teoritis

Definisi hipotesis yaitu sebuah pernyataan yang memprediksi bagaimana variabel berhubungan satu sama lain dan yang dapat diuji melalui penelitian (Leavy, 2017). Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh dari konten *influencer* Instagram terhadap kepercayaan diri *followersnya* melalui persepsi citra tubuh.

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dibuat, hipotesis dari penelitian ini :

Tabel 2. 2 Hipotesis Penelitian

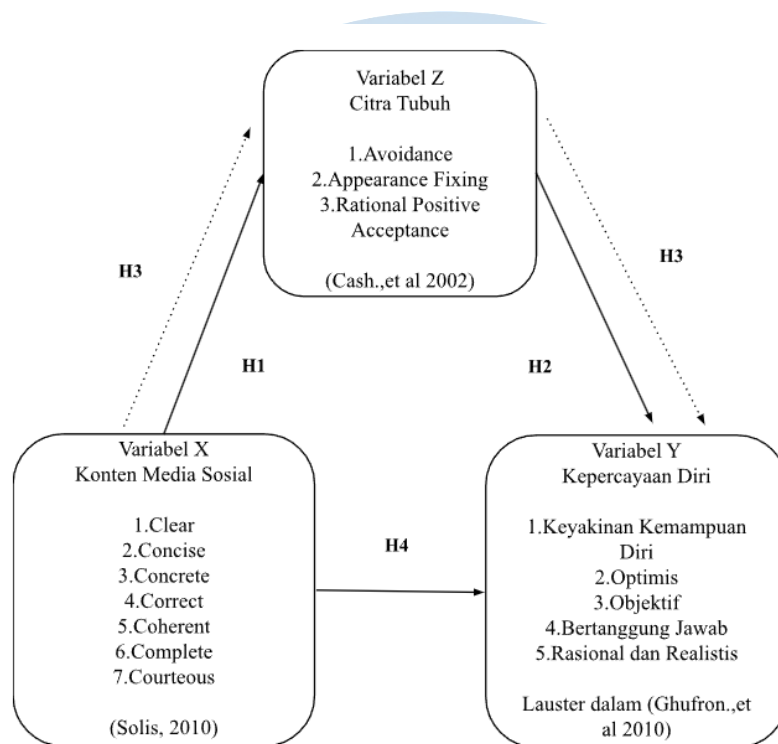
H0	Ha
Tidak terdapat pengaruh antara konten <i>influencer</i> Instagram @tasyafarasya terhadap kepercayaan diri <i>followersnya</i> .	Terdapat pengaruh antara konten <i>influencer</i> Instagram @tasyafarasya terhadap kepercayaan diri <i>followersnya</i> .
Tidak terdapat pengaruh antara persepsi citra tubuh terhadap kepercayaan diri dari <i>followers</i> Instagram @tasyafarasya.	Terdapat pengaruh antara persepsi citra tubuh terhadap kepercayaan diri dari <i>followers</i> Instagram @tasyafarasya.
Tidak terdapat pengaruh antara konten <i>influencer</i> Instagram @tasyafarasya terhadap persepsi citra tubuh.	Terdapat pengaruh antara konten <i>influencer</i> Instagram @tasyafarasya terhadap persepsi citra tubuh.
Tidak terdapat pengaruh antara konten <i>influencer</i> Instagram @tasyafarasya terhadap kepercayaan diri <i>followersnya</i> melalui persepsi citra tubuh.	Terdapat pengaruh antara konten <i>influencer</i> Instagram @tasyafarasya terhadap kepercayaan diri <i>followersnya</i> melalui persepsi citra tubuh.

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

2.4 Alur Penelitian

Berikut adalah gambaran alur penelitian pada penelitian ini:





Gambar 2. 1 Bagan alur penelitian

Sumber; Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan Hipotesis teoritis yang telah dibuat, berikut terdapat keterangan mengenai alur penelitian:

H1: X pada Z

H2: Z pada Y

H3: X pada Y melalui Z

H4: X pada Y secara langsung

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A