

Hubungan Antara Internalisasi Standar Kecantikan Media dan Body Image pada Dewasa Muda Pengguna Aktif Instagram

Naura Reisy Azzuhurf¹ Astri Anggraini Hapsara Wibowo² Roswiyani³

Universitas Tarumanagara^{1,2,3}

Email: yesaferizal10@gmail.com¹

Abstrak

Penggunaan Instagram yang intensif pada dewasa muda sering memaparkan mereka pada standar kecantikan yang tidak realistis. Paparan ini dapat memicu internalisasi standar kecantikan media yang kemudian memengaruhi pola pikir individu terhadap tubuh mereka sendiri (body image). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara internalisasi standar kecantikan media dengan body image pada dewasa muda pengguna aktif Instagram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimental dengan desain korelasional. Partisipan studi ini berjumlah 284 dewasa muda di DKI Jakarta yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4) untuk mengukur internalisasi standar kecantikan media dan Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scale (MBSRQ-AS) untuk mengukur body image. Data dianalisis menggunakan uji korelasi Spearman. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara internalisasi standar kecantikan media dan body image ($p < .05$), meskipun kekuatan hubungannya dalam kategori lemah. Analisis dimensi menunjukkan bahwa internalisasi ramping dan internalisasi atletis, serta tekanan teman sebaya berhubungan signifikan dengan dimensi body image, sedangkan tekanan keluarga tidak memiliki hubungan yang signifikan. Semakin tinggi tingkat internalisasi standar kecantikan media pada dewasa muda, semakin tinggi pula perhatian dan evaluasi mereka terhadap body image. Temuan ini mengindikasikan pentingnya kesadaran dalam melihat konten media sosial untuk menjaga persepsi tubuh yang sehat.

Kata Kunci: Internalisasi, Body Image, Dewasa Muda, Instagram

Abstract

Intensive use of Instagram among young adults frequently exposes them to unrealistic beauty standards. This exposure can trigger the internalization of these standards, which subsequently influences individuals' perception of their own bodies (body image). This study aims to determine the relationship between the internalization of media beauty standards and body image among young adult active Instagram users. This study employed a non-experimental quantitative approach with a correlational design. The participants consisted of 284 young adults in Jakarta, selected using purposive sampling. Data were collected online using the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4) to measure the internalization of beauty standards and the Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scale (MBSRQ-AS) to measure body image. The data were analyzed using the Spearman correlation test. The results indicated a positive and significant relationship between the internalization of media beauty standards and body image ($p < .05$), although the correlation was weak. Dimensional analysis showed that the internalization of thinness and athletic body types, as well as peer pressure, were significantly related to body image dimensions, whereas family pressure was not significantly related. The higher the level of internalization of media beauty standards among young adults, the higher their attention to and evaluation of their body image. These findings suggest the importance of critical awareness in consuming social media content to maintain a healthy body perception.

Keywords: Internalization, Body Image, Young Adults, Instagram



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

PENDAHULUAN

Individu dewasa muda menunjukkan penggunaan Instagram yang sangat intensif (Coyne et al. dalam Marizka et al., 2019). Data Statista Indonesia memaparkan persentase pengguna Instagram pada tahun 2023 didominasi oleh individu dengan rentang usia 20-24 tahun sebanyak 30,8% yang merupakan dewasa muda. Data GoodStats Indonesia 2025 berada di posisi keempat sebagai negara dengan pemakai Instagram terbanyak di dunia, dengan jumlah 108,05 juta pengguna aktif. GoodStats Indonesia 2023, menduduki urutan keempat dunia sebagai negara dengan durasi penggunaan Instagram terlama. Rata-rata pengguna Instagram Indonesia menghabiskan 15,4 jam (sekitar 924 menit) per bulan, melebihi rata-rata global yang hanya 12 jam per bulan. Menurut Asrila dan Kurniawan (2023) Instagram telah memicu evolusi bentuk komunikasi baru di antara para pengguna media sosial. Paparan yang berlebihan terhadap foto-foto selebriti atau teman sebaya yang menarik di Instagram bisa menyebabkan *body image* negatif (Tiggemann et al., 2018). Konten yang menampilkan sosok ideal memiliki dampak signifikan, tidak hanya berpotensi menurunkan *body image*, tetapi dapat berhubungan dengan suasana hati yang negatif dan penurunan harga diri (*self-esteem*) individu (Aristantya & Helmi, 2019).

Bue (2020) pengguna aktif Instagram yang berfokus pada unggahan foto dapat mendorong individu untuk melihat bagian tubuh tertentu, baik dirinya sendiri ataupun orang lain. Hal tersebut dapat menimbulkan kecemasan dan keraguan diri. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Kompas.com terdapat 89% wanita tidak puas pada bagian tubuh yang dimilikinya karena wanita lebih sering diberi citra negatif. Studi yang dilakukan oleh Samari et al. (2025) menunjukkan 20.2% mengalami ketidakpuasan bentuk tubuh, dengan prevalensi lebih tinggi pada wanita 25,7% dibandingkan pria 14,8%. Kelompok usia 20-24 tahun adalah populasi yang sangat rentan sebanyak 25,7%. Faktor utama dari ketidakpuasan tubuh tersebut karena tingginya penggunaan media sosial serta harga diri yang rendah. Seseorang yang memiliki ketertarikan terhadap penampilan fisik cenderung membandingkan diri mereka dengan standar tubuh ideal yang dipaparkan dalam media sosial seperti Instagram, serta individu-individu yang berada disekitarnya (Sakinah & Sumaryanti, dalam Intan & Dhani (2025). *Body image* merupakan konstruk psikologis mencakup persepsi subjektif individu terhadap tubuh ideal dan manifestasi perilaku berupa evaluasi diri terhadap atribut fisik (Islamiyah et al., 2023). *Body image* mengarah pada sikap individu pada tubuhnya sendiri, yang mencakup evaluasi subjektif bersifat positif maupun negatif terhadap aspek fisik yang dimiliki (Diana, 2019). Suatu faktor sosial yang dapat memicu *body image* negatif ialah penggunaan media sosial secara berlebihan (Tunga, 2022).

Menurut (Arnett, 2014) populasi dewasa muda berada pada periode *emerging adulthood*. Menurut teori perkembangan, individu yang berada di fase tersebut memiliki minat yang fokus pada diri sendiri seperti penampilan, pakaian dan perhiasan yang bertujuan untuk meningkatkan penampilan dan daya tarik yang dimiliki (Pieter, dalam Dwilianto dkk., 2024) Individu yang berada pada masa ini, memiliki dorongan untuk menampilkan daya tarik yang maksimal di hadapan publik, khususnya lawan jenis, yang bertujuan untuk memicu ketertarikan. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa motivasi utama dari perilaku tersebut adalah untuk mendapatkan validasi dan atensi sosial (Putri & Subroto, 2023). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Jung et al. (2022) pada masa krusial pembentukan identitas diri dan tingginya ketergantungan pada pengakuan sosial, individu dewasa muda menjadi kelompok yang paling berisiko terhadap internalisasi standar kecantikan.

Internalisasi standar kecantikan media merupakan suatu proses psikologis di mana individu secara aktif menerima dan menganut standar kecantikan yang ditampilkan oleh media sebagai tolak ukur pribadi untuk mengevaluasi dan menghakimi penampilan mereka sendiri

(Cohen et.al, 2017). Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Felensia dan Sokang (2025) yang mengindikasikan bahwa semakin dalam internalisasi individu terhadap standar tubuh kurus di Instagram, maka timbul perasaan negatif terhadap tubuhnya sendiri. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan individu diperkuat oleh standar ideal tertentu di Instagram, seperti tubuh yang putih dan langsing. Terdapat 51.8% perempuan dewasa awal di Makassar mengalami ketidakpuasan tubuh karena menginternalisasi standar ramping secara berlebihan (Muhammad et.al, 2024).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Husaini (2023) tentang pengaruh *peer pressure*, *social comparison*, dan *appearance ideal internalization* terhadap *body image* remaja pengguna Instagram, bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *peer pressure*, *social comparison*, dan *appearance ideal internalization* terhadap *body image* remaja akhir pengguna Instagram. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Hasanah dan Hidayati (2021) tentang intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap *body image* pada mahasiswi, bahwasannya ada keterkaitan antara intensitas pemakaian media sosial Instagram dengan *body image*. Namun, didapatkan hasil yang berbeda Niswah (2021) memperlihatkan bahwasannya belum ada hubungan signifikan diantara internalisasi sosiokultural dengan kualitas citra tubuh pada remaja pecinta *Korean Wave*. Hal tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang memerlukan penelitian lebih lanjut secara khusus meneliti populasi dewasa muda pengguna aktif Instagram

Rumusan Masalah

Apakah terdapat hubungan antara internalisasi standar kecantikan media dan *body image* pada dewasa awal pengguna aktif Instagram?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pengambilan data jenis kuantitatif non-eksperimental. Partisipan yang dibutuhkan dalam penelitian ini merupakan dewasa muda dengan rentang usia 18-25 tahun, pengguna aktif Instagram, berdomisili di Jakarta, jenis kelamin laki-laki serta perempuan, dan menginternalisasi standar kecantikan media. Partisipan tidak dibatasi dengan latar belakang ekonomi, sosial, suku, agama, dan ras. Partisipan yang didapatkan dalam penelitian ini terdapat 284 dewasa muda pengguna aktif Instagram di DKI Jakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* karena memungkinkan peneliti untuk menentukan sampel berdasarkan kriteria spesifik yang diperlukan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Gambaran Demografis Partisipan

Demografis		n	%
Usia	Dewasa Muda (18-25 tahun)	284	100
Jenis Kelamin	Laki-laki	77	27.1
	Perempuan	207	72.9
Domisili	Jakarta Utara	43	15.1
	Jakarta Pusat	32	11.3
	Jakarta Barat	109	38.4
	Jakarta Timur	43	15.1
	Jakarta Selatan	43	20.1
	Kepulauan Seribu	0	0
Penggunaan Instagram	1-2 hari/minggu	9	3.2
	3-4 hari/minggu	35	12.3
	5-6 hari/minggu	46	16.2
	Setiap hari/minggu	194	68.3
Catatan. N = 284			

Alat ukur yang digunakan untuk variabel internalisasi standar kecantikan media adalah *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire* (SATAQ-4). Merupakan alat ukur internalisasi standar kecantikan media yang dipopulerkan oleh Thompson (dalam Cash, 2012) dan di adaptasi ke bahasa Indonesia oleh Niswah F (2021). Alat ukur ini terdiri dari 22 item serta dua dimensi yaitu *internalization* dan *sociocultural pressure*. Faktor-faktor yang diukur dalam skala tersebut meliputi internalisasi ramping, internalisasi atletis, tekanan keluarga, dan tekanan teman sebaya. Digunakan enam skala likert, dimulai dari 'Sangat Tidak Sesuai' (skor 1) hingga 'Sangat Sesuai' (skor 6). Hasil uji reliabilitas pada 22 item yang dilakukan terhadap 284 partisipan didapatkan *Cronbach Alpha* 0.939. Berdasarkan uji reliabilitas pada tiap dimensi alat ukur SATAQ-4 didapatkan *Cronbach Alpha* 0.685 untuk dimensi internalisasai ramping, 0.835 untuk dimensi internalisasi atletis, 0.856 untuk dimensi tekanan keluarga, 0.749 untuk dimensi tekanan teman sebaya. Alat ukur yang digunakan untuk variabel body image adalah *Multidimensional Body-Self Questionnaire Appearance Scale* (MBSRQ-AS). Yakni alat ukur *body image* yang dikembangkan oleh Cash (2000) dan di adaptasi oleh Husaini, S. K. (2023) ke bahasa Indonesia. Alat ukur ini terdiri dari 34 item dengan lima dimensi yaitu *appearance evaluation*, *appearance orientation*, *overweight preoccupation*, *self-classified weight*, *body area satisfaction*. Variabel diukur memakai skala *likert* dengan empat pilihan jawaban, dimulai dari 'Sangat Tidak Sesuai' (skor 1) sampai 'Sangat Sesuai' (skor 4). Hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada 34 item yang dilakukan pada 384 partisipan diperoleh *Cronbach Alpha* 0.715. Berdasarkan uji reliabilitas pada tiap dimensi alat ukur MBSRQ-AS didapatkan *Cronbach Alpha* 0.747 untuk dimensi *appearance evaluation*, 0.695 untuk dimensi *appearance orientation*, 0.753 dimensi *overweight preoccupation*, 0.770 dimensi *self-classified weight*, 0.887 dimensi *body area satisfaction*. Peneliti mengumpulkan data secara online menggunakan *Google Form* yang kemudian disebarkan kepada partisipan melalui media sosial. Selanjutnya, data yang telah diperoleh dipindahkan ke *Excel* dan dianalisis menggunakan *SPSS* versi 24.0. Data tersebut dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji korelasi, dan analisis tambahan yaitu uji beda antara kedua variabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan analisis data utama

Berdasarkan hasil uji deskriptif yang dilakukan pada 284 partisipan, didapatkan hasil nilai rata-rata (*mean*) terkait dua variabel penelitian yang diperoleh partisipan. *Mean* hipotetik alat ukur internalisasi standar kecantikan media sebesar 3.5. Riset ini menemukan bahwa variabel internalisasi standar kecantikan media ($M=3.90$) dan pada masing-masing dimensi variabel internalisasai standar kecantikan media yaitu internalisasi ramping ($M=3.89$), internalisasi atletis ($M=3.82$), tekanan keluarga ($M=3.73$), tekanan teman sebaya ($M=4.18$) mempunyai *mean* empiris yang lebih besar dari *mean* hipotetik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai rata-rata internalisasi standar kecantikan media yang dimiliki partisipan dapat dikategorikan tinggi. Berikutnya, gambaran *body image* partisipan dapat ditentukan melalui nilai rata-rata (*mean*). *Mean* hipotetik dari alat ukur *body image* sebesar 2.5. riset ini menemukan bahwa variabel *body image* ($M=2.74$) dan pada masing-masing dimensi *body image* yaitu *appearance evaluation* ($M=2.60$), *appearance orientation* ($M=2.96$), *overweight preoccupation* ($M=2.96$), *self-classified weight* ($M=2.70$), *body area satisfaction* ($M=2.50$) memiliki *mean* empiris lebih besar dibandingkan dengan *mean* hipotetik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai rata-rata *body image* partisipan dapat dikategorikan tinggi. Data partisipan yang diperoleh dibagi menjadi tiga kategori yaitu rendah, sedang, tinggi. Kategori tersebut dilakukan berdasarkan nilai mean empiris dan standar deviasi. Partisipan yang memiliki skor dibawah *mean* empiris dan standar deviasi ($X < M - 1SD$) tergolong ke dalam

kategori rendah. Partisipan yang memiliki skor diantara batas skor minimal serta batas skor maksimal dari *mean* empiris ($M - 1SD \leq X \leq M + 1SD$) termasuk pada kategori sedang. Partisipan dengan skor melebihi *mean* empiris serta standar deviasi ($X > M + 1SD$) termasuk pada kategori tinggi. Hasil dari kategorisasi internalisasi standar kecantikan media dan body image tersebut dapat dilihat secara jelas pada tabel 2.

Tabel 2. Kategori Internalisasi Standar Kecantikan Media dan Body image Partisipan

Variabel	Norma Skor	Kategori	n	%
Internalisasi Standar	< 2.81	Rendah	56	19.7
Kecantikan Media	2.81 - 4.94	Sedang	161	56.7
	> 4.94	Tinggi	67	23.6
Body Image	< 2.44	Rendah	30	10.6
	2.44 - 3.05	Sedang	208	73.5
	> 3.05	Tinggi	45	15.9
Catatan. N = 284				

Pada penelitian ini dilakukan uji asumsi terhadap variabel internalisasi standar kecantikan media dan *body image*. Uji asumsi pada penelitian ini yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Hasil uji normalitas didapatkan bahwa variabel internalisasi standar kecantikan media tidak terdistribusi normal dengan nilai $p = < 0.001$ dan variabel *body image* tidak terdistribusi normal dengan nilai $p = 0.003$. selanjutnya, hasil uji linearitas antara variabel internalisasi standar kecantikan media dan *body image*, didapatkan nilai sebesar $p = .1$. Artinya terdapat adanya keterkaitan yang linear diantara variabel internalisasi standar kecantikan media dan *body image*. Selanjutnya, peneliti melakukan analisis data utama yaitu menguji hipotesis penelitian. Analisis data utama adalah uji korelasi untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara internalisasi standar kecantikan media dan *body image* pada dewasa muda pengguna aktif instagram. Hasil uji korelasi menggunakan *Spearman Correlation* menunjukkan bahwa internalisasi standar kecantikan media berhubungan signifikan ($p < 0.05$) dan *body image* pada dewasa muda pengguna aktif instagram dengan nilai $r = .166$. Arah hubungan tersebut adalah positif, yang artinya semakin tinggi internalisasi standar kecantikan media maka akan semakin tinggi *body image* partisipan.

Hasil dan analisis data tambahan

Hasil analisis data tambahan yang digunakan adalah uji beda variabel internalisasi standar kecantikan media dan *body image* berdasarkan data demografis, ditemukan bahwa terdapat perbedaan internalisasi standar kecantikan media berdasarkan domisili dan frekuensi penggunaan instagram. Sedangkan uji beda variabel *body image* berdasarkan data demografis, ditemukan bahwa terdapat perbedaan berdasarkan frekuensi penggunaan instagram.

Pembahasan

Riset ini bermaksud untuk mengetahui apakah terdapat hubungan diantara internalisasi standar kecantikan media dengan *body image* pada dewasa muda pengguna aktif Instagram, serta melihat apakah terdapat perbedaan terhadap kedua variabel tersebut berdasarkan demografi partisipan. Dalam penelitian ini didapatkan beberapa Perolehan riset, yaitu: (a) adanya keterkaitan positif dan signifikan diantara internalisasi standar kecantikan media dan *body image* pada dewasa muda; (b) terdapat hubungan antara dimensi internalisasi ramping dan empat dimensi *body image*; (c) terdapat hubungan antara dimensi internalisasi atletis dengan empat dimensi *body image*; (d) adanya keterkaitan signifikan diantara dimensi tekanan teman sebaya dengan *body image*; (e) dimensi tekanan keluarga tidak berhubungan dengan

body image; (f) hubungan negatif antara internalisasi standar kecantikan media dan *body area satisfaction*; (g) terdapat perbedaan internalisasi standar kecantikan media berdasarkan domisili dan frekuensi penggunaan Instagram; (h) terdapat perbedaan *body image* berdasarkan frekuensi penggunaan Instagram; (i) tidak terdapat perbedaan internalisasi standar kecantikan media berdasarkan usia dan jenis kelamin; dan (j) tidak terdapat perbedaan *body image* berdasarkan usia, jenis kelamin, dan domisili.

Pada temuan pertama, didapatkan hasil bahwa internalisasi standar kecantikan media dan *body image* mempunyai keterkaitan positif serta signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Cohen et al. (2017) menemukan hasil terkait penampilan di Instagram memiliki kaitan dengan meningkatnya perhatian individu terhadap tubuhnya. Riset yang dilaksanakan oleh Tiggemann et al. (2018) juga didapati hasil bahwa paparan konten *visual* dan menampilkan standar tubuh ideal, dapat meningkatkan kecenderungan individu melakukan perbandingan dan memicu ketidakpuasan tubuh. Pada temuan kedua, ditemukan bahwa dimensi internalisasi *ramping* berkorelasi positif dengan dimensi *appearance evaluation*, *appearance orientation*, *overweight preoccupation*, dan *self-classified weight*, serta berkorelasi negatif dengan *body area satisfaction*. Hal ini membuktikan bahwa standar tubuh *ramping* yang disebarkan di Instagram dapat memicu evaluasi diri secara berlebihan dan menurunkan kepuasan terhadap tubuh bagian tertentu. Temuan ini didukung oleh penelitian Felensia & Sokang (2025) yang menemukan bahwasannya makin besar internalisasi tubuh kurus, maka akan makin besar ketidakpuasan terhadap tubuh.

Pada temuan ketiga, didapatkan dimensi internalisasi atletis berkorelasi positif dengan *appearance evaluation*, *appearance orientation*, *overweight preoccupation*, dan *self-classified weight*. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Jung et al. (2022) menyatakan bahwa internalisasi tubuh atletis memperkuat perhatian dan kecemasan pada penampilan fisik individu. Pada temuan keempat, hasil analisis dimensi tekanan teman sebaya berkorelasi signifikan terhadap *body image* yang artinya interaksi sosial dengan teman sebaya, dapat memperkuat keinginan untuk memenuhi standar kecantikan tertentu. Hasil ini berlandaskan pada riset Husaini (2023) yang mengatakan bahwasannya *peer pressure* dan *social comparison* mempunyai pengaruh kuat dalam pembentukan *body image* pada remaja pengguna Instagram. Temuan kelima, didapatkan hasil bahwa dimensi tekanan keluarga tidak ada hubungan terhadap *body image*. Hasil tersebut sesuai dengan beberapa penelitian seperti Niswah (2021) yang menemukan pengaruh sosial dari keluarga cenderung lebih lemah dibandingkan dengan teman sebaya pada kelompok dewasa muda. Temuan tersebut sesuai dengan teori perkembangan dimana dewasa muda cenderung lebih dipengaruhi oleh *peer group* dibandingkan dengan keluarga.

Temuan keenam, terdapat hubungan negatif antara internalisasi standar kecantikan media dan *body area satisfaction* artinya, semakin tinggi internalisasi standar kecantikan media, maka semakin rendah kepuasan individu terhadap bagian-bagian tubuhnya. Temuan ketujuh, berdasarkan hasil uji beda yang telah dilakukan, terdapat perbedaan internalisasi standar kecantikan media berdasarkan domisili dan frekuensi penggunaan Instagram. Temuan kedelapan, terdapat perbedaan yang signifikan pada variabel *body image* berdasarkan frekuensi penggunaan Instagram. Intensitas paparan konten penampilan ideal di Instagram menyebabkan populasi dewasa muda menjadi rentan melakukan evaluasi penampilan. Temuan ini memperkuat beberapa studi sebelumnya oleh Octaviyani et al. (2022) dan Hasanah dan Hidayati (2021) menemukan bahwa semakin intens individu menggunakan Instagram, maka akan semakin tinggi kecenderungan untuk mengalami perubahan persepsi tubuh, baik secara positif atau negatif. Penemuan kesembilan, tidak ada perbedaan pada internalisasi standar kecantikan media dan *body image* berdasarkan usia, jenis kelamin, dan domisili. Hasil tersebut

sesuai dengan riset yang dilaksanakan oleh Fardouly dan Vartanian (2016) yang mengatakan bahwasannya dampak media sosial terhadap *body image* bersifat lintas demografis dan ditentukan oleh intensitas penggunaan, tetapi tidak dengan latar belakang demografis.

Penelitian ini memiliki beberapa kelebihan yaitu alat ukur SATAQ-4 dan MBRSQ-AS, dengan reliabilitas tinggi sehingga instrumen meningkatkan akurasi dan kredibilitas hasil penelitian. Selanjutnya sampel penelitian ini terdapat 284 partisipan dan mempunyai hasil statistik cukup baik untuk analisis korelasional yang memungkinkan generalisasi lebih baik pada populasi dewasa muda pengguna aktif Instagram di Jakarta. Selain itu, penelitian ini berhasil mendapatkan pola yang konsisten dengan berbagai studi internasional terkait efek media sosial terhadap *body image*, sehingga temuan ini memperkuat hasil-hasil penelitian sebelumnya. Selain kelebihan, penelitian ini juga memiliki beberapa kekurangan yaitu desain penelitian ini memakai korelasional sehingga tidak dapat mengetahui hubungan sebab akibat. Pengambilan data juga dilaksanakan secara *online* dan bergantung pada jawaban subjektif partisipan. Hal ini rentan bias sosial, *faking good* dan tidak akurat dalam menilai diri sendiri. Terdapat keterbatasan demografi seperti penelitian hanya dilakukan pada populasi dewasa muda berdomisili di DKI Jakarta. Sehingga kondisi sosial dan budaya di Jakarta tidak dapat mencerminkan daerah lain di Indonesia yang artinya temuan tidak dapat mewakili populasi nasional. Selain itu kekurangan penelitian ini alat ukur yang digunakan dikembangkan untuk standar kecantikan perempuan sehingga kurang relevan untuk partisipan laki-laki. Hal tersebut mengakibatkan standar kecantikan laki-laki seperti tubuh atletis dan tinggi badan kurang diesplorasi secara mendalam. Sehingga menyebabkan kesenjangan pemahaman bagaimana standar kecantikan secara spesifik berbasis *gender*.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara internalisasi standar kecantikan media dan *body image* pada dewasa muda pengguna aktif Instagram. Artinya semakin tinggi internalisasi standar kecantikan media yang diinternalisasikan oleh dewasa muda, sehingga makin besar penilaian *body image* yang dimiliki oleh dewasa muda pengguna aktif Instagram. Peneliti dapat menyarankan bahwa penelitian berikutnya dapat dilakukan pengambilan data secara langsung untuk menghindari *faking good* dan partisipan yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel mediasi atau moderasi, demi memperjelas mekanisme hubungan antara internalisasi standar kecantikan media dan *body image*. Saran selanjutnya dapat menggunakan media sosial yang lain karena akan berubah seiring berjalannya zaman. Kemudian, peneliti selanjutnya dapat meneliti dan membahas media sosial apa saja yang paling berdampak pada *body image* individu. Bagi individu dewasa muda, dapat diberikan saran bahwa bijak dalam penggunaan media sosial seperti Instagram yang bisa memberikan pengaruh positif bagi persepsi individu. Hal-hal yang dapat dilakukan adalah melakukan seleksi terhadap konten di Instagram, pembatasan waktu penggunaan media sosial, mengikuti akun yang mempromosikan keberagaman tubuh. Bagi pihak keluarga dapat disarankan untuk menjadi pendukung dalam meningkatkan dukungan emosional yang konsisten pada dewasa muda. Keluarga juga disarankan untuk mengurangi komentar terkait penampilan secara berlebihan, melakukan komunikasi yang menekankan penerimaan diri, dan pemberian pandangan positif terkait keberagaman tubuh. Saran untuk psikolog atau konselor, penelitian ini dapat memberikan psikoedukasi rancangan terkait *body positivity*, pemahaman *body image*, serta mekanisme internalisasi standar kecantikan media bagi pengguna aktif Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Aristantya, E. K., & Helmi, A. F. (2019). Citra Tubuh pada Remaja Pengguna Instagram. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 5(2), 114. <https://doi.org/10.22146/gamajop.50624>
- Arnett, J. J. (2014). *Emerging Adulthood*. Oxford University Press New York. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199929382.001.0001>
- Asrila, A. K., & Kurniawan, R. (2023). Why Do We Use Instagram? Motives of Active and Passive Instagram Users. *Jurnal Neo Konseling*, 5(2), 65. <https://doi.org/10.24036/00721kons2023>
- Azzahra Putri, A., & Subroto, U. (2023). Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Body Dissatisfaction Pada Wanita Dewasa Awal. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2). <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183–187. <https://doi.org/10.1016/J.BODYIM.2017.10.002>
- Couture Bue, A. C. (2020). The Looking Glass Selfie: Instagram Use Frequency Predicts Visual Attention to High-Anxiety Body Regions in Young Women. *Computers in Human Behavior*, 108, 106329. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106329>
- Diana, D. (2019). Hubungan Body Image Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Pada Remaja Putri. 7(3), 433–440.
- Dwiliantto, R., Matondang, U. A., & Yarni, L. (2024). Perkembangan Masa Dewasa Awal. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Felensia, & Sokang, Y. (2025). Remaja dan Media Sosial: Apakah Instagram Menciptakan Citra Tubuh yang Tidak Realistik? *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/innovative.v5i4.20000>
- Hasanah, U., & Malia Rahma Hidayati, B. (2021). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Body Image. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 5(2), 115–131. <https://doi.org/10.32492/idea.v5i2.5205>
- Husaini, K. S. (2023). Pengaruh Peer Pressure, Social Comparison, dan Appearance Ideal Internalization Terhadap Body Image Remaja Pengguna Instagram.
- Intan, S. D., & Dhani, R. D. (2025). Hubungan Antara Adiksi Media Sosial dan Social Comparison Terhadap Kecenderungan Body Dissatisfaction Mahasiswa Pengguna Tiktok. *As-Syar i: Jurnal Bimbingan & Konseling Keluarga*, 7(1), 322–329. <https://doi.org/10.47467/as.v7i1.6741>
- Islamiyah, N., Murdiana, S., Ismail, I., Psikologi, F., & Info, A. (2023). Body Image and Body Dysmorphic Disorder Tendency of Women Social Media Users Body Image dan Kecenderungan Body Dysmorphic Disorder Perempuan Pengguna Media Sosial. *Jurnal Imiah Psikologi*, 11(3), 415–421. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v11i3>
- Jung, J., Barron, D., Lee, Y.-A., & Swami, V. (2022). Social media usage and body image: Examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women. *Computers in Human Behavior*, 135, 107357. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107357>
- Muhammad, F. I., Purwasetiawatik, T. F., & Hayati, S. (2024). Gratitude Sebagai Moderator Thin Ideal Internalization Terhadap Body Dissatisfaction pada Perempuan Dewasa Awal di

- Kota Makassar. Jurnal Psikologi Karakter, 4(2), 445–455.
<https://doi.org/10.56326/jpk.v4i2.3570>
- Niswah, F. (2021). Hubungan antara Internalisasi Sosiokultural dengan Kualitas Citra Tubuh Pada Remaja Penggemar Korean Wave di JABODETABEK.
- Octaviyani, S. P., Putri Suryani A, S., Zahrani, S., Masfia, I., & Fahmy, Z. (2022). Pengaruh Intensitas Mengakses Instagram Terhadap Body Image Pada Mahasiswa Progam Studi Psikologi UIN Walisongo Semarang. In Journal of Education and Technology.
<http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/jet>
- Samari, E., Vaingankar, J. A., Tan, B., Chang, S., Tan, Y. W. B., Archana, S., Chua, Y. C., Tang, C., Lee, Y. P., Chew, C. S. E., Davis, C., Verma, S., & Subramaniam, M. (2025). Gender-Based Analysis of body dissatisfaction among youths in Singapore: findings from the National Youth Mental Health Study. *Frontiers in Psychiatry*, 16.
<https://doi.org/10.3389/fpsy.2025.1505161>
- Shabrina Marizka, D., Maslihah, S., & Wulandari, A. (2019). Bagaimana Self-Compassion Memoderasi Pengaruh Media Sosial Terhadap Ketidakpuasan Tubuh? In Jurnal Psikologi Insight Departemen Psikologi (Vol. 3, Issue 2).
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The Effect of Instagram “likes” on Women’s Social Comparison and Body Dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90–97.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Tunga, T. L. E. (2022). Gangguan Makan pada Remaja Dipengaruhi Oleh Media Sosial Melalui Citra Tubuh Negatif. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 11(1), 1–9.
<https://doi.org/10.35816/jiskh.v11i1.684>