

HUBUNGAN *SELF ESTEEM* DENGAN *BODY IMAGE* PADA PENGGEMAR IDOLA K-POP DI SURABAYA

Rullyasari Fahmi Idris

Fakultas Psikologi

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

rullysarifahmi@gmail.com

Abstract

K-Pop music has its own place for music lovers in Indonesia. As you know, K-Pop fans are dominated by female fans with a range of teenagers to early adulthood. This study aims to determine the relationship of self esteem with body image on K-Pop idol fans in Surabaya. The hypothesis in this study is the positive relationship between self esteem and body image for K-Pop idol fans in Surabaya. This study involved the "X" community of K-Pop idol fans in the Surabaya area, with 66 subjects with a vulnerable age group of 13-25 years. The sampling technique of this study used purposive sampling, and the measurement tools used on the body image scale were adapted from the MBSRQ-AS scale and the self esteem scale was prepared by the author. Body image scale reliability was 0.785, while self esteem reliability was 0.873. Data analysis to test this hypothesis using the Product moment technique, the results of data analysis showed a significance level between self esteem and body image of 0.010 and the size of the Pearson correlation of 0.316. This means that there is a significant relationship between the variable self esteem and body image on K-Pop idol fans in Surabaya, so the hypothesis in this study can be accepted.

Keywords: *body image; self esteem; "X" community K-pop fans in Surabaya*

Abstrak

Musik K-Pop mendapatkan tempat tersendiri bagi penikmat musik di Indonesia. Seperti yang diketahui, penggemar K-Pop didominasi oleh penggemar dengan jenis kelamin perempuan dengan rentang usia remaja hingga dewasa awal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan self esteem dengan body image pada penggemar idola K-Pop di Surabaya. Hipotesis dalam penelitian adalah adanya hubungan positif antara self esteem dengan body image pada penggemar idola K-Pop di Surabaya. Penelitian ini melibatkan komunitas "X" penggemar idola K-Pop di wilayah Surabaya, dengan jumlah subjek 66 orang dengan rentan usia 13-25 tahun. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan purposive sampling, serta alat ukur yang digunakan pada skala body image diadaptasi dari skala MBSRQ-AS dan skala self esteem disusun sendiri oleh penulis. Reliabilitas skala body image sebesar 0,785, sedangkan reliabilitas self esteem sebesar 0,873. Analisis data untuk menguji hipotesis ini menggunakan teknik Product moment, hasil analisis data menunjukkan taraf signifikansi antara self esteem dan body image sebesar 0,010 dan besar pearson correlation sebesar 0,316. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel self esteem dengan body image pada penggemar idola K-Pop di Surabaya, sehingga hipotesis pada penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci : *body image; self esteem; komunitas "X" penggemar K-pop Surabaya*

Pendahuluan

Era globalisasi dan kemajuan teknologi yang semakin modern, salah satunya melalui internet dengan mudahnya seseorang dapat mengakses informasi yang diinginkan. Dampak yang ditimbulkan pada era globalisasi ini adalah mudahnya budaya luar yang masuk di Indonesia. Salah satunya adalah musik, musik merupakan hiburan yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Musik yang sangat berpengaruh di Indonesia adalah musik K-Pop atau disebut Korean Pop. Seperti yang diketahui, musik K-Pop sangat diterima dengan baik terutama pada usia remaja hingga orang dewasa sangat menikmati karya yang dihasilkan dari *boyband* dan *girlband* dari negeri gingseng ini. Dikutip pada tanggal 11 Maret 2020, dari CNN Indonesia menyatakan bahwa penggemar hiburan musik Korea pada tahun 2019 sudah tercatat sebanyak 90 juta orang. Data tersebut diperoleh dari yayasan yang bekerja sama dengan pemerintah Korea, yang menyatakan menyebutkan ada 1.843 klub penggemar K-Pop di 113 negara di dunia.

Seperti yang diketahui bahwa *girlband* dan *boyband* memiliki penampilan yang menarik dan sempurna di mata penggemar mulai dari bentuk tubuh yang langsing, warna kulit yang putih, postur tubuh yang tinggi, serta berbagai bentuk dan warna rambut yang kekinian sesuai karakteristik kelompok K-Pop. Memiliki badan yang ideal pastinya didambakan bagi semua orang. Para penggemar K-Pop yang didominasi oleh usia remaja hingga dewasa awal menganggap tubuh merupakan bagian penting, terutama seseorang yang telah mengalami masa transisi dari masa anak-anak ke remaja yang sedang mengalami pubertas. Penggemar tersebut selalu mencari informasi atau perkembangan idolanya di media sosial. Aktivitas tersebut rutin dilaksanakan seperti memperhatikan foto atau video mengenai idolanya. Aktivitas yang dilakukan individu akan mempersepsikan yang dilihat dari *life style*, assesoris bahkan secara detail memperhatikan penampilan fisik idola masing-masing. Seiring dengan pernyataan Mueller (dalam Santrock, 2002) tubuh akan menjadi pusat perhatian seseorang dimasa remaja mengembangkan citra terhadap bentuk tubuhnya.

Berdasarkan hasil wawancara singkat yang dilakukan kepada enam penggemar K-Pop yang termasuk komunitas "X" penggemar idola K-Pop dengan usia 18-20 tahun dengan jenis kelamin perempuan menyatakan merasa senang dan puas pernah mengikuti *style* rambut dan mewarnai rambut seperti idolanya. Pernyataan lain, salah satu dari enam orang mengaku melakukan diet ketat untuk mengikuti kompetisi *cover dance* dengan tujuan mendapatkan penilaian baik dari juri. Individu ada keinginan memiliki kulit putih dengan cara rutin luluran dan pakai masker setiap hari seperti kulit orang korea. Mereka juga mengaku suka sekali meniru model *make up* seperti idolanya dan kerap membeli produk *skincare* untuk mempercantik diri mereka. Seiring dengan pernyataan Hurlock (1980) kegagalan kateksis terhadap fisiknya menjadi penyebab konsep diri yang kurang baik bagi remaja. Para penggemar K-Pop yang selalu memperhatikan idolanya akan cenderung berpersepsi bentuk fisiknya jauh dari kata sempurna jika dibandingkan dengan idolanya dan mempengaruhi *body image* individu.

Wati, D. K & Sumarmi, S. (2017) menunjukkan salah satu SMA swasta di Surabaya menunjukkan presentasi 61,5% remaja perempuan memiliki *body image* negatif, mengalami ketidakpuasan pada tubuh sebanyak 66,7% dan melakukan tindakan diet sebanyak 64,1%. Remaja putri yang memiliki citra tubuh negatif beresiko tiga kali mengalami *body dissatisfaction* atau ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh dibandingkan remaja putri yang memiliki *body image* positif. Stice (dalam Amalia, 2007) mengungkap 20% dari 1.124 remaja mengalami depresi berat, hal ini

dikarenakan tiga penyebab yaitu merasa tidak puas terhadap tubuh, melakukan diet ketat dan munculnya simtom-simtom bulimia.

The National Eating Disorder Association (dalam Moeen, dkk, 2013) mengartikan *body image* layaknya seseorang yang sedang bercermin lalu mengidentifikasi diri terhadap penampilan fisik, berat badan, tinggi badan serta berbagai asumsi, generalisasi dan ingatan. Morrison, dkk (dalam Kilic, Y. 2020) juga menyebutkan persepsi tubuh dibagi menjadi dua tahap, pertama proses menganalisis dan mengevaluasi kepuasan seseorang terhadap penampilan fisik. Tahap kedua mencakup *role* atau keinginan tubuh yang diinginkan. Lalu, Arthur (2010) mendefinisikan *body image* (citra tubuh) sebagai bentuk imajinasi subjektif yang dilakukan individu terhadap tubuhnya, khususnya yang mencakup penilaian orang lain serta seberapa baik bentuk tubuhnya yang disesuaikan dengan persepsi-persepsi. Disimpulkan bahwasannya *body image* adalah gambaran atau persepsi individu terhadap dirinya sendiri secara sadar atau tidak sadar mengenai gambaran bentuk fisiknya yang diperoleh dari hasil evaluasi dan pengalaman berdasarkan konsep idealnya untuk mendapatkan penilaian dari orang lain.

Perkembangan *body image* yang pada diri individu, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhinya ketika individu mengevaluasi penampilannya. Menurut Menurut Cash & Puzinsky (dalam Anggraheni, R. D & Rahmandani, A. 2019) terdapat 4 faktor yaitu 1) sosialisasi budaya, 2) pengalaman interpersonal, 3) karakteristik fisik, 4) Kepribadian. Pada faktor kepribadian, yang dimana atribut kepribadian ialah *self esteem* (harga diri) seseorang. Coopersmith (dalam Satria, S, dkk. 2020) mendefinisikan *self esteem* penilaian secara pribadi yang diperoleh berdasarkan hasil evaluasi diri, kemudian diekspresikan pada sikap penerimaan atau penolakan.

Self esteem (harga diri) dalam teori hirarki kebutuhan Maslow menduduki urutan ke-empat, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan kebutuhan *self esteem* pada individu yang memunculkan perasaan berharga pada diri, sikap percaya diri, dan merasa dirinya berguna dan bermanfaat bagi dunia. Hal ini berbanding terbalik, jika kepuasan *self esteem* tidak terpuaskan maka muncul perasaan dirinya lemah, penakut, bersikap inferior, tidak mampu mengatasi tuntutan hidup dan rendah diri saat bergaul (Alwisol, 2016). Oleh karena itu, *self esteem* bukan faktor dibawa sejak lahir, tetapi faktor yang diperoleh dari hasil pengalaman dan interaksi dengan lingkungan.

Jika dikaitkan dengan *body image*, ketika individu menilai dirinya secara komperhensif bukan hanya semata-mata melihat dari satu sisi yaitu fisiknya saja. Individu tersebut cenderung mampu memaknai dirinya secara baik, maka karakter *self esteem* tinggi pada seseorang akan muncul dalam dirinya seperti selalu memiliki berpikiran positif, merasa dirinya berharga dan mempengaruhi *body image* positif pada individu. Berbanding terbalik dengan individu yang memiliki *self esteem* rendah, individu selalu merasa dirinya inferior, dan selalu menganggap dirinya selalu tidak sempurna. Individu juga belum mampu memahami siapakah dirinya sebenarnya, sehingga muncul rasa tidak percaya diri karena merasa bingung menentukan *public figure* yang diidolakan. Individu tersebut belum mampu untuk menilai secara objektif dan hanya melihat satu sisi seperti gaya hidup sampai hal detailnya yaitu penampilan seorang idola yang dapat memicu memunculkan kecenderungan *body image* negatif Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti ingin mengetahui “apakah ada hubungan positif antara *self esteem* dengan *body image* pada penggemar idola K-Pop di Surabaya?”

Metode

Populasi dan partisipan

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota komunitas “X” yang menyukai K-Pop di Surabaya dengan jumlah 80 orang. Partisipan pada penelitian ini berjumlah 66 orang, dilihat melalui tabel Krejcie dan Morgan (dalam Azwar, S, 2018). Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, karena peneliti ingin mendapatkan subjek dengan karakteristik yang telah ditentukan, dengan kriteria adalah anggota aktif komunitas “X” yang menyukai musik K-Pop lebih dari 1 tahun, berjenis kelamin perempuan, berusia 13-25 tahun.

Alat Ukur

Instrumen pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala *Likert*, dengan 4 alternatif jawaban SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju) dan STS (Sangat Tidak Setuju). Pada skala *body image*, peneliti mengadaptasi skala MBSRQ-AS (*Multidimensional Body Relation Questioner – Appearance Scale*) (Swami, V, dkk (2019) memuat 5 aspek yaitu 1) evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), 2) orientasi penampilan (*appearance orientation*), 3) kepuasan pada bagian tubuh (*body area satisfaction*), 4) kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*), 5) pengkategorian ukuran tubuh (*self classified weight*). Skala *body image* terdiri dari 34 aitem menggunakan program *Statistic Package for Social Science for Windows* (SPSS) versi 21.0, setelah dilakukan uji daya diskriminasi aitem sebanyak 2 kali putaran, menunjukkan 13 aitem yang memenuhi daya diskriminasi aitem dengan skor total 0,255-0,578 dengan reliabilitas $\alpha = 0,785$. Sedangkan, skala *self esteem*, peneliti membuat sendiri berdasarkan teori Morris Rosenberg dengan memuat aspek (*reflected appraisals*) dan perbandingan sosial (*social comparison*). Skala *self esteem* terdiri dari 31 aitem, setelah dilakukan uji daya diskriminasi aitem sebanyak 2 kali putaran, menunjukkan 23 aitem yang memenuhi daya diskriminasi aitem dengan skor total 0,300-0,650 dengan reliabilitas $\alpha = 0,873$.

Hasil

Pada penelitian ini, peneliti membuat persentasi untuk mengetahui berapa banyak jumlah responden yang menjawab aitem skala *self esteem* dan *body image*, dengan kategori usia dari remaja awal hingga dewasa. Berikut hasil persentasi dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1 Hasil Persentasi Responden

Kategori	Usia	Jumlah	Persentasi
Remaja awal	13-14 tahun	2 orang	3%
Remaja tengah	15-17 tahun	13 orang	19,7%
Remaja akhir	18-21 tahun	43 orang	65,2%
Dewasa awal	22-25 tahun	8 orang	12,1%
TOTAL		66 orang	100%

Sumber : Hasil Output Uji Normalits SPSS 21 for Windows

Berdasarkan hasil perhitungan statistik pada uji prasyarat yaitu uji normalitas dan linieritas untuk mengetahui dalam penelitian memenuhi syarat dalam melakukan uji analisis data. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji *Shapiro-Wilk* karena subjek penelitian kurang dari 100 orang. Apabila signifikan atau nilai $p > 0,05$ maka variabel tersebut berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan atau nilai $p < 0,05$ maka variabel tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas data variabel *body image* dapat dilihat pada tabel 2.

Table 2 Uji Normalitas Variabel *Body Image*

Variabel	Shapiro-Wilk			Keterangan
	Statistic	df	Sig	
<i>Body Image</i>	0,984	66	0,537	Normal

Sumber : Hasil Output Uji Normalits SPSS 21 for Windows

Pada uji linieritas digunakan untuk mengetahui variabel dalam penelitian yang dilakukan memiliki hubungan yang linier signifikan atau tidak signifikan. Aturan yang digunakan dalam uji linieritas $p > 0,05$ maka hubungannya linier, sebaliknya apabila $p < 0,05$ maka hubungannya tidak linier. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3 Hasil Uji Linieritas

Variabel	F	Sig	Keterangan
<i>Self Esteem– Body Image</i>	1,287	0,235	Linier

Sumber : Hasil Output Uji Normalits SPSS 21 for Windows

Analisis data merupakan suatu langkah yang menentukan hasil penelitian. Teknik yang digunakan dalam analisis data pada penelitian merupakan penelitian korelasi, dengan tujuan menguji hipotesis keterkaitan antara 2 variabel. Analisis data yang dilakukan adalah analisis Parametrik yaitu teknik *product moment* menggunakan program *Statistic Package for Social Science for Windows* (SPSS) versi 21.0. Apabila nilai $p > 0,05$ maka uji dalam penelitian ini dinyatakan tidak signifikan, berbanding terbalik jika nilai $p < 0,05$ maka hasil penelitian dinyatakan signifikan. Hasil uji analisis *product moment* variabel *self esteem* dengan *body image* dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4 Hasil Korelasi *Product Moment*

<i>r_{xy}</i>	p	Keterangan
0,316	0,010	$p < 0,05$ Signifikan

Sumber : Hasil Output Uji Normalits SPSS 21 for Windows

Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan *product miment* antarvariabel *self esteem* dengan *body image* menunjukkan adanya korelasi positif. Hal tersebut dapat terbukti dengan nilai signifikansi 0,010 ($p < 0,05$) dengan *pearson correlation* sebesar 0,316. Artinya, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *self esteem* dengan *body image* pada penggemar idola K-Pop di Surabaya, sehingga hipotesis pada penelitian ini dapat diterima.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Williams & Currie (dalam Nurvita, V., & Handayani, M. M. 2015) yang menunjukkan antara *self esteem* dengan *body image* memiliki korelasi positif, individu semakin rendah *self esteem* yang dimiliki maka semakin negatif *body image* pada individu, berbanding terbalik jika individu yang memiliki *self esteem* tinggi maka semakin positif pula *body image* individu tersebut. Penelitian oleh Khaira, Puti (2018) juga menyatakan diperoleh hasil hubungan positif yang signifikan antara *self esteem* dan *body image* pada remaja pria, berbeda dengan penelitian ini yang hanya diperuntukkan pada subjek berjenis kelamin wanita saja dan menjadi penggemar K-Pop lebih dari 1 tahun, karena dalam diri wanita *self esteem* (harga diri)

penampilan tentunya sangat berpengaruh besar pada kehidupan sosialnya. Selanjutnya, penelitian oleh Widodo, A. S & Niken Titi Pratitis (2013) juga menyatakan bahwa seseorang yang mempunyai harga diri yang tinggi, maka dapat melakukan interaksi sosial dengan baik, begitu dengan individu dengan status sosial ekonomi yang tergolong mampu, maka individu tersebut juga dapat berinteraksi sosial dengan baik pula. Perbedaan pada penelitian ini adalah tidak menggunakan status sosial terutama pada ekonomi.

Menurut Cash dan Pruzinky (dalam Anggraheni, R. D., & Rahmandani, A. 2019) *body image* dipengaruhi oleh *historical factors* salah satunya keperibadian. Kepribadian sebagai atribut dari *self esteem* (harga diri). Penggemar Kpop yang didominasi usia remaja tersebut, apabila melihat dirinya secara keseluruhan lalu memaknai berharga dirinya secara baik maka individu tersebut cenderung menunjukkan karakter-karakter *self esteem* yang tinggi pula seperti tidak khawatir dengan masalah yang dihadapi beserta risikonya, selalu memiliki perasaan yang positif, memiliki tujuan dan aktivitas yang jelas, tidak patah semangat dan tentunya percaya diri terhadap dirinya sendiri. *Self esteem* juga dapat diartikan sebagai penilaian diri secara positif dan negatif untuk melihat secara komprehensif mengenai dirinya. Maslow (dalam Alwisol, 2016) menjelaskan suatu penghargaan diri hendaknya diperoleh berdasarkan penghargaan diri kepada diri sendiri, yang seharusnya seseorang memperoleh harga diri dari kemampuan dirinya sendiri bukan dari ketenaran eksternal yang tidak dapat dikontrolnya yang membuatnya tergantung pada orang lain.

Penggemar Kpop yang cenderung memiliki *self esteem* yang tinggi mampu mengenali jati dirinya secara baik dan memaknai dirinya sendiri secara positif, maka hal tersebut mempengaruhi individu mempersepsikan atau menilai penampilannya secara baik, maka individu memiliki gambaran mental yang baik pula terhadap proporsi tubuhnya dan mampu menerima kondisi kelebihan serta kekurangan yang dirasakan meskipun sangat mengidolakan idola mereka yang lebih memiliki paras yang cantik dan tampan. Kepuasan seseorang tentang dirinya cenderung menunjukkan persepsi *body image* positif, sikap percaya diri dan tidak melakukan hal-hal irasional untuk memperbaiki penampilannya. Sebaliknya, penggemar Kpop yang merasa *self esteem*-nya rendah cenderung selalu merasa rendah diri saat bertemu dengan orang lain, merasa selalu ada yang kurang dengan dirinya sulit untuk melakukan hal-hal positif, maka akan mempengaruhi individu memaknai dirinya. Individu juga selalu ingin menjadi orang lain, tidak merasa puas pada fisik dan penampilannya, selalu ingin memperbaiki dirinya layaknya orang lain, tidak percaya diri, bahkan *body image* negatif akan membawa dampak perilaku-perilaku irasional seperti diet secara ketat, mengalami gangguan makan *bulimia*, cemas terhadap kegendutan, dan depresi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *self esteem* dengan *body image* pada penggemar idola K-Pop di Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *self esteem* pada penggemar idola K-Pop, maka semakin positif individu mempersepsikan fisik atau penampilan dirinya secara baik atau disebut dengan *body image* positif. Sebaliknya, apabila penggemar K-pop menilai dirinya secara keseluruhan negatif (*self esteem* rendah), maka semakin negatif pula individu tersebut mempersepsikan fisik dan penampilannya atau disebut *body image* negatif. Demikian, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dapat diterima.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, berikut terdapat beberapa saran bagi pihak yang terkait, pertama bagi penggemar idola K-Pop khususnya anggota komunitas “X” yang memasuki usia remaja dan dewasa awal diharapkan lebih banyak membangun *self esteem* (harga diri) pada diri masing-masing dengan menjadi pribadi yang percaya dengan kemampuan sendiri, berprestasi, mendekati diri pada lingkungan mendukung dan positif. Secara tidak langsung, hal-hal tersebut mampu mempengaruhi individu dalam menilai atau mempersepsikan diri secara baik dari segi fisik, penampilan dan tentunya mengurangi pikiran-pikiran yang irasional. Kedua, bagi peneliti selanjutnya, mengingat skala *body image* hanya diwakili oleh 13 aitem, maka sebaiknya untuk peneliti selanjutnya dapat menyusun dan menyempurnakan skala *body image*. Selanjutnya, jumlah subjek pada penelitian ini hanya 66 orang dari komunitas “X” di wilayah Surabaya saja, disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk memperbanyak subjek penelitian dari komunitas-komunitas K-Pop yang lebih besar dengan rentang usia yang berbeda.

Refrensi

- Afrisia, R. S. (2019, Januari 10). Penggemar Hallyu di Dunia Hampir Tembus 90 Juta Orang. Diakses 11 Maret, 2020 dari: <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190110173339-241-359969/penggemar-hallyu-di-dunia-hampir-tembus-90-juta-orang>
- Amalia, L. (2007). Citra tubuh (*body image*) remaja perempuan. *Muswa Jurnal Studi Gender dan Islam*, 5(4), 441-464
- Amalia, N. A. (2018). Penerapan Prinsip-Prinsip Cognitive Behavior Therapy (BT) untuk Meningkatkan Self-Esteem Pada Remaja Perempuan. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 7(2), 118-134
- Anggraheni, R. D., & Rahmandani, A. (2019). Hubungan Antara Self-Compassion Dan Citra Tubuh Pada Mahasiswi Program S-1 Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. *Empati*, 8(1), 166-172.
- Afrisia, R. S. (Kamis, Januari 2019). *Penggemar Hallyu di Dunia Hampir Tembus 90 Juta Orang*. Retrieved Maret 11, 2020, from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20190110173339-241-359969/penggemar-hallyu-di-dunia-hampir-tembus-90-juta-orang>
- Alwisol. (2016). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Ananta, A. (2016). Penurunan Body Dissatisfaction Pada Perempuan Dalam Masa Emerging Adulthood Dengan Gratitude Intervention. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*, 05 No 02, 160-166.
- Anggarani, F. K. (2015). Internet Gaming Disorder: Psikopatologi Budaya Modern. *Buletin Psikologi*, VOLUME 23, NO. 1, Pag: 1 – 12.
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: OUSTAKA PELAJAR.
- Desmita. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dessy Sumanty, D. S. (2018). Hubungan Religiusitas dengan Citra Tubuh pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 1 No 1 ISSN online 2615-8183, 9-28.
- Gibbons, F., & Bunnk, B. (1999). Individual Differences In Social Comparison: Development of A Scale Social Comparison Orientation. *Journal of Personaliti and Social Psychology* , Volume 7 Nomor 1.
- Hadi, S. (2016). *Metodologi Riset*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR.
- Hadi, S. (2016). *Metodologi Riset* (2015 ed., Vols. ISBN: 978-602-229-425-2). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Handayani, V. N. (2015, April 01). Hubungan Aantara Self-esteem dengan Body Image pada Remaja Awal yang Mengalami Obesitas. *Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental*.
- Hastuti, F. A. (2018, November 02). Pengaruh Social Comparison Dan Self Esteem Terhadap Bod Dissatiffaction Pada Mahasiswi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi Fakultas Psikologi*, 35.

- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Husni, H. K. (2014, Desember). Pengaruh Komparasi Sosial pada Model dalam Iklan Kecantikan di Televisi terhadap Body Image Remaja Putri yang. *JURNAL Psikologi Pendidikan dan Perkembangan, Vol. 3 No. 3*.
- Jenni Eliani, d. (2018). Fanatisme dan Perilaku Agresif Verbal di Media Sosial pada Penggemar Idola K-Pop. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi, 03 No 1 ISSN 2502-9363 (print); ISSN 2527-7456 (online), 59-72*.
- Lalu Arman Rozika & Neila Ramdhani². (2014). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image. *Gajah Mada Journal Of Psychology* , volume 02 nomor 3.
- Livian Sunartio, M. E. (2012, Agustus). Social Comparison dan Bod Dissastifaction Pada Wanita Dewasa Awal. *Humanits, Vol. IX No. 2*.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Putra, I. A. (2017, Agustus 07). Hubungan Antara Perbandingan Sosial Dengan Teman Sebaya dan Materialisme pada Remaja. *Skripsi Fakultas Psikologi, 34*.
- Putra, J. S. (2018). Peran Syukur sebagai Moderator Pengaruh Perbandingan Sosial terhadap Self Esteem pada Remaja Pengguna Media Sosial. *Jurnal Penelitian Psikologi, Vol 3 No 2*.
- Rahmandani, R. D. (2019, Januari). Hubungan Antara Self-Compassion Dan Citra Tubuh Pada Mahasiswi Program S-1 Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. *Jurnal Empati, 8 No 1, 166-172*.
- Rozika, L., & Neila, R. (2016). Hubungan antara Harga Diri dan Body Image. *Gajah Mada Journal Of Psychology* , Volume 2 No 3.
- Santrock, J. W. (2011). *Life Span Development: Perkembangan Masa Hidup Edisi Ketigabelas Jilid 2*. Erlangga.
- Sarwono, S. W. (2014). *Pengantar Psikologi Umum*. (E. A. Meinarno, Ed.) Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumintardja, P. N. (2016). Peran Brief Cbt Terhadap Tingkat Depresi Dan Masalah Body Image Pasien Kanker Payudara Dewasa Muda. *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA, 5 No 2, 103-113*.
- Sunarto, L. d. (2012). Social Comparison Dan Body Dissatisfaction. *Humanitas, Vol IX No 2*.
- Umi, K. (2018, Agustus 13). Hubungan Harga Diri Dengan Penyesuaian Sosial Pada. (U. M. Surakarta, Ed.) *Skripsi Fakultas Psikologi, 4*.
- Utami, R. N. (2019). The Relationship Between Celebrity Worship And Body Image Adolescent Who Idolize K-Pop. *The Relationship Between Celebrity Worship and Body Image Adolescen, 3, No.2 ISSN 2549-7073 (online), 137-150*.

- Utomo , W., & Laksmiwati, H. (2019). Hubungan Harga Diri dengan Pengungkapan Diri pada Siswa-siswi Pengguna Jejaring Sosial. *Character : Jurnal Psikologi*, 06(01), 2.
- Wahyuni, G. A. (2019). Hubungan Antara Komparasi Sosial Dengan Citra Tubuh Pada Remaja Laki-Laki Di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayan*, Vol 6 No 1.
- Wicaksono, K. S. (2019). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Fear Of Missing Out. *Jurnal Empati*, Vol 8 No 2.