

HUBUNGAN RASA SYUKUR DAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN *BODY IMAGE* MAHASISWA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Siti Nuriah Islamiyati¹, Dr. Daliman, SU²

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Media sosial merupakan salah satu faktor yang melatarbelakangi perkembangan *body image*. *Body image* berkaitan dengan rasa syukur dan kepercayaan diri bagi individu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara rasa syukur dan kepercayaan diri dengan *body image* mahasiswa pengguna media sosial *instagram*. Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan media sosial *instagram* dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 siswa. Teknik analisis dalam penelitian ini yaitu regresi berganda menggunakan *IBM Statistic SPSS 25*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup dalam bentuk *google form* yang terdiri dari 3 skala yaitu skala rasa syukur, skala kepercayaan diri dan *multidimensional body-self relations questionnaire-appearance scale (MBSRQ-AS)*. Hasil penelitian yang diperoleh nilai $R = 0,486$; ($p < 0,05$) yang artinya adalah ada hubungan yang signifikan antara rasa syukur dan kepercayaan diri dengan *body image*. Selanjutnya, rasa syukur dengan *body image* diperoleh nilai ($r = 0,425$; ($p < 0,05$), artinya rasa syukur dengan *body image* memiliki hubungan positif yang signifikan. Dan pada kepercayaan diri dengan *body image* diperoleh nilai ($r = 0,463$; ($p < 0,05$) dan, artinya variabel kepercayaan diri dengan *body image* memiliki hubungan positif yang signifikan. Sumbangan efektif variabel independent dengan variabel dependent dalam penelitian ini sebesar 23,7% dengan rincian, sumbangan dari variabel rasa syukur sebesar 8,6% dan sumbangan dari variabel kepercayaan diri sebesar 15,1%, sedangkan 76,3% berhubungan dengan variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *body image*, kepercayaan diri, rasa syukur

Abstract

Social media is one of the factors in the development of body image. Body image is related to gratitude and self-confidence for the individual. The purpose of this study was to determine the relationship between gratitude and self-confidence with the body image of students who are social media users on Instagram. This research design uses a quantitative research design with a correlational research type. The population in this study was a student of the University of Muhammadiyah Surakarta who uses social media instagram. A sample was taken using purposive sampling techniques with a total sample of 120 students. The analysis technique in this study was multiple regression using IBM Statistics SPSS 25. To obtain primary data, the researcher used a closed questionnaire in the form of a Google Form that consisted of 3 scales: a gratitude scale, a self-confidence scale and a multidimensional body-self relations questionnaire-appearance scale (MBSRQ-AS). The results of the study obtained a value of $R = 0.486$ ($p < 0.05$) which means that there is a significant relationship between gratitude and self-confidence with body image. Furthermore, gratitude with body image obtained a value ($r = 0.425$ ($p < 0.05$), meaning that gratitude and body image have a significant positive relationship. And on self-confidence with body image obtained a value ($r = 0.463$ ($p < 0.05$) and, it means that self-

confidence with body image has a significant positive relationship. The effective contribution of the independent variables to the dependent variables in this study was 23.7% with details, the contribution from gratitude variables was 8.6%, and the contribution from the self-confidence variable was 15.1%, while 76.3% was related to other variables that were not researched.

Keywords: body image, gratitude, self-confidence

1. PENDAHULUAN

Saat ini kemajuan dalam bidang teknologi sangat membantu dalam menjalankan hubungan komunikasi. Dalam kemajuan ini di bidang informasi berkembang dengan banyak munculnya berbagai media sosial. Media sosial adalah tempat yang berbasis teknologi internet yang menghubungkan seseorang untuk berinteraksi sosial, berkolaborasi, dan berkomunikasi dengan orang lain (Ratnamulyani & Maksudi, 2018). Di era digital ini media sosial menjadi salah satu *platform* penting bagi kebutuhan setiap individu. Berdasarkan hasil data yang didapatkan oleh Datareportal (2022) terdapat 4,62 miliar jiwa pengguna media sosial di seluruh dunia pada Januari 2022 yakni 58,4% dari total populasi di dunia. Di Indonesia terdapat 191,4 juta jiwa pengguna media sosial yakni 68,9% dari total populasi di Indonesia. Peringkat dalam penggunaan sosial media, Indonesia berada pada peringkat ke-6 terbesar diantara 3,6 miliar pengguna media sosial dunia pada tahun 2018 (Supratman, 2018). Presentase pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat sebesar 12,6% yakni 21 juta jiwa antara 2021 sampai 2022.

Instagram merupakan sebuah *platform* media sosial yang berbeda dengan yang lainnya dan yang paling diminati ketiga setelah *facebook* dan *youtube*. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (KemenKominfo) total pengguna *instagram* di Indonesia 91,77 pengguna dengan kelompok pengguna terbesar pada usia 18-24 tahun yaitu 36,4% pada kelompok usia tersebut mayoritas sebagai mahasiswa.

Fenomena yang ditemukan bahwa dalam satu hari mahasiswa menghabiskan waktu mengakses media sosial sekitar 5 jam dengan presentase 84,2%. Jika dalam sehari mahasiswa tidak mendapatkan pemberitahuan di *handphonenya* muncul perasaan cemas yang diakibatkan dari ketergantungan media sosial, sebanyak 39% mahasiswa mengalami kecemasan sosial apabila melewati *trend* tertentu dalam kehidupan mereka, sedangkan sebanyak 32% mahasiswa merasa takut jika melihat foto temannya atau orang lain yang memamerkan kehidupannya (Azka, Firdaus, & Kurniadewi, 2018). Adapun dampak positif dari bermain media sosial *instagram*, namun apabila individu dalam memakai media sosial secara terus-menerus, maka media sosial ini dapat memberikan berbagai efek negatif. Adityaputry (dalam Martanatasha & Primadini, 2019) dampak negatif dari media sosial *instagram* seperti gangguan kecemasan sosial, adanya rasa tidak percaya diri, kesepian, gangguan pola makan, kecanduan, dan gangguan terhadap citra tubuh.

Fenomena yang sedang ramai yang dilakukan oleh individu-individu dalam media sosial *instagram* yaitu mengunggah foto serta maraknya pengeditan foto secara terus-menerus untuk mengejar validasi penampilan yang sempurna ataupun ideal yang tidak sesuai dengan aslinya. Berdasarkan hasil observasi dan *interview* yang sudah dilakukan oleh Azka, Firdaus, & Kurniadewi (2018) ketergantungan media sosial *instagram* membuat mahasiswa tidak bisa mengatur aktivitasnya dari media sosialnya dalam satu hari penuh, yang mengakibatkan rasa percaya diri yang rendah, merasa tidak puas terhadap fisiknya dan harga diri yang rendah.

Fenomena pemakaian sosial media juga ditemukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Setelah peneliti melakukan *preliminary research*, pada tanggal 8 Februari 2023 – 9 Februari 2023 didapatkan 48 mahasiswa dengan 43 mahasiswa (89,5%) mengakses media sosial setiap hari dengan rentang waktu 3-5 jam perharinya, 32 mahasiswa diantaranya (66,7%) sering mengakses media sosial *instagram*, namun 39 diantaranya (81,3%) jarang mengunggah konten (foto, video, atau *instastory*) pada media sosialnya, hal ini dikarenakan rasa kepercayaan diri yang rendah yang disebabkan citra tubuh yang rendah, mahasiswa merasa berat badan yang tidak ideal, bentuk wajah yang tidak simetris, berjerawat, merasa tidak *goodlooking*, bahkan takut dengan komentar orang lain. Oleh karena itu, sebanyak 13 mahasiswa (27%) belum dapat menerima ataupun bersyukur sepenuhnya dengan keadaan dirinya yang tidak sesuai dengan standar mereka.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Wardani, dkk (2015) menunjukkan bahwa *body image* yang rendah pada mahasiswa dengan presentase 74%. Fenomena dalam rendahnya *body image* juga dijelaskan dari hasil penelitian dilakukan oleh Andiyati (2016) menjelaskan bahwa citra tubuh mahasiswa berada pada kategori sedang dengan presentase 67,79%.

Standarisasi kecantikan muncul adanya idealisasi rupa perempuan di media dengan menampilkan bentuk ideal perempuan yang secara tidak sadar banyak perempuan menetapkan standar kecantikan (Nainggolan & Purwanti, 2017). Selain itu, standarisasi maskulinitas dilihat dari potongan rambut, bentuk wajah, hidung yang mancung, memiliki tubuh yang atletis (*sixpack*), tinggi, dan memiliki keberanian (Hadiani & Balqis, 2020). Ardani (dalam Gimon, Malonda, & Punuh, 2020) menyatakan pada keadaan ini banyak individu yang berfokus pada penampilannya dan sadar akan penilaian sosial terhadap bentuk tubuhnya atau *body image*. Latar belakang perkembangan *body image* di dasari oleh beberapa faktor, media sosial menjadi salah satunya. Berdasarkan dengan observasi yang dilaksanakan oleh Coen, et.al serta Barron, et.al (Zahra, Shanti, & Hutagalung, 2022) yang membuktikan bahwa adanya hubungan antara media sosial dengan ketidakpuasan terhadap citra tubuh. Selain itu, rasa ketidakpuasan terhadap *body image* dapat mengakibatkan adanya dorongan individu untuk mengubah bentuk tubuhnya atau penampilan mereka dikatakan oleh Javo dan Sorlie (dalam Aritonang, & Refaniel, 2022) banyak individu pada zaman sekarang tertarik untuk melakukan operasi wajah apabila individu tersebut tidak puas dengan citra tubuhnya, yang dikarenakan

kurangnya rasa syukur pada diri individu tersebut.

Citra tubuh ataupun *Body image* diartikan sebagai konsep diri individu pada rupa dari penampilan fisiknya. Menurut Cash (1994) *body image* adalah sebuah pengalaman yang di rasakan oleh individu terkait citra tubuh masing-masing, dan adanya perbuatan yang bertujuan pada suatu penilaian seseorang pada tubuhnya. Thompson (2000) memberi sebuah pernyataan bahwa citra tubuh diibaratkan dengan seseorang yang paham bahwa dirinya cukup secara keseluruhan pada bagian-bagian yang ada pada tubuhnya dan penampilan fisiknya. *Body image* yang dikemukakan oleh Rombe (Ramanda, Akbar, & Wirasti, 2019) merupakan suatu perasaan yang setiap orang memilikinya ialah rasa cukup dan tidak cukup pada citra tubuh atau bentuk tubuhnya yang mengakibatkan munculnya pandangan yang positif atau negative pada dirinya tersebut. Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasanya citra tubuh merupakan gambaran dari setiap orang dalam menilai sesuatu, mempersepsikan tampilan tubuh dirinya dan membandingkannya dengan penilaian dan persepsi individu lain terhadap tubuhnya.

Dalam istilah psikologi, kebersyukuran merupakan *gratitude*. Yang mana Al-Qur'an menjelaskan rasa syukur pada QS.Ibrahim ayat 7 "sesungguhnya jika kamu bersyukur, maka niscaya aku akan menambah (nikmat) kepadamu. Tetapi jika kamu mengingkari (nikmatku) maka pasti azabku sangat berat." (QS.Ibrahim ayat 7).

Rasa syukur atau *gratitude* menurut Emmons (2004) merupakan sebuah perasaan nyaman dan syukur sebagai bentuk respon dari atas penerimaan kebaikan yang mengarah pada pemahaman, pengakuan, dan tidak menyalahgunakan kebaikan dan memanfaatkan orang lain. Zahra, Shanti, & Hutagalung, (2022) menyatakan bahwa rasa syukur merupakan gambaran dari kesediaan untuk mengakui nilai pengalaman yang tidak adil dari seseorang dan telah dikonseptualisasikan sebagai emosi, kebijakan moral, sikap, sifat kepribadian, dan kebiasaan. Rasa syukur dikatakan berasal dari keadaan yang berbasis atribusi dan afektif-kognitif atas dasar emosional berdasarkan kapasitas empatik, yang berasal dari seseorang yang menilai manfaat yang diterima sebagai hasil positif. Bersyukur dapat dikategorikan sebagai sifat responsive dan ekspresif yang tidak cukup apabila hanya merasakan ketenangan dan ridho, sebab rasa syukur memerlukan sebuah ekspresi dan tindakan yang positif atas nikmat yang diberikan (Rusdi, 2016). Dapat disimpulkan bahwa rasa syukur atau *gratitude* didefinisikan sebagai sebuah keadaan dimana seseorang merasakan ketenangan, rasa terimakasih, dan perasaan yang menyenangkan sebagai bentuk ungkapan penerimaan kebaikan dan ekspresi dari sebuah tindakan yang baik.

Kepercayaan diri menurut Perry (Rombe, 2014) adalah keahlian untuk percaya terhadap karunia yang telah diberikan dirinya dengan perasaan yang positif mengenai hal yang dapat dikerjakan dan tidak mencemaskan suatu hal diluar kendali individu. Menurut Lina dan Klara (Pranoto, 2016) kepercayaan diri adalah bentuk dari kemampuan yang baik dari seseorang yang individu yang mampu

untuk berjuang untuk memberi nilai yang positif kepada dirinya maupun kepada lingkungannya. Menurut Lauster (2003) menyatakan jika percayaan diri adalah sebuah perilaku positif terhadap dirinya sendiri atas kemampuannya sehingga individu tidak merasakan kecemasan ketika individu melakukan suatu hal kegiatan, memiliki otoritas secara penuh untuk mengekspresikan kebahagiaan, dapat menghargai dan menerima sekitar, dan kemampuan intrapersonal yang mumpuni. Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri adalah sebuah keyakinan seseorang pada diri individu sendiri terhadap kemampuan yang dimiliki dengan menerima segala hal baik positif dan negative sehingga tidak ada rasa kecemasan dan keraguan dalam diri individu tersebut dalam melakukan sebuah tindakan.

Hasil dari penelitian terdahulu menyatakan bahwa rasa syukur dengan *body image* menunjukkan hasil nilai korelasi sebesar 0,306 dan nilai sig(p) sebesar $0.000 < 0.05$, maka dari penjelasan tersebut dapat simpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *gratitude* dengan citra tubuh (Bakan & Hapsari, 2022). Hubungan kepercayaan diri terhadap *body image* telah menjadi pokok bahasan penelitian sebelumnya oleh Andiyati (2016) berdasarkan hasil nilai korelasi sebesar 0,217 dan nilai sig(p) sebesar $0.005 < 0.05$.

Sesuai dengan fenomena permasalahan yang ada setelah pemaparan kajian sebelumnya. Pada penelitian terdahulu, sudah cukup banyak yang mengkaji tentang rasa syukur atau kepercayaan diri dengan *body image*. Namun, masih jarang yang mengaitkan secara bersama-sama antara rasa syukur dan kepercayaan diri dengan *body image* mahasiswa pengguna media sosial *instagram*. Maka dari itu, penelitian ini membahas tentang hubungan antara variabel rasa syukur dan kepercayaan diri secara bersama-sama dengan *body image*. Alasan dalam pemilihan subjek mahasiswa pengguna media sosial *instagram* dan pemilihan mahasiswa menjadi subjek karena pada penelitian sebelumnya, banyak yang membahas tentang *body image* remaja ataupun siswa. Sehingga, hal tersebut menjadi pembeda dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan rasa syukur dan kepercayaan diri terhadap *body image* mahasiswa pengguna sosial media *instagram*. Manfaat teoritis dalam penelitian dapat memberikan informasi dan pengetahuan bagi pembaca tentang bagaimana menilai citra tubuh (*body image*) yang positif sangat penting dengan meningkatkan rasa syukur dan kepercayaan diri tanpa membandingkan dirinya sendiri dengan hal yang ditunjukkan melalui sosial media. Sedangkan manfaat praktis (1) bagi mahasiswa agar dapat berupaya memiliki pandangan pada *body image* (citra tubuh) yang positif dengan meningkatkan rasa syukur dan kepercayaan dirinya, (2) untuk peneliti selanjutnya, yaitu hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pandangan dasar atau referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yang terkait dengan variabel yang sama. Hipotesis penelitian adalah adanya hubungan positif antara rasa syukur dan kepercayaan diri dengan *body image*.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi yang digunakan yaitu mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan media sosial *instagram*. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus Lemeshow, dkk (1990) didapatkan jumlah 96,04 responden, yang kemudian peneliti bulatkan menjadi 100 responden. Pembulatan dilakukan karena subjek tujuan yang digunakan dalam lingkup besar. Teknik pengambilan sampel menggunakan jenis *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengambilan data dengan menggunakan link *google form* yang disebar luaskan secara online, sehingga mampu diakses diberbagai fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Instrumen penelitian ini menggunakan skala rasa syukur, skala kepercayaan diri, dan skala *MBSRQ-AS*. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel rasa syukur dan variabel kepercayaan diri dengan variabel *body image*. Proses analisis data menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 25 for windows*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mendapatkan sampel lebih dari 100 yaitu sebanyak 120 mahasiswa/i dan peneliti menggunakan semuanya. Karakteristik demografi responden terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Data demografi responden

Kategori	F	Presentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	89	74,1
Laki-laki	31	25,9
Usia		
18 tahun	2	1,6
19 tahun	10	8,3
20 tahun	27	22,6
21 tahun	49	40,8
22 tahun	21	17,6
23 tahun	8	6,6
24 tahun	3	2,5
Fakultas		
Fakultas Teknik	15	12,6
Fakultas Psikologi	29	24,4
Fakultas Hukum	5	4,1
Fakultas Agama Islam	8	6,6
Fakultas Ekonomi dan Bisnis	18	15
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	9	7,5
Fakultas Farmasi	3	2,5
Fakultas Ilmu Kesehatan	10	8,3
Fakultas Kedokteran	7	5,8
Fakultas Kedokteran Gigi	2	1,6
Fakultas Komunikasi dan Informatika	12	10
Fakultas Geografi	2	1,6
Total	120	100

Pada tabel diatas dapat diketahui responden berdasarkan jenis kelamin memiliki perbedaan jumlah yang signifikan. Responden perempuan dua kali lebih banyak dari responden laki-laki. Responden perempuan berjumlah 74,1% sedangkan laki-laki berjumlah 25,9%. Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 21 tahun dengan jumlah 40,8%, kemudian usia 20 tahun berjumlah 22,6%, usia 22 tahun berjumlah 17,6% dan responden dengan jumlah paling sedikit berusia 18 tahun berjumlah 1,6%. Berdasarkan kategori fakultas, mayoritas responden berasal dari fakultas psikologi sebanyak 24,4% kemudian fakultas ekonomi dan bisnis sebanyak 15%, fakultas teknik 12,6%, fakultas komunikasi dan informatika 10% dan fakultas kedokteran gigi dan fakultas geografi sebanyak 1,6%.

3.1 Uji Asumsi

Uji asumsi pada penelitian ini yaitu uji normalitas yang menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Uji	Variabel	Hasil	Keterangan
<i>One Kolmogorov-Smirnov</i>	Rasa syukur, kepercayaan diri, <i>body image</i>	Nilai <i>Asymp. Sig (2-tailed)</i> 0,200 ($p > 0,05$)	Normal

Berdasarkan hasil, didapatkan nilai *Asymp.sig* 0,200 yang mana diatas 5% ($p \geq 0,05$). Hal ini mengartikan bahwa data terdistribusi secara normal dan dapat dikatakan memenuhi syarat uji normalitas.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Linearity		Deviation From Linearity		Keterangan
	F	Sig.	F	Sig.	
Rasa syukur dengan <i>Body Image</i>	24.932	.000	.895	.650	Linear
Kepercayaan diri dengan <i>Body Image</i>	37.890	.000	1.640	.037	Linear

Hasil dari uji linearitas, variabel rasa syukur memperoleh nilai F linier sebesar 24,932 dengan *sig* 0,000 ($< 0,05$) dan deviation linierity F = 0,895 dengan *sig* 0,650 ($> 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel rasa syukur dengan body image berhubungan linear. Pada variabel kepercayaan diri dengan body image memperoleh nilai F linier 37,890 dengan *sig* 0,000 ($< 0,05$) dan deviation linierity F = 1,640 dengan *sig* 0,037 ($< 0,05$), maka dapat diartikan bahwa antara kepercayaan diri dengan body image berhubungan linear.

3.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	sig	Hasil	Keterangan
Mayor	Rasa syukur, kepercayaan diri, <i>body image</i>	0,000	Nilai R = 0,486 dengan <i>sig</i> (1-tailed) 0,000 ($p < 0,05$)	Berhubungan
Minor 1	Rasa syukur dengan <i>body image</i>	0,000	Nilai (r) = 0,425 dengan <i>sig</i> (1-tailed) 0,000 ($p < 0,05$)	Ada hubungan positif yang signifikan
Minor 2	Kepercayaan diri dengan <i>body image</i>	0,000	Nilai (r) = 0,463 dengan <i>sig</i> (1-tailed) 0,000 ($p < 0,05$)	Ada hubungan positif yang signifikan

Berdasarkan hasil yang telah dianalisis menggunakan regresi berganda, korelasi variabel rasa syukur dan kepercayaan diri dengan *body image* memiliki nilai R = 0,486 dan *sig* 0,000 ($p < 0,05$) sehingga terdapat hubungan variabel rasa syukur dan kepercayaan diri dengan *body image*. Hasil penelitian tersebut sesuai faktor yang mempengaruhi *body image* menurut Homman, dkk (2014) yaitu, orang tua, jenis kelamin, hubungan interpersonal, dan *gratitude*. Dan Thompson (2000) mengatakan konsep diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *body image*, kepercayaan diri termasuk dalam aspek konsep diri yaitu gambaran individu terhadap *body image*nya atau bagaimana seseorang dalam memandang dirinya sendiri.

Hasil uji hipotesis parsial variabel rasa syukur dan variabel *body image* menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan dengan *sig* 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai (r) sebesar 0,425. Hubungan positif yang diperoleh dari hasil analisis uji parsial (t-test) variabel rasa syukur t-hitung 1,824 > t-tabel 1,657. Hal ini mengartikan bahwa hubungan rasa syukur dengan *body image* mahasiswa pengguna media sosial *instagram* semakin tinggi rasa syukur mahasiswa maka semakin tinggi *body image*nya mahasiswa pengguna media sosial *instagram*. Begitu juga sebaliknya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Shanti, Zahra (2022) salah satu faktor *body image* yaitu *gratitude* atau rasa syukur, dimana seseorang akan lebih bisa menerima, mencintai dirinya dan memiliki rasa kepercayaan diri dalam menjalin hubungan interpersonal dengan orang lain. Seseorang dengan rasa syukur yang tinggi, kebanyakan menjadi seseorang yang optimis termasuk pada tubuhnya (Setiadi, 2016). Hal ini didukung pernyataan Garagthy (dalam Shabira & Uyun, 2023) bahwa rasa syukur merupakan sifat positif yang membawa individu merasa sejahtera, dimana rasa syukur dapat membantu menurunkan stress dan depresi saat mengalami perubahan dalam hidup termasuk dalam perubahan bentuk tubuh yang dialami oleh individu. Berdasarkan pernyataan Cash (dalam Sumanty, Sudirman & Puspasari, 2018) bahwa *body image* bukan sebuah konsep yang stabil, tetapi dapat mengalami perubahan melalui hubungan interpersonal. Pada saat ini, terdapat media sosial yang menilai kecantikan bersifat subyektif dan berbeda-beda karena kecantikan yang dilihat berdasarkan fisiknya yang mengakibatkan individu tidak akan pernah puas dan mencapai standar ideal yang ditetapkan. Di era digital ini, komparasi sosial dan paparan media sosial, termasuk *instagram* menjadi salah satu faktor dalam

perkembangan rasa syukur dan citra tubuh (Shanti & Zahra, 2022).

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pengguna media sosial *instagram* mayoritas memiliki tingkat kebersyukuran yang tinggi dikarenakan memiliki keyakinan dan nilai-nilai agama yang kuat. Hal ini diasumsikan adanya tambahan ilmu tentang keagamaan yang berdampingan dengan ilmu lain terkait dengan masing-masing jurusan yang dipilih. Hal ini didukung pernyataan Ahmad (dalam Sumanty, Sudirman & Puspasari, 2018) bahwa hukum islam mengandung nilai-nilai fitriyah yang kekal dan berdasarkan pada nilai-nilai yang kuat tidak berubah ataupun diubah yaitu al-qur'an dan as-sunnah. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Hapsari & Bakan (2022) menunjukkan hasil korelasi antara variabel *gratitude* dengan citra tubuh $r = 0,306$ dengan $p = 0,000 < 0,05$, maka dari penjelasan tersebut dapat dikatakan rasa syukur berhubungan positif dengan *body image* pada remaja putri di Kabupaten Alor.

Pada hasil uji hipotesis parsial variabel kepercayaan diri dengan *body image* diperoleh nilai (r) 0,463 dan *sig (1-tailed)* 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan positif yang signifikan. Hubungan positif yang diperoleh dari hasil analisis uji parsial (t-test) variabel kepercayaan diri t-hitung 2,937 > t-tabel 1,657. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Thompson (2000) yaitu konsep diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *body image*, kepercayaan diri termasuk dalam aspek konsep diri yaitu gambaran individu terhadap *body image*nya atau bagaimana seseorang dalam memandang dirinya sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasa percaya diri mahasiswa yang menggunakan media sosial *instagram* maka diikuti semakin tinggi *body image*nya. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri mahasiswa yang menggunakan media sosial *instagram* semakin rendah *body image*nya. Pada kepercayaan diri terdapat pengaruh yang kuat yaitu penampilan fisik yang dilandasi dari cara individu melihat kondisi fisik seperti berat badan yang mereka miliki, bentuk tubuh dan cara individu menilai fisik mereka serta bagaimana standar tubuh yang mereka inginkan (Ifdil, Denich, & Ilyas, 2017). Hal ini di dukung pernyataan Wati & Hartini (2019) bahwa percaya diri menjadi aspek penting dalam kepribadian individu. Sejalan dengan pernyataan Centi (dalam Kurniawan, Noviekayati, & Rina, 2023) bahwa seseorang yang merasa puas dengan kondisi fisiknya dan penampilan seluruhnya lebih percaya diri daripada seseorang yang tidak puas dan tidak menerima bentuk tubuhnya.

Menurut Sudarji (dalam Kurniawan, Noviekayati, & Rina, 2023) mengatakan bahwa individu memiliki kekurangan dan kelemahan dalam fisiknya apabila dipersepsikan secara negatif akan menghilangkan rasa kepercayaan dirinya. Individu yang memandang bentuk fisiknya tidak ideal maupun menilai wajahnya yang kurang menarik, merasa tubuhnya terlalu gemuk ataupun kurus, mereka akan fokus terhadap bentuk tubuhnya yang menimbulkan *body image* negatif dan berakibat tidak memiliki kepercayaan diri. Hal ini sesuai dengan pernyataan Harter (dalam Andiyati, 2016) bahwa kondisi fisik sangat berkorelasi erat dengan rasa kepercayaan diri. Pada penelitian ini didukung

oleh penelitian Wati & Hartini (2019) yang menunjukkan hasil korelasi antara variabel kepercayaan diri dengan *body image* r sebesar 0,365 dengan $p = 0,000 < 0,05$ yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri dengan *body image*.

3.3 Sumbangan Efektif

Sumbangan efektif yang digunakan untuk mengetahui sumbangan yang diberikan variabel bebas dengan variabel terikat. Tabel sumbangan efektif pada berikut ini :

Table 5. Sumbangan Efektif

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi	R Square (%)	Variabel	Sumbangan Efektif
X1	0,202	0,425	23,7	XI dengan Y	8,6%
X2	0,325	0,463		X2 dengan Y	15,1%
Jumlah			23,7%		23,7%

Penelitian ini menunjukkan hasil sumbangan efektif sebesar 23,7% dengan variabel rasa syukur sebesar 8,6% sedangkan variabel kepercayaan diri sebesar 15,1% dengan aspek penyumbang terbesar yang berasal dari variabel kepercayaan diri yaitu aspek realistis dan rasional sebesar 6,6%. Sedangkan 76,3% disumbangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal tersebut sesuai dengan Shanti & Zahra (2022) bahwa salah satu faktor *body image* yaitu *gratitude* atau rasa syukur. Sedangkan, menurut Thompson (2000) yaitu konsep diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *body image*, kepercayaan diri termasuk dalam aspek konsep diri. Dengan demikian dapat menjelaskan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *body image* mahasiswa pengguna media sosial *instagram* yaitu rasa syukur dan kepercayaan diri. Berdasarkan hasil dapat diketahui bahwa variabel rasa syukur memberikan sumbangan efektif lebih kecil terhadap *body image* mahasiswa pengguna media sosial *instagram* dibandingkan variabel kepercayaan diri.

3.4 Kategorisasi Penelitian

Pada hasil penelitian ini menunjukkan variabel rasa syukur memiliki RE yaitu 105,49 dan RH sebesar 81. Maka dijelaskan $RE > RH$ yang berarti rasa syukur mahasiswa pengguna media sosial *instagram* mayoritas berkategori tinggi. Pada variabel kepercayaan diri, mendapatkan nilai rerata empirik (RE) yaitu 72,28 dan nilai rerata hipotetik (RH) yaitu 54. Maka dijelaskan bahwa $RE > RH$ yang berarti kepercayaan diri mahasiswa pengguna media sosial *instagram* mayoritas berkategori sangat tinggi. Pada variabel *body image*, mendapatkan nilai RE yaitu 66,18 dan nilai RH yaitu 54. Maka dijelaskan bahwa $RE > RH$ yang berarti *body image* mahasiswa pengguna media sosial *instagram* mayoritas tergolong tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pengguna media sosial *instagram* memiliki kategori tinggi pada rasa syukur dan *body image*, serta kategori sangat tinggi pada kepercayaan diri.

Keterbatasan dan kelemahan penelitian adalah validitas skala tergolong rendah, sehingga peneliti menurunkan standar validitas yang bisa saja mempengaruhi hasil penelitian. Selain itu,

penyebaran data menggunakan *google form* secara *online*, yang membuat peneliti tidak secara langsung dapat bertemu responden sehingga apabila terdapat responden yang kebingungan terkait pernyataan tidak dapat langsung bertanya.

4. PENUTUP

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat ditarik kesimpulan terdapat hubungan yang signifikan antara rasa syukur dan kepercayaan diri dengan *body image*. Selanjutnya, baik antara rasa syukur dengan *body image* maupun antara kepercayaan diri dengan *body image* mahasiswa pengguna media sosial *instagram* terdapat hubungan positif dan signifikan

Berdasarkan analisis data, dalam penelitian ini menghasilkan sumbangan efektif sebesar 23,7%, sumbangan dari variabel rasa syukur sebesar 8,6% dan sumbangan dari kepercayaan diri sebesar 15,1%, sedangkan 76,3% berhubungan dengan variabel yang tidak diteliti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sumbangan dari variabel rasa syukur lebih kecil dari variabel kepercayaan diri dengan *body image* mahasiswa pengguna media sosial *instagram*.

Saran untuk mahasiswa yaitu untuk dapat mempertahankan rasa syukur dengan mengimplementasikan rasa penerimaan diri seperti bersyukur terhadap bentuk tubuh yang dimiliki. Serta, mempertahankan kepercayaan dirinya dengan cara membangun pola pikir yang positif dan tidak membandingkan dirinya dengan orang lain sehingga mampu mempertahankan *body image* yang lebih positif baik secara di kehidupan nyata maupun di sosial media.

Saran untuk peneliti lain yaitu untuk mampu mempertimbangkan variabel yang digunakan dalam variabel bebasnya, karena dari penelitian ini sumbangan efektif yang didapatkan hanya sebesar 23,7% yang berarti 76,3% masih ada dalam variabel lain. Apabila ingin menggunakan variabel yang sama, untuk meningkatkan standar validitasnya sebesar $> 0,3$.

DAFTAR PUSTAKA

- Andiyati, A. D. W. (2016). Hubungan antara *body image* dengan kepercayaan diri siswa kelas X di SMA Negeri 2 Bantul. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 5(4).
- Aritonang, N. N., & Refaniel, S. P. (2022). Hubungan Gratitude Dengan *Body Image* Pada Remaja Putri Di Medan. *Jurnal Stindo Profesional*, 8(1), 110-120.
- Azka, F., Firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan sosial dan ketergantungan media sosial pada mahasiswa. *Psymphathic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201-210.
- Cash, T. F. (1994). *Body Image Attitudes : Evaluation, Investment and Affect : Perceptual Motor Skills*. *Journal of psychology*, (78), 1168-1170.
- Datareportal. (2022). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia> diakses tanggal 22 September 2022

- Datareportal. (2022). <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report> diakses tanggal 22 September 2022
- Emmons, R. A., & McCullough, M. E. (Eds.). (2004). *The psychology of gratitude*. New York: Oxford University Press.
- Gimon, N. K., Malonda, N. S., & Punuh, M. I. (2020). Gambaran Stres Dan Body Image Pada Mahasiswa Semester VI Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas SAM Ratulangi Selama Masa Pandemi Covid-19. *KESMAS*, 9(6).
- Hadiani, S. N., & Balqis, P. (2020). Representasi Maskulinitas dan Tubuh Lelaki Ideal dalam Iklan Susu L-Men. *Jurnal Audiens*, 1(2), 221-228.
- Hapsari, E. W., & Bakan, L. N. (2022). Hubungan Antara Gratitude Dengan Citra Tubuh Pada Remaja Putri di Kabupaten Alor. *EXPERIENTIA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 10(1), 46-60.
- Homan, K. J., Sedlak, B. L., & Boyd, E. A. (2014). Gratitude buffers the adverse effect of viewing the thin ideal on body dissatisfaction. *Body Image*, 11(3), 245-250.
- Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2017). Hubungan body image dengan kepercayaan diri remaja putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(3), 107-113.
- Kurniawan, A., Noviekayati, I. G. A. A., & Rina, A. P. (2023). Hubungan Body Image Dengan Kepercayaan Diri Pada Korban Body Shaming Pengguna Instagram. *Psikosains: Jurnal Penelitian dan Pemikiran Psikologi*, 18(1), 1-9.
- Lauster, P. (2003). *Tes Kepribadian* (alih bahasa: D. H. Gulo). Jakarta: Bumi Aksara.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). Adequacy of sample size in health studies. New York: John Wiley & Sons.
- Martanatasha, M., & Primadini, I. (2019). Relasi Self-Esteem dan Body Image dalam Terpaan Media Sosial Instagram. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 158-172.
- Nainggolan, E., & Purwanti, R. (2017). Penyesuaian Bahaya Standarisasi Kecantikan Pada Iklan Kosmetik Melalui Iklan Layanan Masyarakat.
- Ramanda, R., Akbar, Z., & Wirasti, R. M. K. (2019). Studi kepustakaan mengenai landasan teori body image bagi perkembangan remaja. *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 5(2), 121-135.
- Ridha, M. (2012). Hubungan antara body image dengan penerimaan diri pada mahasiswa Aceh di Yogyakarta. *Jurnal empathy*, 1(1), 111-121.
- Rusdi, A. (2016). Syukur dalam psikologi islam dan konstruksi alat ukurnya. *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*, 2(2), 37-54.
- Rombe, S. (2014). Hubungan body image dan kepercayaan diri siswa dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Journal Psikologi*, 2(1).
- Shabira, F., & Uyun, Q. (2023). Harga Diri dan Kebersyukuran Sebagai Prediktor Citra Tubuh pada Remaja Perempuan Penggemar K-pop. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 28(1).
- Setiadi, I. (2016). *Psikologi positif: Pendekatan saintifik menuju kebahagiaan*. Gramedia Pustaka Utama.

- Sumanty, D., Sudirman, D., & Puspasari, D. (2018). Hubungan religiusitas dengan citra tubuh pada wanita dewasa awal. *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya*, 1(1), 9-28.
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan media sosial oleh digital native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 47-60.
- Thompson, J.K. (2000). *Body Image, Eating Disorders, and Obesity*. American Psychological Association Washington, DC.
- Wati, I., & Hartini, S. (2019). Kepercayaan diri ditinjau dari body image pada siswi kelas X SMA. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 13(1), 01-12.
- Wardani, D. A. K., Huriyati, E., Mustikaningtyas, M., & Hastuti, J. (2015). Obesitas, body image, dan perasaan stres pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 11(4), 161.
- Zahra, A. C. A., Shanti, P., & Hutagalung, F. D. (2022). The Influence of Gratitude on Body Image Among Male Adolescents. *KnE Social Sciences*, 11-25.

