



Hubungan Antara *Self-Esteem* dan *Body Image* Pada Remaja Yang Aktif di Media Sosial

Mevina Revi Merista¹, Margaretta Erna Setianingrum¹

¹ Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Indonesia

*Corresponding author email: mevinarevimerista3120@gmail.com

Article Info

Article history:

Received April 23, 2026

Approved August 15, 2026

Keywords:

Body image, Social media, Social psychology, Adolescents, Self-esteem

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between self-esteem and body image among adolescents who are active users of social media. The main focus is to determine how levels of self-esteem influence individuals' perceptions of their bodies within the context of digital media exposure that promotes idealized beauty standards. This research employed a quantitative correlational design involving 145 adolescents aged 18–22 years who actively use social media. The sampling technique used was purposive sampling. Data were collected using the Self-esteem Scale (16 items, $\alpha = .953$) and the Body Image Scale (34 items, $\alpha = .979$). Data analysis was conducted using the Spearman Rank correlation test with SPSS software. The results revealed a positive and significant correlation between self-esteem and body image ($r = .940$; $p = .000$). Most participants had high self-esteem (5.3%) and moderate body image (64.1%), indicating that higher self-esteem contributes to a more positive body image among adolescents. These findings highlight the importance of psychosocial interventions focusing on self-esteem enhancement, such as self-acceptance counseling and digital literacy training, to mitigate the negative effects of social media on adolescents' body image. This study contributes to the social psychology literature by providing empirical evidence on the relationship between self-esteem and body image within the collectivist cultural context of Indonesian adolescents.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja yang aktif menggunakan media sosial. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana tingkat harga diri memengaruhi persepsi tubuh individu dalam konteks paparan media digital yang menampilkan standar kecantikan ideal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan partisipan sebanyak 145 remaja berusia 18–22 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive *sampling*. Data dikumpulkan melalui skala *Self-esteem* (16 item, $\alpha = 0,953$) dan skala *Body Image* (34 item, $\alpha = 0,979$). Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi *Spearman Rank* melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara *self-esteem* dan *body image* ($r = 0,940$; $p = 0,000$). Mayoritas partisipan memiliki *self-esteem* tinggi (50,3%) dan *body image* sedang (64,1%), yang menandakan bahwa peningkatan harga diri berkontribusi terhadap persepsi tubuh yang lebih positif. Temuan ini menegaskan pentingnya intervensi psikososial berbasis peningkatan *self-esteem*, seperti konseling penerimaan diri dan pelatihan literasi digital, untuk mencegah dampak negatif media sosial terhadap citra tubuh remaja. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris terhadap literatur psikologi sosial dengan menyoroti dinamika hubungan antara *self-esteem* dan *body image* dalam konteks budaya Indonesia yang kolektif.

Copyright © 2026, The Author(s).
This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Merista, M. R., & Setianingrum, M. E. (2026). Hubungan Antara *Self-Esteem* dan *Body Image* Pada Remaja Yang Aktif di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 7(3), 2775–2785. <https://doi.org/10.55681/jige.v7i3.6181>

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan fase transisi penting dari kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai oleh perubahan fisik, kognitif, dan emosional sebagaimana dijelaskan oleh Safitri et al. (2022). Rentang usia remaja menurut Santrock (2007) dimulai sekitar 10–13 tahun hingga 18–22 tahun. Pada fase ini, remaja kerap menghadapi kesulitan dalam mengontrol emosi, mudah merasa kecewa, rendah diri, dan tidak puas terhadap diri sendiri. Temuan Hoirunnisa et al. (2025) menunjukkan adanya hubungan signifikan antara konsep diri dan penerimaan perubahan fisik pada remaja putri di masa pubertas, yang menegaskan bahwa perubahan fisik seperti fluktuasi berat badan, munculnya jerawat, dan pertumbuhan tinggi badan berpengaruh terhadap cara pandang individu terhadap tubuhnya atau *body image*. Dalam konteks modern, media sosial seperti Instagram dan TikTok memperkuat fenomena ini karena sering menampilkan standar tubuh ideal yang tidak realistis, sehingga mendorong remaja melakukan perbandingan sosial yang pada akhirnya dapat menurunkan *self-esteem*.

Remaja yang aktif di media sosial memiliki karakteristik khusus, terutama intensitas paparan terhadap standar kecantikan global yang tinggi dan kecenderungan melakukan *upward comparison*. Hal ini didukung oleh temuan Danielsen et al. (2024) yang menunjukkan bahwa aktivitas berbasis penampilan di media sosial berkaitan dengan meningkatnya ketidakpuasan tubuh dan rendahnya *self-esteem*. Secara konseptual, *body image* menurut Cash (2012) adalah cara individu memandang, merasakan, dan bertindak terhadap penampilan fisiknya, sedangkan Cash dan Smolak (2011) menekankan bahwa *body image* terbentuk dari pengalaman dan proses psikologis yang memengaruhi evaluasi individu terhadap tubuhnya. Ketika remaja merasa tubuhnya tidak sesuai dengan standar ideal yang ditampilkan, muncul ketidakpuasan yang berdampak pada identitas diri, kepercayaan diri, dan kesehatan mental.

Secara global, tingkat ketidakpuasan terhadap *body image* cukup tinggi, seperti di Brazil yang berkisar antara 19,5% hingga 45%, serta di Addis Ababa, Ethiopia sebesar 51,6%. Dampaknya dapat serius, meliputi rendahnya harga diri, penarikan sosial, depresi, pola makan tidak sehat, hingga perilaku ekstrem seperti penggunaan obat, operasi plastik, bahkan kecenderungan menyakiti diri atau bunuh diri, sebagaimana dijelaskan oleh Perloff (2014) serta Levine & Murnen (2009). Di Indonesia, fenomena ini juga nyata, di mana Safitri et al. (2022) menemukan hubungan antara *body image* dan kepercayaan diri, Maharani (2022) menunjukkan hubungan signifikan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja putri pengguna Instagram, serta Ifdil et al. (2024) mengungkapkan banyaknya remaja putri yang mengalami ketidakpuasan terhadap penampilan fisik yang berdampak pada kesejahteraan psikologis.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi *body image* adalah *self-esteem*, selain perbandingan sosial, pengaruh keluarga, dan hubungan sosial sebagaimana dikemukakan oleh Melliana (2006 dalam Ramanda et al., 2019). *Self-esteem* dipilih sebagai fokus karena merupakan faktor internal yang berkaitan langsung dengan penilaian individu terhadap dirinya, termasuk persepsi terhadap penampilan fisik. Individu dengan *self-esteem* tinggi cenderung memiliki *body image* positif, mampu menerima diri, dan tidak mudah terpengaruh standar eksternal, sedangkan individu dengan *self-esteem* rendah lebih rentan terhadap evaluasi negatif dan perbandingan sosial. Hal ini sejalan dengan temuan Van den Berg et al.

(2010) yang menunjukkan hubungan signifikan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja.

Namun demikian, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan variasi temuan. Suhardian & Qodariah (2022) menemukan bahwa *self-esteem* berpengaruh signifikan terhadap *body image* pada remaja putri pengguna TikTok di Bandung, sementara Asanoh (2024) di Universitas Ghana menemukan hubungan yang sangat lemah dan tidak signifikan. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara *self-esteem* dan *body image* masih memerlukan kajian lebih lanjut, khususnya pada remaja yang aktif di media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja pengguna aktif media sosial. Berdasarkan kerangka berpikir yang telah diuraikan di bagian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Terdapat hubungan antara *self-esteem* dengan *body image* pada remaja yang aktif di media sosial”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berlandaskan filsafat positivisme, yaitu menekankan pada data empiris, pengambilan sampel secara acak, penggunaan instrumen objektif, serta analisis statistik untuk menguji hipotesis, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2022). Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif korelasional, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel tanpa memberikan perlakuan atau intervensi, sehingga penelitian ini difokuskan pada hubungan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja yang aktif di media sosial.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (X) yaitu *self-esteem* dan variabel terikat (Y) yaitu *body image*. *Body image* didefinisikan sebagai cara individu memandang, menilai, dan merasakan tubuhnya yang dipengaruhi oleh standar ideal, pengalaman, dan lingkungan sosial, sedangkan *self-esteem* merupakan penilaian individu terhadap nilai dirinya, termasuk penerimaan terhadap kelebihan dan kekurangan serta perasaan dihargai dalam lingkungan sosial.

Populasi penelitian adalah remaja akhir yang aktif menggunakan media sosial. Menurut Sugiyono (2022), populasi merupakan wilayah generalisasi dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti. Sampel penelitian adalah remaja usia 18–22 tahun yang aktif di media sosial dan berdomisili di Jawa Tengah, yang dipilih karena kemudahan akses serta representasi fenomena. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, seperti penggunaan media sosial minimal dua jam per hari dan memiliki akun seperti Instagram atau TikTok, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2022).

Pengukuran variabel *body image* menggunakan skala MBRSQ-AS yang diadaptasi dari penelitian Maharani (2022) dengan reliabilitas sebesar .914, berdasarkan aspek dari Cash dan Pruzinsky (2002) yang meliputi evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan terhadap kegemukan, dan pengkategorian berat badan. Skala ini terdiri dari 34 item dengan model Likert empat pilihan. Sementara itu, *self-esteem* diukur menggunakan skala SLCS yang dimodifikasi dari Asyifa (2019) dengan reliabilitas .887, berdasarkan aspek Tafarodi dan Swann (2001) yaitu *self-liking* dan *self-competence*, terdiri dari 16 item dengan skala Likert empat pilihan.

Analisis data menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dari Karl Pearson untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel, dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Sebelum uji hipotesis dilakukan, terlebih dahulu diuji asumsi normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria signifikansi $(p) > .05$, serta uji linearitas melalui analisis ANOVA dengan kriteria $(p) < .05$. Setelah asumsi terpenuhi, hipotesis diuji menggunakan korelasi Pearson, di mana hasil dinyatakan signifikan apabila nilai $(p) < .05$, yang menunjukkan adanya hubungan antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja pengguna media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 145 remaja akhir yang aktif menggunakan media sosial, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti. Teknik ini digunakan karena tidak seluruh populasi memenuhi karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, terutama terkait tingkat keaktifan di media sosial dan rentang usia remaja akhir. Adapun kriteria inklusi yang ditetapkan meliputi usia 18 hingga 22 tahun serta berdomisili di Jawa Tengah, sehingga partisipan yang terlibat benar-benar merepresentasikan kelompok remaja yang berpotensi mengalami dinamika psikologis terkait *self-esteem* dan *body image*, sementara individu yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak diikutsertakan dalam analisis.

Berdasarkan distribusi usia, dari total 145 partisipan, terdapat 16 orang (11,0%) berusia 18 tahun, 18 orang (12,4%) berusia 19 tahun, 62 orang (42,8%) berusia 20 tahun, 32 orang (22,1%) berusia 21 tahun, dan 17 orang (11,7%) berusia 22 tahun. Data ini menunjukkan bahwa partisipan didominasi oleh usia 20 tahun dengan persentase terbesar, sedangkan usia lainnya memiliki distribusi yang relatif merata dalam kisaran 11% hingga 22%. Secara keseluruhan, sebaran ini mencerminkan bahwa mayoritas partisipan berada pada fase remaja akhir yang aktif dan produktif dalam penggunaan media sosial, sehingga sesuai dengan karakteristik yang menjadi fokus penelitian.

Hasil Penelitian

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 1. Kategori Body image

Kategori	Kriteria		Persentase
Rendah	$X < M - 1 \text{ SD}$	$X < 84.7$	19.3% (28 responden)
Sedang	$M - 1 \text{ SD} \leq X < M + 1 \text{ SD}$	$84.7 \leq X < 113.8$	64.1% (93 responden)
Tinggi	$X \geq M + 1 \text{ SD}$	$X \geq 113.8$	16.6% (24 responden)
Minimum	52		
Maximum	129		
Mean	107.74		
SD	23.046		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel *Body image* pada 145 partisipan, diperoleh nilai minimum sebesar 52, nilai maksimum 129, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 107,74 dan standar deviasi sebesar 23,046. Berdasarkan hasil tersebut, dilakukan klasifikasi partisipan ke dalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi, dengan menggunakan rumus interval berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi. Kriteria pengelompokan ditetapkan sebagai berikut: kategori rendah untuk skor *Body image* $< 84,7$, kategori sedang untuk skor $84,7 \leq X < 13.8$, dan kategori tinggi untuk skor ≥ 13.8 .

Hasil distribusi menunjukkan bahwa partisipan dengan *Body image* kategori rendah berjumlah 28 orang (19,3%), *Body image* kategori sedang berjumlah 93 orang (64,1%), dan *Body image* kategori tinggi berjumlah 24 orang (16,6%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas partisipan berada pada kategori sedang.

Tabel 2. Kategori Self-esteem

Kategori	Kriteria		Persentase
Rendah	$X < M - 1 \text{ SD}$	$X < 4.14$	25.5% (37 responden)
Sedang	$M - 1 \text{ SD} \leq X < M + 1 \text{ SD}$	$4.14 \leq X < 61.84$	24.2% (35 responden)
Tinggi	$X \geq M + 1 \text{ SD}$	$X \geq 61.84$	5.1% (73 responden)
Minimum	20		
Maximum	63		
Mean	5.99		
SD	1.851		

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel *Self-esteem* pada 145 partisipan, diperoleh nilai minimum sebesar 2, nilai maksimum 63, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 5.99 dan standar deviasi sebesar 1.851. Berdasarkan hasil tersebut, dilakukan pengelompokan tingkat *self-esteem* ke dalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi, dengan menggunakan batasan interval berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi. Adapun kriteria pengelompokannya ditetapkan sebagai berikut: kategori rendah untuk skor *Self-esteem* < 4.14 , kategori sedang untuk skor $4.14 \leq X < 61,84$, dan kategori tinggi untuk skor $\geq 61,84$.

Hasil distribusi menunjukkan bahwa partisipan dengan *Self-esteem* kategori rendah berjumlah 37 orang (25,5%), *Self-esteem* kategori sedang berjumlah 35 orang (24,1%), dan *Self-esteem* kategori tinggi berjumlah 73 orang (5.3%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas partisipan memiliki *self-esteem* pada kategori tinggi.

Uji Daya Diskriminasi Item *Body image*

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel *Item-Total Statistics*, diketahui bahwa seluruh *item* pada skala *Body image* memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* yang berada dalam rentang .637 hingga .835. Nilai tersebut menunjukkan bahwa semua *item* memiliki korelasi positif yang kuat dengan skor total skala dan telah melampaui ambang batas minimum yang ditetapkan oleh Azwar (2021), suatu *item* dinyatakan memiliki daya

diskriminasi yang baik saat nilai korelasi *item*-total terkoreksi lebih besar dari .3. Dengan demikian, tidak terdapat *item* yang gugur dalam proses uji daya diskriminasi ini, dan seluruh 34 *item* dinyatakan layak karena mampu mengukur konstruk *Body image* secara konsisten dan representatif.

Self-esteem

Berdasarkan hasil analisis yang tersaji pada tabel *Item-Total Statistics*, diketahui bahwa nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada skala *Self-esteem* berada dalam rentang .528 hingga .785. Seluruh nilai korelasi berada di atas ambang batas minimum yang ditetapkan oleh Azwar (2021), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua *item* memiliki daya diskriminasi yang memadai. Dengan demikian, tidak terdapat *item* yang gugur dalam uji ini, dan seluruh 16 *item* dinyatakan layak. Dengan demikian, *item-item* yang lolos uji dapat dipastikan memiliki daya diskriminasi yang baik sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Reliabilitas

Body image

Tabel 3. Uji Reliabilitas *Body image*

Cronbach's Alpha	N of Items
.979	34

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan terhadap skala *Body image* yang terdiri dari 34 *item* setelah melalui proses uji daya diskriminasi. Hasil perhitungan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* menunjukkan nilai sebesar .979. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Azwar (2021), suatu instrumen penelitian dinyatakan memiliki reliabilitas yang sangat baik saat nilai *Cronbach's Alpha* $\geq .7$. Dengan demikian, nilai reliabilitas sebesar .979 menunjukkan bahwa skala *Body image* memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi, artinya setiap *item* dalam skala tersebut saling berkorelasi positif dan mengukur konstruk yang sama secara konsisten.

Self-esteem

Tabel 4. Uji Reliabilitas *Self-esteem*

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	16

Uji reliabilitas dilakukan terhadap skala *Self-esteem* yang terdiri dari 16 *item* setelah melalui proses uji daya diskriminasi. Berdasarkan hasil analisis menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, diperoleh nilai reliabilitas sebesar .953. Mengacu pada kriteria yang dikemukakan oleh Azwar (2021), suatu instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang baik saat nilai *Cronbach's Alpha* $\geq .7$. Oleh karena itu, nilai reliabilitas sebesar .953 menunjukkan bahwa skala *Self-esteem* memiliki konsistensi internal yang sangat tinggi.

Hasil Uji Asumsi**Uji Normalitas**

Tabel 5. Uji Normalitas Body image dan Self-esteem

Variabel	Signifikansi
<i>Body image</i>	.000 ^c
<i>Self-esteem</i>	.000 ^c

Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan terhadap dua variabel, yaitu *Body image* dan *Self-esteem*, dengan menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* melalui program SPSS. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *Body image* sebesar .000 dan untuk variabel *Self-esteem* juga sebesar .00.

Menurut kriteria pengujian, apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) lebih besar dari .05 maka data dikatakan berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari .05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil tersebut, karena kedua variabel memiliki nilai signifikansi $p < .05$, maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel *Body image* maupun *Self-esteem* tidak berdistribusi normal.

Dengan demikian, secara keseluruhan data penelitian ini tidak memenuhi asumsi normalitas. Implikasi dari hasil tersebut adalah bahwa pengujian hipotesis tidak dapat menggunakan analisis parametrik seperti korelasi Pearson yang mensyaratkan distribusi normal. Oleh karena itu, analisis hubungan antara *Self-esteem* dan *Body image* dalam penelitian ini akan dilakukan menggunakan analisis non-parametrik, yaitu korelasi *Spearman Rank* (*Spearman's rho*), yang lebih sesuai untuk data dengan distribusi tidak normal dan tetap mampu menggambarkan arah serta kekuatan hubungan antarvariabel secara akurat.

Uji Linearitas

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas Body image dan Self-esteem

	<i>Sum of Square</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig
<i>Linearity</i>	73701.237	1	73701.237	5487.743	.000
<i>Deviation from linearity</i>	1261.197	30	42.040	3.130	.000

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 6, diperoleh nilai signifikansi $p = .000$ pada komponen *Linearity*. Menurut kriteria pengujian, apabila nilai signifikansi lebih kecil dari .05 ($p < .05$), maka hubungan antara kedua variabel dinyatakan linear secara signifikan, sedangkan apabila nilai signifikansi sama dengan atau lebih besar dari .05 ($p \geq .05$), maka hubungan antarvariabel dianggap tidak linear.

Dengan demikian, hasil uji menunjukkan bahwa nilai $p = .000 < .05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear dan signifikan antara variabel *Self-esteem* dan *Body image*. Artinya, perubahan pada tingkat *Self-esteem* cenderung diikuti oleh perubahan pada *Body image* secara searah. Hal ini juga didukung oleh nilai $R = .982$ dan $R^2 = .964$, yang menunjukkan bahwa 96,4% variasi pada *Body image* dapat dijelaskan oleh variasi pada *Self-esteem*.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat linear dan kuat, sehingga analisis hipotesis dapat dilanjutkan dengan menggunakan

uji korelasi. Dengan mempertimbangkan hasil uji normalitas sebelumnya yang menunjukkan data tidak berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan analisis korelasi non-parametrik *Spearman Rank* (*Spearman's rho*).

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 7. Korelasi *Body image* dan *Self-esteem*

		<i>Self-esteem</i>	<i>Body image</i>
<i>Body image</i>	Correlation	1.000	.940**
	Coefficient		
	Sig. (1-tailed)	.	.000
	N	145	145
<i>Self-esteem</i>	Correlation	.940**	1.000
	Coefficient		
	Sig. (1-tailed)	.000	.
	N	145	145

Berdasarkan hasil analisis menggunakan uji korelasi *Spearman Rank* (*Spearman's rho*), diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar .940 dengan nilai signifikansi (p) = .00. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari .01 ($p < .01$), yang berarti hubungan antara kedua variabel bersifat signifikan secara statistik. Koefisien korelasi bernilai positif, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara variabel *Self-esteem* dan *Body image*. Artinya, semakin tinggi tingkat *self-esteem* individu, maka semakin positif pula *body image* yang dimilikinya, dan sebaliknya, semakin rendah *self-esteem*, maka semakin negatif *body image* individu tersebut.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *Self-esteem* dan *Body image* pada remaja yang aktif menggunakan media sosial, dengan nilai koefisien korelasi *Spearman* (r) = .940 dan p = .000 ($p < .01$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *self-esteem* yang dimiliki individu, maka semakin positif pula *body image* yang ia miliki. Sebaliknya, individu dengan tingkat *self-esteem* rendah cenderung memiliki persepsi negatif terhadap tubuhnya. Dengan demikian, *self-esteem* berperan sebagai faktor protektif terhadap pembentukan *body image* yang sehat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menemukan hubungan positif antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja. Penelitian oleh Çolak et al. (2023), menunjukkan bahwa *self-esteem* berhubungan positif dengan *body image* dan pengaruh terhadap kesejahteraan psikologis remaja. Hasil serupa juga ditemukan oleh Safitri et al. (2025), yang menyatakan bahwa *self-esteem* berpengaruh negatif terhadap kecenderungan gangguan dismorfik tubuh, sedangkan *body image* berpengaruh positif terhadap kesejahteraan diri.

Selanjutnya, penelitian oleh Pradhnani & Kaushik (2024), menegaskan bahwa persepsi tubuh yang positif berkorelasi kuat dengan tingkat harga diri yang tinggi pada remaja dan dewasa muda. Penelitian oleh Singh & Manju (2022) juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan *body image* dan *self-esteem* pada masa

remaja. Penelitian lainnya oleh Kaushik & Hussain (2023) menemukan bahwa rendahnya *self-esteem* berhubungan langsung dengan meningkatnya kekhawatiran terhadap tubuh pada pengguna media sosial berlebih. Selain itu, penelitian oleh Nuriana (2025) mengungkapkan bahwa paparan media sosial berlebihan meningkatkan risiko ketidakpuasan tubuh dan menurunkan *self-esteem*. Hasil yang serupa juga ditemukan oleh Yunani et al. (2025), yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial secara intensif berdampak negatif terhadap *body image* dan *self-esteem* remaja. Penelitian oleh Wang (2025) menemukan bahwa intensitas perbandingan sosial di media digital merupakan prediktor utama penurunan *self-esteem* pada remaja. Penelitian oleh Farooq et al. (2023) memperkuat hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa semakin lama waktu yang dihabiskan di media sosial, semakin rendah tingkat *self-esteem* individu.

Penelitian ini memiliki kekuatan utama pada kejelasan hasil empiris yang menunjukkan hubungan yang kuat antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja yang aktif menggunakan media sosial. Berdasarkan hasil kategorisasi, sebagian besar partisipan berada pada kategori *self-esteem* tinggi (50,3%) dan *body image* sedang (64,1%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas remaja dalam penelitian ini telah memiliki penghargaan diri yang relatif baik, namun persepsi terhadap tubuh belum sepenuhnya optimal. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa meskipun individu memiliki harga diri yang cukup tinggi, mereka tetap dapat mengalami keraguan atau ketidakpuasan terhadap tubuhnya, terutama dalam konteks paparan media sosial yang intens. Hal ini memperlihatkan bahwa *self-esteem* berperan penting, tetapi tidak selalu berdiri sendiri dalam membentuk *body image* yang positif.

Hasil analisis korelasi menunjukkan nilai koefisien $r = 0,940$ dengan signifikansi $p = 0,000$, yang menandakan hubungan positif sangat kuat antara *self-esteem* dan *body image*. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai sebesar 0,883, yang berarti bahwa 88,3% variasi *body image* dapat dijelaskan oleh *self-esteem*. Dengan demikian, *self-esteem* memberikan sumbangan efektif yang sangat besar terhadap pembentukan persepsi tubuh pada remaja. Namun, masih terdapat sekitar 11,7% variansi lain yang dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar *self-esteem*, seperti intensitas penggunaan media sosial, perbandingan sosial, dukungan sosial, pengalaman interpersonal, maupun standar penampilan yang berkembang di lingkungan sosial remaja.

Meskipun hasil penelitian menunjukkan hubungan yang sangat kuat, penelitian ini tetap memiliki keterbatasan metodologis. Desain penelitian yang bersifat korelasional dan *cross-sectional* tidak memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan sebab-akibat, sehingga tidak dapat dipastikan apakah *self-esteem* sepenuhnya menyebabkan perubahan *body image* atau sebaliknya. Selain itu, penggunaan teknik purposive sampling membatasi generalisasi hasil penelitian ke populasi yang lebih luas. Metode pengumpulan data melalui kuesioner *self-report* juga berpotensi menimbulkan bias subjektif, seperti kecenderungan responden memberikan jawaban yang dianggap positif atau sesuai harapan sosial. Meskipun demikian, penelitian ini tetap memberikan kontribusi penting dengan menunjukkan bahwa *self-esteem* merupakan faktor psikologis utama yang berkaitan erat dengan *body image*, serta menjadi dasar yang kuat bagi pengembangan intervensi psikologis yang berfokus pada penguatan harga diri untuk membantu remaja membangun persepsi tubuh yang lebih sehat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara *self-esteem* dan *body image* pada remaja yang aktif menggunakan media sosial. Artinya, remaja yang memiliki *self-esteem* tinggi cenderung memiliki persepsi yang lebih positif terhadap tubuhnya, sedangkan remaja dengan *self-esteem* rendah lebih berisiko memiliki citra tubuh yang negatif. Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan memiliki *self-esteem* yang tinggi dan *body image* pada tingkat sedang, yang menggambarkan bahwa meskipun remaja telah memiliki penghargaan diri yang cukup baik, mereka masih dapat dipengaruhi oleh tekanan sosial terkait penampilan fisik. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa *self-esteem* berperan sebagai faktor protektif dalam pembentukan *body image* yang sehat serta memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika konsep diri remaja dan menjadi dasar bagi pengembangan intervensi psikologis yang berfokus pada peningkatan harga diri dan literasi digital di kalangan remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Asanoh, E. O. (2024). The influence of Self-esteem and body image on the mental wellbeing of University of Ghana students. *Annals of Psychiatry and Treatment*, 8(1), 033–042.
- Asyifa, C. (2019). Pengaruh self-esteem, self-consciousness, dan social support terhadap inauthentic self-presentation pengguna Instagram (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention*. Guilford Press.
- Çolak, M., Bingöl, O., & Dayi, A. (2023). Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image. *Indian Journal of Psychiatry*, 65(5), 595–60.
- Danielsen, H. E., Finserås, T. R., Olesen Andersen, A. I., Hjetland, G. J., Woodfin, V., Skogen, J. C., & rekan-rekan. (2024). Mirror, mirror on my screen: Focus on self-presentation on social media is associated with perfectionism and disordered eating among adolescents. *BMC Public Health*, 24, Article 2466.
- Farooq, H. O., Farrukh, H., & Khan, Z. (2023). The Influence of Social Media on Adolescents' Self-esteem. *Qlantic Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(3), 173–182.
- Hoirunnisa, T., Tanjung, H., Lestari, S., Bahri, S., & Roza, S. D. (2025). Hubungan konsep diri dengan penerimaan perubahan fisik remaja putri pada masa pubertas di SMP Negeri 1 Padangsidempuan. *Jurnal Kesehatan Jomparnd*, 4(1).
- Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2024). Hubungan body image dengan kepercayaan diri remaja putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(3), 1–11.
- Kaushik, V., & Hussain, I. (2023). The Relationship Between Self-esteem and Body image Concerns in Youth with Excessive Social Media Use. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 11(6), 4154–4158.
- Maharani, E. S. D. (2022). Hubungan antara self-esteem dengan body image pada remaja putri pengguna aktif Instagram di Pekanbaru (Doctoral dissertation, UIN Sultan Syarif Kasim Riau).
- Nuriana, Z. (2025). The Impact of Social Media on Body image and Self-Perception Among Teenagers: Risks, Resilience, and Policy Implications. *Sinergi International Journal of Psychology*, 2(3), 160–18.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71, 363–377.

- Pradhnani, G., & Kaushik, P. (2024). Relationship between body image and Self-esteem among young adults and adolescents. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(2).
- 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.
- Safitri, F., Afiati, E., & Wibowo, B. Y. (2022). Hubungan antara body image dengan kepercayaan diri serta implikasinya pada bimbingan dan konseling. *Guidance: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 19(2), 121–131.
- Safitri, N. A., Suroso, & Pratitis, N. T. (2025). The Relationship between Body image and Self-esteem with the Tendency of Body Dysmorphic Disorder (BDD) Among Adolescents Using Social Media. *Journal of Scientific Research, Education, and Technology (JSRET)*, 4(1), 656–664.
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Singh, U., & Manju, M. (2022). Correlates of body image and Self-esteem among adolescents. *International Journal of Health Sciences*, 6(S6), 4147–4154.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardian, A. S. R., & Qodariah, S. (2022). Pengaruh Self-esteem terhadap body image remaja akhir putri pengguna TikTok. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(2), 221–228.
- Wang, L. (2025). The Association Between Social Media and Self-esteem among Adolescents. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 5, 22–26.
- Yunani, M., Ariyati, I., Hendar, K., Pardi, F., Dewi, E., & Maisuri, N. (2025). The Influence of TikTok Media Exposure on Body image and Self-esteem in Adolescents. *Berkala Ilmiah Pendidikan*, 5(1), 34–43.