

**HUBUNGAN PENGGUNAAN *INSTAGRAM* DENGAN *BODY IMAGE*
REMAJA AKHIR PUTRI DI DESA SEPULUH BANGKALAN**

SKRIPSI



Oleh :

Urfiyah Sari

NIM. 18410203

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2022

**HUBUNGAN PENGGUNAAN *INSTAGRAM* DENGAN *BODY IMAGE*
REMAJA AKHIR PUTRI DI DESA SEPULU BANGKALAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Urfiyah Sari

NIM. 18410203

FAKULTAS PSIKOLOGI

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN
HUBUNGAN PENGGUNAAN *INSTAGRAM* DENGAN *BODY IMAGE*
REMAJA AKHIR PUTRI DI DESA SEPULUH

SKRIPSI

Oleh :

Urfiyah Sari

NIM : 184102031

Telah disetujui pada tanggal 31 Mei 2022

Dosen Pembimbing



Fuji Astufik, M.Psi, Psikolog

NIP. 19900407 201903 2 013

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Rifa Hidayah M.Si
NIP. 19761128 200212 2 001

LEMBAR PENGESAHAN
HUBUNGAN PENGGUNAAN INSTAGRAM DENGAN BODY IMAGE PADA
REMAJA AKHIR PUTRI DI DEESA SEPULUH BANGKALAN

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 25 Mei 2023

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing



Fuji Astutik, M.psi, Psikolog
NIP. 199004072019032013

Penguji Utama



Dr. Elok Halimatul Sa'diyah, M.Si
NIP. 197405182005012002

Ketua Penguji



Selly Candra Ayu, M.Si
NIP. 19940217201911202269

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk

Memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si

NIP. 19761128002122001

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Urfiyah Sari

NIM : 18410203

Fakultas : Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Hubungan antara Penggunaan Instagram dengan Body Image Remaja Akhir Putri** adalah benar merupakan karya sendiri dan tidak melakukan tindak plagiat dalam penyusunan skripsi tersebut. Adapun kutipan-kutipan yang ada dalam penyusunan skripsi ini telah saya cantumkan sumber pengutipannya dalam daftar pustaka. saya bersedia untuk melakukan proses sebagaimana mestinya sesuai undang-undang jika ternyata skripsi ini secara prinsip merupakan plagiat karya orang lain dan bukan merupakan tanggung jawab Dosen Pembimbing ataupun Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan sebaik-baiknya.

Malang ,5 Juli 2022

Peneliti



Urfiyah Sari

MOTTO

“ Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan.

Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Bapak Tercinta Masyfur, Ummi Muntazah, Adik Iin, Opik dan Aam, Nenek Tersayang Kamilah, Abah Mudhar, Alm. kakek, serta keluarga besar Bani Irsyad.

Orang-orang istimewa yang selalu memberikan kasih sayang serta selalu mendukung proses belajar peneliti sehingga dapat menyelesaikan karya ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Hubungan Penggunaan *Instagram* dengan *Body Image* Remaja Akhir Putri di Desa Sepulu Bangkalan dengan baik. Tak lupa sholawat beriring salam yang selalu tercurah limpahkan atas baginda Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun seluruh manusia pada kebajikan.

Adapun penyusunan skripsi ini menjadi salah satu persyaratan kelulusan dalam program studi Sarjana (S1) Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi ini masih banyak kekurangan, tidak luput dari kesalahan dan jauh dari kata sempurna. Namun penyelesaian skripsi ini dapat terselesaikan karena dorongan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka, oleh karena itu peneliti ingin memberikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Dr. Rifa Hidayah, M. Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. Zamroni, S. Psi., M. Pd, selaku Ketua Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Fuji Astutik, M.Psi, Psikolog selaku Dosen Pembimbing pertama saya yang senantiasa sudi meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan saya dengan sabar serta banyak memberikan masukan selama bimbingan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Nurul Hikmah, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Kedua saya.
6. Ibu Dr. Elok Halimatus Sa’diyah, M.Si dan Ibu Selly Candra Ayu M.Si selaku dosen penguji skripsi
7. Kepada remaja akhir putri di desa Sepulu selaku subjek penelitian
8. Seluruh dosen pengajar Fakultas Psikologi dan jajarannya civitas akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Kepada seluruh teman-teman Fakultas Psikologi angkatan 2018 Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memotivasi untuk tetap berkarya hingga akhir penulisan skripsi ini.
10. Kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan kontribusi dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dengan segala kesempurnaannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak untuk menciptakan penelitian yang lebih baik lagi dimasa mendatang.

Malang ,5 Juli 2022

Peneliti

Urfiyah Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	
Error! Bookmark not defined.	
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
A. Body Image	8
B. Penggunaan Instagram.....	12
C. Remaja Akhir.....	19
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Rancangan Penelitian	25
B. Identifikasi Variabel.	26
C. Definisi Operasional.....	26
D. Populasi dan Sampel.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Objek Penelitian.....	43
B. Hasil Penelitian.....	45
C. Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59

LAMPIRAN 1.....	62
LAMPIRAN 2.....	65
LAMPIRAN 3.....	73
LAMPIRAN 4.....	75
LAMPIRAN 5.....	77

ABSTRAK

Sari, Urfiyah. 2022. *Hubungan Penggunaan Instgaram dengan Body Image antara Body Image Remaja Akhir Putri di Desa Sepulu Bangkalan*. Skripsi. Jurusan Psikologi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen: Fuji Astutik, M.Psi

Masalah dalam penelitian ini adalah ditemukannya para remaja akhir putri di desa Sepulu yang mengalami *body image*. Salah satu terjadinya *body image* yaitu media sosial khususnya *instagram* yang mana didominasi oleh perempuan yang usianya 18-25 tahun. *Instagram* yang menjadi salah satu faktor kuat yang dapat membentuk terjadinya *body image*, yang dikarenakan tayangan seperti foto atau vidio yang berada di *instagram* yang menampilkan gambar dengan tubuh ideal sehingga membuat para remaja tersebut membanding-bandingkan penampilannya. *Body Image* merupakan suatu gambaran subjektif tentang penampilan tubuh seseorang khususnya penilaian dari orang lain. Apabila seseorang dapat menggunakan media masa dengan baik akan dapat membentuk *body image* yang positif. Tujuan dalam penelitian ini yaitu 1.) untuk mengetahui tingkat penggunaan *instagram* pada remaja akhir putridi desa Sepulu, 2.) untuk mengetahui tingkat *body image* remaja akhir putri di desa Sepulu, 3.) untuk mengetahui hubungan penggunaan *instagram* dengan *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepulu.

Jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan korelasi. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *random sampling*. Subjek dalam penelitian ini adalah 83 remaja akhir putri di desa Sepulu yang berusia 18-22 tahun. Instrumen yang digunakan adalah skala penggunaan *instagram* mengacu pada teori perilaku dan skala *body image* mengacu pada skala MBSRQ_AS. Analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan *instagram* remaja akhir putri di desa Sepulu dominan berada pada tingkat sedang dengan presentase sebesar 68,7% (57 remaja akhir putri). Sedangkan tingkat *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepulu berada pada tingkat sedang dengan prosentase 67,5% (56 remaja akhir putri). Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara penggunaan *instagram* dengan *body image* remaja akhir putri di desa Sepulu dengan nilai koefisien korelasi r_{xy} sebesar 0,407 dan taraf signifikansi $p=0,000$ ($p < 0,05$).

Kata kunci: penggunaan *instagram*, *body image*

ABSTRAC

Sari, Urfiyah. 2022. *Relationships of Instagram Usage Bottom with a Body Image between the late Teenage Daughter in the Village of Sepulu*. Thesis. Majoring in psychology. Department of Psychology. Faculty of Psychology. Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang

Advisor: Fuji Astutik, M. Psi

A problem in the study was the discovery of young women in the village of sepulu who experienced body image. The body image is based on social media particularly on instagram, which is dominated by 18-25 - year - old women. One of the most powerful contributors to the body image, which is because of impressions such as photos or videos on instagram that feature images in the ideal body, makes the young person compare their appearance. Body image is a subjective image of the appearance of one's body especially an assessment of another's. When a person is able to use the media wisely, it is possible to establish a positive body image. The purpose of this study is 1.) to learn the level of Instagram in the girls' final in the village of sepulu, 2.) to learn the rate of the body image of the late young women in the village of sepulu, 3.) to relate the relationship of instagram usage with body image in the late women in the village of sepuluh.

The type of approach used is the correlation approach. Sampling techniques in this research are using random sampling. The subject of this study is 83 young women in the 18-22 - year - old village of sepulu. The instruments used are the scale of instagram usage referring to the theory of behavior and the body image scale to the mbsrq_as scale. The data analysis used is product moment correlation analysis with SPSS version 25.

he results of this study indicate that the level of late women's Instagram in the village of sepulu is dominant at a moderate rate with a percentage of 68,7% (57 latter young women). Whereas the body image rate in the final young women in the village of ten is at a moderate rate with 67,5% propercentage (56 latter young women). The results of the correlation show that there is a significant positive relationship between the use of instagram and the late female body image in the village of sepulu with the rxy coefficient value of 0.407 correlation and significant $p=0,000$ ($p < 0.05$).

Key words: *instagram usage, body image*

المخلص

طواف, مسفلة. 2020 . العالقة بين صورة الجسد وقبول الذات لدى طلبة كلية علم النفس. جامعة موانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالنج. البحث الجامعي. شعبة علوم النفس. كلية علوم النفس. جامعة إبراهيم الإسلامية الحكومية مالنج.

المشرفة: فوجي , الماجستير

تكمن المشكلة في هذه الدراسة في اكتشاف الفتيات المراهقات المتأخرات في قرية سيبولو اللواتي يعانين من صورة الجسد. من بين تكرارات صورة الجسد وسائل التواصل الاجتماعي ، وخاصة إنستغرام ، التي تهيمن عليها النساء اللواتي تتراوح أعمارهن بين 18 و 25 عامًا. يعد أحد العوامل القوية التي يمكن أن تشكل صورة الجسم ، ويرجع ذلك إلى عمليات البث مثل الصور أو مقاطع الفيديو الموجودة على إنستغرام والتي تعرض صورًا بأجسام مثالية تجعل المراهقين يقارنون مظهرهم. صورة الجسد هي وصف شخصي لمظهر الجسد ، وخاصة الأحكام الصادرة عن الأشخاص الآخرين ، فإذا كان بإمكان الشخص استخدام وسائل الإعلام بشكل صحيح ، فسيكون قادرًا على تكوين صورة إيجابية عن الجسم. كانت أهداف هذه (لتحديد مستوى 2 ،) سد فولوة الدراسة 1. تحديد مستوى استخدام إنستغرام لدى الفتيات المراهقات المتأخرات في قرية (لتحديد العلاقة بين إنستغرام. استخدام وصورة الجسد 3 سد فولوة ، صورة الجسد للفتيات المراهقات المتأخرات في قرية عند الفتيات المراهقات المتأخرات في قرية سيبولو

نوع النهج المستخدم هو نهج الارتباط. تقنية أخذ العينات في هذا البحث تستخدم أخذ العينات العشوائية. موضوع هذه الدراسة هو 83 شابة في قرية سيبولو إنستغرام التي تتراوح أعمارها بين 18 و 22 عامًا. الأداة المستخدمة هي مقياس استخدام . تحليل البيانات المستخدم هو تحليل الارتباط (ق ر س ب م) بالإشارة إلى نظرية السلوك ومقياس صورة الجسم إلى مقياس اللحظي للمنتج مع الإصدار 25 من

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن مستوى استخدام إنستغرام للفتيات المراهقات المتأخرات في قرية سيبولو يسود بدرجة متوسطة بنسبة 68.7% (57 مراهقة متأخرة). في حين أن مستوى صورة الجسد لدى الفتيات المراهقات المتأخرات في قرية سيبولو متوسط بنسبة 67.5% (56 مراهقة متأخرة). أظهرت نتائج اختبار الارتباط وجود علاقة موجبة معنوية بين استخدام إنستغرام وصورة الجسم للمراهقات المتأخرات في قرية سيبولو مع $p = 0.000$ ($p < 0.05$) قدره 0.407 ومستوى دلالة r_{xy} معامل ارتباط

الكلمات الرئيسية: استخدام إنستغرام، صورة الجسم

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Remaja adalah masa-masa perubahan pada rentang hidup individu yang menghubungkan dari masa anak-anak ke masa dewasa (Santrock, 2011). Masa remaja juga disebut dengan *Adolescence* yang berasal dari bahasa latin yang berarti “tumbuh “. Pada masa perkembangan seorang remaja dari awal hingga akhir tentu berbeda. Erickson berpendapat bahwa masa remaja memiliki tiga tahapan yakni masa remaja awal, masa remaja tengah dan remaja akhir, dengan kriteria umur untuk remaja awal perempuan yakni 13-15 tahun sedangkan pada laki-laki yakni 15-17 tahun, untuk remaja pertengahan perempuan berusia 15-18 tahun sedangkan untuk laki-laki 17-19 tahun, untuk remaja akhir perempuan yakni berusia 18-21 tahun sedangkan usia untuk remaja akhir laki-laki yakni 19-21 tahun (Thalib&Thalib ,2017).

Tahap perkembangan pada remaja, khususnya remaja akhir mempunyai beberapa aspek psikis yang sudah dimiliki pada tahap sebelumnya, yang tujuannya membentuk kematangan sempurna. Seharusnya tugas perkembangan di masa remaja harapannya sudah dapat terpenuhi agar remaja akhir dapat mempersiapkan diri untuk memasuki masa dewasa (Steinbeg, 2014).

Terdapat tugas perkembangan dimasa remaja yakni mengalami perubahan pada bentuk tubuh atau fisiknya Selain itu salah satunya yakni menerima keadaan tubuh atau *physical self* yang mengalami perkembangan serta menerima penampilan fisiknya (Zimbardo ,1992). Perubahan- perubahan fisik yang terjadi pada individu terkadang dapat memunculkan *body image* atau citra tubuh remaja yang yang harapannya tidak sesuai yang diinginkan. (Mintaraga, 2016).

Menurut Synnot tubuh merupakan simbol utama bagi seseorang dan dikalangan

masyarakat lain (Bestiana, 2012). Dari hal itu seseorang sering kali memperhatikan penampilan fisik yang dimilikinya. Tidak sedikit seseorang yang membandingkan dirinya dengan orang lain, dimasyarakat sekitarpun demikian, para remaja putri yang belum bisa menerima keadaan fisik atau tubuhnya seperti memiliki berat badan yang berlebih sehingga muncul rasa khawatir pada dirinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Solistiawati & Sitasari (2015) memaparkan bahwa *body image* menimbulkan rasa khawatir pada diri remaja yang disebabkan oleh tinggi badan serta berat badan yang tidak sesuai dengan yang diinginkan. Masalah lain yang juga terjadi pada seorang remaja yakni mereka merasa bahwa tubuhnya sudah ideal namun masalahnya berada pada wajah yang bejerawat. Pada penelitian yang dilakukan oleh Maurilla et al (2020) juga mengungkap mengenai sikap remaja putri yang umurnya 17-22 tahun menunjukkan ketidakpuasan pada tubuhnya yang akhirnya berdampak terhadap kesehatan remaja putri tersebut.

Dari hasil wawancara kepada delapan remaja akhir putri yang usianya 18-21 tahun di desa Sepulu menunjukkan bahwa empat remaja tersebut merasa iri dan suka membandingkan jikalau melihat foto atau vidio pada media ataupun secara langsung dengan tampilan badan yang kurus, sehingga mereka mencari informasi untuk melakukan diet ketat, minum obat pelangsing, medatangi tempat-tempat olahraga seperti tempat *gym* atau senam untuk membentuk tubuh yang ideal dan informasi tersebut diperoleh dengan mengunjungi akun-akun media sosial salah satunya media sosial *instagram*. Sedangkan empat remaja lagi memiliki masalah pada wajahnya seperti timbul jerawat yang membuat mereka sering memakai produk kecantikan dan sering juga mencari informasi mengenai *skincare* wajah untuk mengobati jerawat, mereka merasa kurang percaya diri dan iri jika melihat wanita-

wanita dengan wajah mulus, putih tanpa ada jerawat (Wawancara, 12 November 2021).

Body image adalah bagaimana seorang remaja memandang serta menilai tubuhnya. *Body image* yang terjadi pada masa remaja dapat memunculkan persepsi negatif pada penampilannya sendiri serta menimbulkan pemikiran yang tidak realistis karena bentuk tubuh yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (Hurlock, 1980). Penjelasan tersebut juga di paparkan oleh Wallis (2013) bahwasannya remaja 18-22 tahun mengalami tekanan dan tuntutan mengenai standar kecantikan, sehingga remaja tersebut menderita stress serta memiliki pemikiran yang sangat kritis pada gambar yang berada di media sosial terutama mengenai gambar dengan tubuh ideal dan kemungkinan diumur tersebut mereka para remaja memiliki perasaan menuntut untuk mendapatkan tubuh ideal serta penampilan seperti yang sering muncul di media sosial.

Media sosial merupakan salah satu faktor dampak tinggi yang terkait dengan gangguan citra tubuh terutama pada wanita. Dalam sebuah studi oleh Hogue & Mills(2019), keterlibatan aktif media sosial dengan teman sebaya yang menarik dapat meningkatkan kemungkinan ketidakpuasan tubuh, terutama pada wanita. Tampaknya perbandingan penampilan di media sosial telah menjadi perhatian terhadap citra tubuh mereka pada wanita.

Saat ini aplikasi media sosial Instagram paling banyak diminati khususnya dikalangan remaja putri. Menurut Data Sosial Media Demograpich Napoeloncent (2021) bahwa *Instagram* didominsa oleh wanita sebesar 25% yang mana usianya 18-25 tahun. Aplikasi media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* dan *Path* termasuk beberapa aplikasi media sosial yang mana video ataupun foto dapat tersebar (Gustina, 2015). Namun fungsi pada situs media sosial *Instagram* bukan untuk sekedar membagikan foto, tetapi juga bisa dijadikan daya cipta dari akun-akun yang berada di *Instagram*, dapat membagikan

pengalaman serta mencari informasi terkini. Dalam media sosial *Instagram* dapat pula mencari informasi mengenai produk *online shop* (Karimuddin, 2016). Dalam hal tersebut juga dipaparkan oleh pedagang produk kecantikan di desa Sepuluh melalui hasil wawancara yang mengatakan bahwa barang dagangannya mengalami kenaikan setelah dia membagikan postingan mengenai barangnya melalui media sosial dibandingkan dulu sebelum menggunakan media sosial dan pembelinya remaja putri dari usia 17-25 tahun.

Selain itu *Instagram* juga menyediakan fitur-fitur yang mampu mendorong individu menurunkan berat badan. hal tersebut dikarenakan bertambahnya akun-akun di *Instagram* yang menyediakan tips-tips diet ataupun kecantikan yang membuat individu ingin melakukan diet ketat supaya dapat membentuk tubuh yang ideal (Wallis, 2013). Dari hasil survei tahunan *Dace Index* (2020) juga berpendapat bahwa remaja yang usianya 13-22 tahun sering menggunakan media *instagram* sebesar 75,3% untuk mencari produk kecantikan.

Menurut Fardouly *et al* (2017) mengungkapkan mengakses *Instagram* dalam waktu minimal 10 menit dapat memunculkan mood negatif serta sikap membanding-bandingkan dengan foto yang telah dilihat. Penelitian yang dilakukan oleh Pepin & Natalie (2015), juga mengungkapkan mengenai remaja yang usianya 18-25 tahun dalam pengaksesan media seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *Pinterest* dapat memunculkan gambaran tubuh yang negatif seperti motivasi seseorang yang akan merubah penampilannya dan motivasi dalam penurunan berat badan. Menurut Brown & Tiggeman (2016) mengenai teori social comparision yaitu jikalau individu memiliki perbandingan berlebih terhadap tubuhnya dengan orang lain yang memiliki tubuh yang lebih menarik, akan memunculkan pemikiran negatif terhadap tubuhnya sendiri.

Menurut Dacey & Kennya (1997), tentang persepsi negatif individu terhadap tubuhnya

dapat berdampak pada perkembangan kemampuannya yang terhambat seperti kemampuan interpersonal serta kemampuannya menjalin hubungan dengan remaja yang ahir yang lain. Ketika remaja akhir yang akan memasuki masa dewasa awal, akan memulai suatu hubungan bersama lawan jenisnya. Dalam jalinan hubungannya yang romantik terdapat persepsi positif dengan anggapan bahwa tubuhnya menarik serta kepercayaan bahwasannya orang lain akan beranggapan menarik mengenai penampilan dirinya, sedangkan jika persepsi negatif yang muncul pada persepsi individu maka akan terjadi penghambatan terhadap perkembangan selanjutnya.

Selain itu penelitian yang juga telah dilakukan oleh Rutledge, Gilmor dan Giller (2013) memaparkan bahwa tidak berhubungan perempuan yang umurnya 18-25 tahun dengan lama waktu yang dihabiskan untuk mengakses *Facebook* terhadap *body image*. Hal tersebut dikarenakan perempuan tersebut dapat mengatur waktunya ketika menggunakan media sosial tersebut. Berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Ellison *et al*, (2007) mengungkapkan bahwasannya dalam pengaksesan media sosial tidak pasti dapat berpengaruh terhadap *body image*, kemungkinan individu menggunakan aplikasi tersebut hanya untuk menjaga hubungan dengan temannya dari pada menggunakannya untuk melihat penampilan yang kemudian membandingkan dengan orang lain.

Dari pemaparan diatas terdapat penemuan baru dari penemuan menarik untuk diteliti karena perbedaan hasil penelitian yang baru dengan penelitian sebelumnya yang berbeda sehingga menarik untuk diteliti mengenai hubungan *Instagram* dengan *body image*. Peneliti menggunakan *Instagram* karena aplikasi tersebut banyak digunakan oleh remaja akhir.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian diatas, rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana tingkat penggunaan *instagram* pada remaja akhir di desa Sepulu
2. Bagaimana tingkat *body image* pada remaja akhir di desa Sepulu
3. Apakah ada hubungan dari penggunaan *Instagram* dengan *body image* remaja akhir putri didesa Sepuluh

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat penggunaan *instagram* pada remaja akhir putri di desa Sepulu
2. Mengetahui tingkat *body image* remaja akhir putri di desa Sepulu
3. Membuktikan hubungan penggunaan *instagram* dengan *body image* pada remaja akhir putri didesa Sepuluh

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik dari segi teoritis maupunsegi praktis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Temuan penelitian ini kemungkinan berfungsi sebagai refrensi dan sebagai sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian tambahan terkait penggunaan *instagram* dengan *body image*
 - b. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan khussunya dibidang psikologi sosial terkait dengan peran penggunaan media sosial *instagram* yang memicu terbentuknya *body image*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi subjek atau para remaja, penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran kepada remaja terkait penggunaan *instagram* terhadap potensi munculnya *body image*. Para remaja diharapkan dapat menggunakan informasi tersebut sebagai bahan

pertimbangan dalam menggunakan media sosial *instagram* sehari-hari.

- b. Bagi orang tua, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait kontribusi penggunaan *instagram* bagi kemungkinan munculnya *body image* pada remaja putri mereka.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Body Image

1. Pengertian *Body Image*

Dalam kamus psikologi, *body image* merupakan imaji subjektif yang dimiliki oleh individu tentang tubuhnya, khususnya berkaitan dengan penilaian individu lain, dan seberapa baik tubuhnya harus disesuaikan dengan persepsi-persepsi ini. Beberapa peneliti menggunakan istilah ini hanya berkaitan dengan tampilan fisik, sementara yang lain mencakup pula penilaian tentang fungsi tubuh, Gerakan tubuh, dan koordinasi tubuh.

Body image adalah penilaian positif maupun negatif terhadap perilaku seseorang pada keadaan tubuh dirinya sendiri (Cash & Pruzinsky, 2002). Selain itu Cash & Pruzinsky (2002) juga menjelaskan bahwa body image merupakan penilaian dari pengalaman seseorang pada fisik, memperhatikan penampilan yang menjadi bagian utama pada diri seseorang. Menurut Cash & Smolak (2011) body image merupakan konstruk yang mempunyai dimensi, yang dapat menampakkan cara individu mampu berfikir, merasakan, dan bersikap terhadap tubuhnya sendiri sehingga mempengaruhi terhadap penampilan fisiknya.

Simmons & Blyth (1987) mengatakan bahwa kematangan lebih dini dan lebih lambat berkaitan dengan *body image* remaja perempuan. Perempuan yang lebih dini matangnya lebih memiliki tubuh yang pendek dan gemuk, sedangkan yang matangnya lebih lambat cenderung lebih kurus dan tinggi. Pada masa remaja akhir, anak perempuan yang matang akan lebih lambat memiliki tubuh yang lebih sesuai dengan tipe kecantikan feminisme yang ideal (Santrock, 2012).

Secara umum, remaja perempuan lebih kurang puas dengan tubuhnya dan lebih negatif terhadap *body image*-nya dibandingkan remaja laki-laki. Seiring dengan

perubahan pada masa pubertas, remaja perempuan sering merasa tidak puas dengan tubuh yang dimiliki berkaitan dengan meningkatnya jumlah lemak yang membuat remaja tersebut menjadi gemuk. Sementara pada remaja laki-laki menjadi lebih puas dengan tubuh yang dimiliki ketika masa pubertas, karena hal tersebut berkaitan dengan meningkatnya masa otot (Santrock, 2012).

Dari beberapa uraian definisi yang telah tertulis diatas, dapat disimpulkan bahwa *body image* merupakan suatu gambaran individu terhadap fisik yang dimilikinya. Gambaran *body image* tersebut diperoleh dari hasil bagaimana individu mempersepsi bentuk tubuhnya sendiri serta persepsi tubuh ideal. Selain itu, gambaran mengenai *body image* juga bisa didapatkan dari hasil penilaian individu lain/ masyarakat sekitarnya.

2. Aspek – Aspek *Body Image*

Pendapat Cash dan Pruzinsky (2002) terdapat 10 aspek yang terdapat pada *Body image* yaitu:

a. *Appearance evaluation* (evaluasi penampilan)

Mengukur penampilan tubuh apakah penampilannya menarik atau tidak serta memuaskan atau tidak memuaskan

b. *Appearance orientation* (orientasi penampilan)

Orientasi penampilan adalah penilaian dan perhatian seseorang pada tubuhnya. Jikalau seseorang menilai tubuhnya kurang dari yang diharapkannya maka seseorang tersebut akan memperbaiki dan meningkatkan lagi penampilannya.

c. *Fitness evaluation* (evaluasi kebugaran fisik)

Memiliki perasaan sehat atau tidak sehat.

d. *Fitness orientation* (orientasi keugaran fisik)

Peningkatan investasi terhadap kesehatan fisik

- e. *Health evaluation* (evaluasi kesehatan)

Perasaan mempunyai kesehatan atau bebas dari penyakit secara fisik.

- f. *Health orientation* (orientasi kesehatan)

Peningkatkan investasi terhadap gaya hidup sehat secara fisik.

- g. *Illness orientation* (orientasi tentang penyakit)

Meningkatkan kewaspadaan atau ketanggapan terhadap penyakit

- h. *Body area satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh)

Kepuasan terhadap bagian tubuh yakni pengukuran seseorang terhadap bagian tubuhnya secara spesifik. Misalkan dibagian wajah, tubuh bagian atas seperti lengan, dada, kemudian bagian tengah seperti perut dan pinggang dan bagian bawah seperti paha, betis.

- i. *Overweight preoccupation* (cemas menjadi gemuk)

Kecemasan menjadi gemuk adalah mengukur siap tidaknya seseorang dalam menjaga berat badan. Apabila mengalami penurunan maupun kenaikan, cenderung membatasi pola makan atau melaksanakan program diet.

- j. *Self-calssified weight* (pengkategorian ukuran tubuh)

Pengkategorian ukuran tubuh adalah seseorang bagaimana menilai tubuhnya pada berat tubuhnya dari kategori kurus sampai gemuk

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Body image*

Ada beberapa faktor yang mampu mempengaruhi *body image*, seperti penilaian dan cara pandang seseorang terhadap penampilan sendiri. Beberapa ahli berpendapat mengenai faktor yang dapat berpengaruh terhadap munculnya *body image* menurut Cash

(1994) sebagai berikut:

1. Jenis kelamin

Jenis kelamin menjadi faktor yang berpengaruh pada perkembangan *body image* individu. Menurut Cash (1994) menyatakan seorang wanita lebih sering mengalami ketidakpuasan pada tubuhnya dibandingkan seorang laki-laki. Umumnya wanita memiliki *body image* negatif dan lebih kurang puas pada tubuhnya. Perempuan lebih kritis terhadap tubuhnya baik pada bagian tertentu maupun menyeluruh dibandingkan dengan laki-laki. *Body image* yang buruk memiliki hubungan pada perasaan berat badan yang berlebihan khususnya pada seorang perempuan. Berbeda dengan laki-laki yang lebih tertuju yang mana mereka mempertimbangkan masa ototnya dengan *body image*. Penelitian yang dilakukan oleh Cash (1994) menjelaskan bahwa 40-70% gadis remaja memiliki ketidakpuasan pada dua bahkan lebih aspek ditubuh mereka.

2. Media Massa

Media massa yang bermunculan menciptakan gambaran ideal terhadap diri perempuan dan laki-laki yang berpengaruh pada gambaran tubuh individu. Pendapat yang dipaparkan oleh Tiggeman Cash (1994) berpendapat bahwa media massa merupakan pengaruh kuat terhadap budaya sosial. Para remaja bahkan anak-anak kebanyakan dari mereka menghabiskan waktu dengan menonton televisi sedangkan orang dewasa lebih sering membaca koran atau majalah.

Tayangan-tayangan yang ada di media massa mengandung tentang standart kecantikan wanita seperti tubuh kurus. Media juga menggambarkan keidealan laki-laki seperti tubuh yang berotot. Menurut Longe (Cash, 1994) berpendapat pengaruh luar juga dapat mempengaruhi *body image* seperti televisi, internet, maupun majalah

yang sering memperlihatkan orang-orang dengan tubuh yang ideal untuk menjual produk mereka yang mana umum diterima dibandingkan citra tubuh. Menurut Levin dan Smolak (Cash, 1994) juga menyatakan perempuan yang memandang foto model yang langsing berakibat perempuan tersebut memiliki citra tubuh yang negatif.

3. Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal dapat menjadikan individu membanding-bandingkan dirinya dengan orang lain serta kritikan yang diterima dapat mempengaruhi konsep diri seperti penampilan fisik. Kritikan terhadap penampilan, keluarga, seta teman sebaya mengenai hubungan interpersonal dapat berpengaruh terhadap perasaan serta pandangan terkait tubuh. Ketika seseorang menerima kritikan tentang penampilan fisik yang mana akan muncul persepsi bagaimana individu melakukan perbandingan sosial yang tertuju terhadap penilaian diri mengenai daya tarik tubuh (Cash, 1994).

B. Penggunaan Instagram

1. Definisi Penggunaan Media Sosial

Arti kata penggunaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Lengkap proses atau Perbuatan cara mempergunakan sesuatu (Daryanto, 1997). Penggunaan media sosial memiliki dampak tersendiri bagi penggunanya. Menurut Ashari M. Hafi (1996), penggunaan media dapat dilihat dari dua hal yaitu, durasi atau frekuensi dalam menggunakan media tersebut.

Menurut Azwar penggunaan media sosial memiliki keterkaitan dengan suatu intensitas. Intensitas adalah kedalaman atau suatu reaksi emosional dan kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau sikap. Intensitas juga dapat diartikan sebagai tingkat atau ukuran intensitasnya. Intensitas juga dipahami sebagai suatu kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap (Chaplin, 2006).

Azwar (2013), juga berpendapat bahwa faktor yang dapat mempengaruhi sikap dalam menggunakan media massa yaitu intensitas dalam mengakses. Dalam penggunaan media massa intensitas sangat berpengaruh. Terdapat dua aspek yang dapat mempengaruhi media massa yaitu penggunaan waktu dalam melakukan aktivitas tertentu dengan jumlah ulangan tertentu (durasi) dan dalam jangka waktu tertentu (frekuensi).

Perkembangan era globalisasi saat ini ditandai dengan kemajuan teknologi khususnya dalam bidang komunikasi dan informasi. Komunikasi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan untuk melakukan interaksi dengan orang lain. Menurut Devito (2010), komunikasi didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan satu orang atau lebih dalam hal mengirim dan menerima pesan yang terhalang oleh gangguan, terjadi dalam satu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Sifat komunikasi sendiri terbagi dalam dua jenis, yaitu komunikasi langsung dan komunikasi tidak langsung. Komunikasi langsung adalah komunikasi yang dilakukan secara tatap muka tanpa menggunakan perantara media, sedangkan komunikasi tidak langsung adalah komunikasi yang dilakukan dengan tidak bertemu secara langsung melainkan dengan menggunakan media seperti *email*, *handphone*, dan jejaring sosial lainnya.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan alat yang memudahkan seseorang untuk melakukan komunikasi secara tidak langsung yang memiliki keterkaitan dengan intensitas. intensitas merupakan tingkat keseringan seseorang dalam menggunakan sesuatu berdasarkan durasi dan frekuensinya pada kegiatan tersebut.

2. Macam-macam Media Sosial

Berikut merupakan 3 situs sosisal media yang ebrfokus pada konten yang menyajikan gambar-gambar termasuk gambaran tubuh yang ideal menurut Golbeck (2015):

a. *Facebook*

Facebook memiliki 1,2 miliar pengguna aktif. Situs jejaring sosial ini memiliki banyak fitur, seperti berbagi berita dengan menggunakan *link*, bermain *game* dengan teman-teman, dan tentunya tempat untuk posting foto dan vidio. Jejaring sosial ini juga merupakan salah satu situs paling populer yang diakses oleh pengguna internet.

b. *Pinterest*

Pinterest adalah media sosial yang hampir memiliki kesamaan dengan *facebook* dan merupakan situs konten bergambar. Sebagian besar isi dari *pinterest* didedikasikan untuk *fashion* dan kecantikan.

c. *Instagram*

Instagram adalah situs berbagi foto yang tengah populer dikalangan anak muda. Saat ini pengguna lebih dari 150 juta orang, yang 35 persen pengguna berusia 18-19 tahun. Para penggunanya dapat berbagi foto dengan mempostingnya memlaui situs ini. Selain itu, instagram juga dapat mengirimkan pesan pribadi dari satu pengguna ke pengguna lainnya melalui fitur *direct message*.

3. Instagram Sebagai Media Sosial

Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk

mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram (Aditya,2015).

Instagram merupakan situs jejaring sosial untuk mengirim foto yang saat ini sedang populer (Landverk, 2014). Instagram adalah situs online yang dapat berbagi video, foto dan layanan jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar dan video.

Saat ini instagram telah menjadi aplikasi berbagi foto yang ada perangkat *mobile* dan memiliki lebih dari 200 juta pengguna yang telah terdaftar. Penemu instagram adalah Kevin Systrom dan Michel Krieger pada oktober 2010 di bawah naungan perusahaan Burbn, yang merupakan sebuah teknologi *startup* dan hanya berfokus pada pengembangan aplikasi telepon genggam (Landverk, 2014).

Menurut Uzzaman (2015), pada awalnya instagram sebuah aplikasi *chek-in* sosial dimana pengguna dapat berbagi foto dilokasi mereka saat itu. Setelah peluncurannya, ternyata instagram menemukan bahwa pengguna kebanyakan lebih tertarik pada fitur berbagi foto saja dari pada untuk *chek-in*. Menurut Landverk (2014), pengguna instagram dapat meliputi:

1) *Feed*

Pada fitur feed, pengguna dapat melihat foto yang diunggah oleh pengguna yang diikuti sebagai teman.

2) *Popular “tab”*

Pada fitur ini, *popular “tab”* digunakan untuk melihat foto yang sghah oleh pengguna

lain dan yang paling banyak disukai setiap waktunya.

3) *News and updates*

Pada fitur ini, pengguna dapat berinteraksi dengan teman yang diikuti melalui foto yang diunggah dengan cara menyukai atau “*like*” dan memberikan komentar pada foto tersebut.

4) *Like and comment*

Pada fitur ini, pengguna dapat memberikan apresiasi dan penghargaan bagi pengguna instagram lainnya. Apabila pengguna tertarik pada suatu foto tertentu, maka pengguna dapat memberikan *like* atau memberikan komentar.

5) *Your profile*

Pada profil, pengguna dapat melihat foto yang sudah diunggah dan mengubah informasi pribadi tentang dirinya.

6) *Posting*

Fitur ini merupakan istilah untuk mengunggah foto. Foto yang akan diunggah dapat diberikan efek-efek tertentu dengan *filter* yang ada agar terlihat lebih menarik.

Terdapat sekitar delapan kategori tipe foto instagram berdasarkan konten penggunanya yaitu, foto diri sendiri, teman, kegiatan yang dilakukan, gambar yang disertai dengan teks atau gambar. Pengguna dapat melihat foto atau video dengan melihat halaman utama yang menampilkan foto dan video terbaru dari teman-temannya dan mereka bisa memberikan komentar atau *like*.

4. Hubungan Penggunaan *Instagram* dan *Body Image* pada Remaja Akhir

Di era modern saat ini, penggunaan internet khususnya media sosial telah menjadi konsumsi sehari-hari para remaja. Media sosial seperti instagram merupakan jejaring

sosial yang saat ini sedang populer. Proses yang lebih interaktif yang ditawarkan oleh media sosial, memungkinkan penggunanya untuk secara aktif mencari konten kecantikan dengan jumlah waktu yang cukup lama. Orang yang memasuki usia remaja khususnya usia remaja akhir sangat mungkin sering menggunakan media sosial untuk membangun hubungan sosial ataupun mencari informasi tentang orang lain (Landverk, 2014). Selain itu media sosial juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi pesan dan berkomunikasi dengan pengguna lainnya melalui perangkat genggamnya.

Media merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *body image* pada individu (Cash & Prunzisky, 2002). Cash (2012) mengatakan bahwa media dapat memberikan pengaruh terhadap penilaian tubuh seseorang melalui proses penginderaan seperti melihat foto atau film yang menyuguhkan model-model dengan tubuh ideal yang kemudian dapat menjadi pembandingan sebagai proses evaluasi pada individu tersebut. Hal ini dikarenakan bahwa media dapat memainkan peran penting dalam mempromosikan dan mencerminkan standar kecantikan yang dibentuk oleh masyarakat saat ini terutama bagi wanita. Standar kecantikan yang dibentuk oleh masyarakat, tidak mudah untuk dimiliki oleh sebagian orang sehingga dapat membentuk kekhawatiran bentuk tubuh tersendiri pada orang tersebut (Uzzaman, 2015).

Dengan adanya standar kecantikan tersebut, tidak mengejutkan bahwa banyak remaja khususnya remaja akhir yang merasa tidak puas dengan bentuk tubuh mereka. Saat ini, tidak sedikit wanita yang menaruh perhatian lebih pada penampilan mereka sehingga membandingkan tubuhnya dengan orang lain. Menurut Hurlock (2006), berpendapat bahwa penampilan sangat memiliki peran penting dalam dunia usaha, kehidupan berkeluarga, dan tentunya dalam pergaulan sosial. Diet yang berlebih serta membeli alat

kecantikan merupakan salah satu cara mereka untuk menutupi kekurangan yang mereka miliki.

Beberapa penelitian menemukan keterkaitan antara media sosial dan *body image*. Salah satunya penelitian milik Fardouly dan Vartanian (2017), dari hasil penelitiannya mengungkapkan bahwasannya dalam penggunaan *Facebook* yang berlebihan pada perempuan yang memiliki umur 18-25 tahun dapat memunculkan perbandingan tubuh milik sendiri dengan tubuh. Hal tersebut dikarenakan ketidakpuasan individu terhadap tubuhnya dan sering juga membandingkan dengan temannya yang ada pada *Facebook*. Menghabiskan waktu setiap hari untuk mengakses *Facebook* dapat mengakibatkan munculnya mood negatif dan mengakibatkan terjadinya perilaku membandingkan penampilan dengan foto yang sudah dilihatnya. Remaja akhir putri yang memiliki kecenderungan untuk membandingkan dirinya dengan orang lain, dapat dihubungkan dengan penggunaan media sosial dan *body image*.

Namun hasil berbeda yang ditemukan oleh Rutledge, Gilmor dan Gillen (2013) yang membahas mengenai total waktu mengakses *Facebook* dengan citra tubuh mengungkapkan bahwa tidak ada kaitannya hubungan antara waktu yang dihabiskan di *Facebook* dengan citra tubuh perempuan 18-25 tahun. Hal tersebut dikarenakan ketika seseorang mengakses media sosial mereka sudah dapat membagi waktunya dengan baik. Perloff (2014) mengungkapkan bahwa media sosial *Facebook*, *Instagram* dan *pinterest* adalah media sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk dapat bertukar informasi dan menampilkan gambar yang berhubungan dengan pembentukan *body image*.

Remaja akhir putri didesa Sepulu mengalami *body image*. Hal tersebut dapat dilihat

berdasarkan hasil wawancara kepada delapan remaja akhir putri di desa Sepulu. Adanya faktor media sosial yang menyajikan foto atau video dengan tubuh ideal dapat membentuk *body image* pada remaja akhirputri di desa Sepulu. Peneliti memilih *instagram* karena saat ini banyak remaja akhir putri yang menggunakannya dibandingkan dengan *facebook*. Menurut survei yang dilakukan oleh TNS, diketahui bahwa sekitar 63% wanita cenderung aktif menggunakan *instagram* setiap harinya dan menemukan bahwa mayoritas pengguna aktif *instagram* didominasi oleh pengguna berusia 18-24 tahun.

Remaja akhir putri yang memiliki akun *instagram* dengan mengikuti akun kecantikan memiliki cukup potensi untuk membandingkan diri mereka dengan gambar yang ada di akun tersebut, mengingat bahwa media juga memiliki peranan penting dalam terbentuknya *body image*.

C. Remaja Akhir

1. Pengertian Remaja

Kata remaja juga disebut dengan istilah *adolescence* yang berasal dari bahasa latin (*adolescere*), yang berarti remaja yang berarti “tumbuh”. Istilah *adolescence* mempunyai arti yang lebih luas lagi mencakup kematangan mental, emosi dan kematangan fisik. Masa remaja adalah suatu periode transisi dalam rentang kehidupan manusia, yang menjembatani masa anak-anak dan masa dewasa (Santrock, 2012).

Menurut Asrori dan Ali (2016), remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama atau paling tidak sejajar. Memasuki masyarakat dewasa ini mengandung banyak aspek efektif lebih atau kurang dari usia pubertas.

Masa remaja adalah masa peralihan manusia dari anak-anak menuju dewasa. Masa

remaja berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua bagian yaitu usia 12/13 tahun sampai dengan 17/18 tahun adalah remaja awal, dan usia 17/18 tahun sampai dengan 21/22 tahun adalah remaja akhir (Asrori & Moh.Ali, 2016). Menurut Hurlock (2011) remaja awal dimulai dari umur 12-14 tahun dilanjutkan dengan masa remaja tengah dimulai dari umur 15-17 tahun dan pada masa remaja akhir yakni pada umur 18-21 tahun.

Masa remaja juga merupakan peluang sekaligus resiko. Para remaja berada dipertigaan antara kehidupan cinta, pekerjaan, dan partisipasi dalam masyarakat dewasa. Pada masa remaja juga biasanya mengalami perkembangan pesat dalam aspek intelektual. Transformasi intelektual dari cara berfikir remaja ini memungkinkan mereka tidak hanya mampu mengintegrasikan dirinya kedalam masyarakatdewasa, tapi juga merupakan karakteristik yang paling menonjol dari semua periode perkembangan (Asrori, 2016).

Dari beberapa pengertian remaja menurut para ahli diatas dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa remaja merupakan periode transisi dari masa awal anak-anak hingga masa awal dewasa, yang dimasuki pada usia kira 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18-22 tahun. Masa remaja bermula pada perubahan fisik seperti penambahan berat badan, pembesaran buah dada.

2. Karakteristik Umum perkembangan Remaja

Menurut Asori dan Ali (2016), karakteristik remaja berhubungan dengan pertumbuhan (perubahan-perubahan fisik) ditandai oleh adanya kematangan seksprimer dan skunder, sedangkan karakteristik yang relevan dengan perkembangan (perubahan

aspek psikologis dan sosial)

a. Pertumbuhan fisik “kematanan seks primer”

Kematanan seks primer adalah ciri yang berhubungan dengan kematanan fungsi reproduksi. Kematanan seks primer bagi remaja perempuan ditandai dengan menstruasi sedangkan untuk laki-laki ditandai dengan mimpi basah (nocturnal emission)

b. Pertumbuhan fisik “kematanan seks sekunder”

Karakteristik seks sekunder yaitu secara fisik yang membedakan dua jenis kelamin. Perubahan ciri-ciri sekunder pada remaja laki-laki nampak seperti timbulnya *pubic hair* (rambut di daerah kelamin), otot kaki dan tangan membesar, kulit menjadi lebih kasar dan adanya perubahan pada suara. Sedangkan pada wanita salah satunya ditandai dengan pinggul yang membesar, *pubic hair*, perkembangan buah dada.

c. Perkembangan aspek psikologis dan sosial

Karakteristik yang relevan dengan perkembangan (aspek psikologis dan sosial) telah ditandai oleh adanya hal berikut:

1. Kegelisahan

Remaja mempunyai banyak idealisme dan keinginan yang hendak diwujudkan di masa depan. Namun sesungguhnya mereka belum memiliki banyak kemampuan untuk mewujudkannya. Tarik menarik angan-angan yang tinggi dengan kemampuan yang kurang mampu mengakibatkan mereka diliputi rasa gelisah.

2. Pertentangan

Pertentangan pendapat remaja dengan lingkungan khususnya orang tua mengakibatkan kebingungan dalam diri remaja itu sendiri maupun pada orang lain.

3. Mengkhayal

Keinginan menjelajah menjelajah dan berpetualang tidak semuanya tersalurkan.

Biasanya terhambat dari segi biaya. Oleh karena itu mereka lalu mengkhayal.

4. Aktivitas kelompok

Berbagai macam keinginan remaja dapat tersalurkan setelah mereka berumpul dengan rekan sebaya untuk melakukan kegiatan bersama.

5. Keinginan mencoba segala sesuatu

Remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, kemudian mereka menjelajah segala sesuatu dan mencoba sesuatu yang pernah dialaminya. Remaja Indonesia menunjukkan baha perkembangan yang sempurna membawa peranan sosial dengan jenis kelamin mereka, dapat mempertimbangkan dan mengambil keputusan.

3. Pengertian Remaja Akhir

Masa remaja akhir merupakan masa dimana masa penutupan terhadap proses perkembangan diri baik secara psikis maupun fisik yang dialami oleh para remaja akhir. Pada masa remaja akhir juga harus mempersiapkan dirinya untuk menghadapi masa dewasa awal dimana kesiapan mental harus benar-benar disiapkan. Menurut Hurlock (2003), remaja akhir adalah masa ketika seorang individu mulai merasa stabil dan mulai memahami arah hidup dan menyadari dari tujuan hidupnya serta memiliki pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas, yang mana pada usia remaja akhir berkisar dari 18-21 tahun.

4. Tahap Perkembangan Remaja Akhir

Menurut Ali.M dan Asrori.M (2016), Tahap perkembangan pada remaja akhir

ditandai dengan lima pencapaian yaitu:

- a. Minat menunjukkan kemandirian terhadap fungsi intelek
- b. Ego lebih mengarah pada mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang lain dalam mencari pengalaman baru
- c. Terbentuk identitas seksual yang permanen atau tidak berubah lagi
- d. Terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
- e. Tumbuh pembatas yang memisahkan diri peribadinya dengan masyarakat umum.

5. Proses Perkembangan Pada Masa Remaja Akhir

Tumbuh kembang seorang remaja akhir menurut Soetjiningsih dan Ranuh.G (2013), dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu:

- a. Somatik : secara fisik seorang remaja akhir sudah mengalami kematangan, pertumbuhan mulai terlambat bagi laki-laki, lalu dilanjutkan dengan pembentukan pada masa otot dan pertumbuhan rambut pada seluruh tubuh.
- b. Kognitif dan moral: pada masa remaja akhir seorang remaja sudah mulai berorientasi dengan masa depan yang dipandang secara perspektif dan idealisme, dan dapat berfikir secara bebas serta bersifat absolutisme.
- c. Konsep diri: pada konsep diri seorang remaja akhir biasanya akan stabil terhadap *body image*, masih memikirkan untuk berpenampilan yang menarik, serta identitas mulai kuat.
- d. Keluarga: tumbuh kembang seorang remaja akhir pada keluarganya biasanya ditandai oleh peningkatan otonomi, dan mulai adanya pemisahan emosional dan fisik dengan anggota keluarga

- e. Teman sebaya: pergaulan antara remaja akhir dengan teman sebaya pada masa remaja akhir ditandai dengan kepentingan kelompok yang berkurang, dan mulai mendahulukan keintiman komitmen.
- f. Seksual: tanda keseksualan pada seorang remaja ditahap masa remaja akhir terfokus terhadap keintiman dan pembentukan hubungan yang stabil, serta ditandai dengan sering merencanakan sebuah komitmen untuk masa depan.
- g. Hubungan dengan lingkungan: seorang remaja akhir biasanya cenderung memiliki pikiran untuk berkarir.

D. Hipotesis

Berdasarkan uraian landasan teori dan masalah penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: adanya hubungan pengguna *Instagram* dengan *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepuluh

H2: tidak ada hubungannya pengguna *Instagram* dengan *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepulu

BAB III METODE PENELITIAN

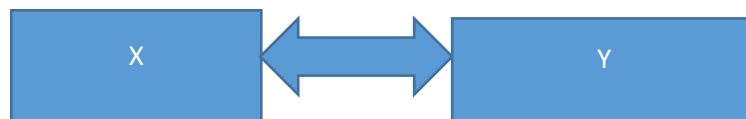
A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dilakukan menggunakan sebuah cara agar bisa mendapatkan kesimpulan penelitian. Maka dari itu, desain penelitian dirancang agar peneliti bisa membuat hipotesis, menerapkan pada hasil analisis data, mendapatkan kesimpulan serta memberikan saran (Arikunto, 2015).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana metode kuantitatif merupakan sebuah studi empiris yang memfokuskan hasil dengan berupa angka-angka, lalu akan dilakukan analisis dengan menggunakan statistik. Penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif menguji variabel yang dapat diukur lalu mendeskripsikan suatu fakta tersebut menggunakan statistik. Penelitian ini merupakan penelitian jenis kolerasi yang bertujuan untuk mendapatkan tingkatan hubungan antar beberapa variabel tanpa menambah, mengubah dan memanipulasi data. Pada penelitian analisis kolerasi berusaha untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Syahrudin & Salim, 2012)DA.

Penelitian ini dilakukan di desa Sepuluh kecamatan Sepuluh Kabupaten Bangkalan, yang mana populasinya merupakan para remaja akhir putri di desa Sepuluh yang usianya 18-21 tahun. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (X1) dan variabel terikat (Y), mengacu pada rancangan penelitian, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan penggunaan *instagram* dengan *body image*.

Paradigma Penelitian



Keterangan:

X: penggunaan *instagram* (variabel bebas / independen)

Y: *body image* (variabel terikat / dependen)

B. Identifikasi Variabel.

Variabel penelitian merupakan kegiatan menguji hipotesis, yaitu menguji kecocokan antara teori dan fakta empiris di dunia nyata. Variabel adalah suatu sebutan yang dapat diberi nilai angka (kuantitatif) atau nilai mutu (kualitatif). Variabel merupakan pengelompokan secara logis dari dua atau lebih atribut dari objek yang diteliti (Azwar, 2013).

Variabel penelitian ialah setiap hal dalam penelitian yang ingin diperoleh datanya. Dinamakan variabel karena nilai data tersebut beragam. Variabel secara teoritis diartikan sebagai apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu untuk objek sama, ataupun pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda (Sekaran, 2000).

1. Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah penggunaan *instagram*.

2. Variabel terikat

Variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. DAFTAR Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah *body image*.

C. Definisi Operasional

1. Penggunaan *Instagram* (variabel bebas)

Penggunaan *instagram* memiliki keterkaitan dengan suatu intensitas. Intensitas sendiri adalah suatu kegiatan seseorang yang memiliki hubungan erat dengan perasaan dan

kekuatan tingkah laku.pada penggunaan *instagram* dapat dilihat dari dua aspek yaitu frekuensi dan durasi.

2. *Body Image* (variabel terikat)

Body Image merupakan suatu gambaran individu terhadap fisik yang dimilikinya. Gambaran mengenai *body image* tersebut diperoleh dari hasil bagaimana individu mempersepsi dan membandingkan bentuk tubuhnya dengan bentuk tubuh ideal. Selain itu, gambaran mengenai *body image* juga dapat dari hasil penilaian dari individu lain dan masyarakat sekitar.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi secara umum terdiri dari subjek atau objek, dimana peneliti memiliki karakteristik tertentu untuk ditetapkan sebagai populasi agar bisa dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi pada suatu kelompok harus mempunyai ciri khas atau karakteristik yang sama dan berbeda terhadap kelompok subjek lain (Azwar, 2013). Penelitian ini mengambil populasi para remaja akhir putri pengguna *instagram* di desa Sepulu sebanyak 105 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian populasi yang posisinya sebagai objek penelitian, semakin banyak karakteristik atau ciri yang terdapat pada populasi maka semakin sedikit subyek populasi yang tercakup (Azwar, 2017). Sugiyono (2018) juga menyebutkan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Dalam pengambilan sampel dibutuhkan teknik yang disebut teknik sampling.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu random sampling, yang merupakan teknik pengambilan sampel dimana semua individu memiliki kesempatan

untuk masuk menjadi sampel dalam penelitian (Arikunto,2015). Untuk mengukur besar sampel peneliti disini menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$N = n/N(d)^2 + 1$$

Keterangan: n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Nilai kritis

$$N = 105/105(0,05)^2 + 1 = 83,2$$

Jadi jumlah subyek dalam penelitian ini yaitu 83

3. Tehnik Pengambilan Data

Data merupakan sebuah informasi yang diterima tentang suatu kenyataan atau fenomena empiris, wujudnya dapat berupa angka (kuantitatif) atau berupa ungkapan kata-kata (kualitatif). Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan sebuah penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data merupakan salah satu cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Sugiyono,2012). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala sebagai teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari sklapenggunaan *instagram* dan skala *body image*. Metode kuesioner merupakan dokumen tertulis yang memiliki sejumlah pernyataan atau pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab (Neuman, 2007). Skala pada penelitian disini digunakan untuk mengukur aspek-aspek variabel yang akan diteliti. Format respon dari skala model summated rating scale terdiri dari pilihan jawaban yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), netral (N), tidak sesuai (TS), sangat tidak

sesuai (STS). Asumsi yang mendasar pada pen-skoran adalah jawaban yang mendukung atribut ukur *favorable* dan pertanyaan yang tidak didukung atribut ukur(*unfavorable*). Pertanyaan *favorable* bobotnya lebih tinggi dari *unfavorable*.

Tabel 1
Kategori Respon Skala

Klasifikasi	Skor Favorable	Skor Unfavorable
SS-Sangat Setuju	5	1
S-Setuju	4	2
N-Netral	3	3
TS-Tidak Setuju	2	4
STS-Sangat Tidak Setuju	1	5

4. Instrmen Penelitian

Instrumen penelitian adalah proses menghubungkan konsep/konstruk dengan realita. Pengukuran variabel adalah pemberian bilangan atau symbol pada peristiwa empiris menurut aturan yang ditetapkan. Dengan pengukuran ini dimaksudkan agar hipotesis dapat di uji (Noor, 2011).

a. Penggunaan *Instagram*

Dalam penggunaan *instagram* memiliki keterkaitan dengan suatu intensitas.

Dalam penelitian ini untuk mengukur penggunaan *instagram* mengacu pada teori

yang dikemukakan oleh Azwar (2013), yang berpendapat bahwa Terdapat dua aspek yang dapat mempengaruhi media massa yaitu frekuensi mengenai intensitas yaitu penggunaan waktu dalam melakukan aktivitas tertentu dengan jumlah ulangan tertentu (durasi) dan dalam jangka waktu tertentu (frekuensi).

Tabel 2.

Blue Print Skala Penggunaan *Instagram*

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
Durasi	Waktu dalam mengakses <i>instagram</i>	1. Saya dapat menghabiskan waktu berjam-jam untuk bermain <i>instagram</i> 2. Saya sering mengakses <i>instagram</i> untuk berkomunikasi 3. Saya sering mencari informasi kecantikan di	5. Biasanya saya mengakses <i>instagram</i> kurang dari 10 menit 6. Saya tidak sering mengakses <i>instagram</i> sampai larut malam	6

		<p><i>instagram</i> sampai larut malam</p> <p>4. Saya menghabiskan waktu lebih dari 10 menit ketika mengakses <i>instagram</i></p>		
Frekuensi	Seberapa sering mengakses <i>instagram</i>	<p>7. Saya melihat akun kecantikan di <i>instagram</i> minimal 1 kali sehari</p> <p>8. Saya membuka <i>instagram</i> 1 sampai 2 kali dalam sehari</p> <p>9. Saya memberi batasan waktu dalam bermain <i>instagram</i></p> <p>10. Saya sering</p>	<p>11. Saya tidak memberi batasan waktu dalam bermain <i>instagram</i></p> <p>12. Saya hanya mengakses <i>instagram</i> lebih 2 kali dalam sehari</p>	6

		menonton postingan akun kecantikan di <i>instagram</i> hanya diwaktu senggang		
Total				12

b. *Body Image*

Dalam pengukuran *body image* peneliti menggunakan skala penampilan tubuh yaitu *self relationship multidimensional* (MBSRQ). Alat ukur Multidimensional Body Self Relationship Questionnaire dikembangkan oleh Thoman F. Cash (2002). Konsep teori yang dikemukakan oleh Cash terdiri dari 7 sub kala (*Appearance Evaluation, Appearance Orientation, Fitness Evaluation, Fitness Orientation, Health Evaluation, Health Orientation, Illness Orientation*) dan 3 sub skala *multi-item* (*Body Area Satisfaction, Overweigh Pre-Occupation* dan *Self-Classified Weigh*).

Alat ukur ini penilaian skalanya dinilai dari “Sangat Tidak Setuju”, “Tidak Setuju”, “Netral”, “Setuju”, dan “Sangat Setuju”. Aitem pada skala ini menunjukkan pernyataan yang *favorable* dan *unfavorable*. Nilai pernyataan *favorable* dimulai dari angka 5 untuk pernyataan “Sangat Setuju” dan 1 untuk pernyataan “Sangat Tidak Setuju”. Sedangkan untuk pernyataan *unfavorable* dimulai dari angka 1 untuk

pernyataan “Sangat Setuju” dan 5 untuk pernyataan “Sangat Tidak Setuju”.

Tabel 3. Blue Print Skala *Body Image*

Aspek	Indikator	Butir pertanyaan		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
Apperance evaluation	Perhatian individu mengenai fisiknya	1. Saya menyukai penampilan saya apa adanya 2. Penampilan saya kurang menarik dibanding dengan teman-teman	3. Saya tidak suka dengan keadaan fisik saya 4. Tubuh saya tidak menarik	4
Appearance orientation	Perhatian individu dalam berpenampilan	5. Saya berhati-hati dalam memilih pakaian yang bisa mempercantik penampilan saya 6. Saya memperhatikan penampilan saya sebelum keluar rumah	7. Saya tidak pernah memikirkan penampilan saya 8. Saya tidak peduli dengan apa yang orang pikirkan mengenai penampilan saya	4

Fitnes evaluation	Perasaan mengenai fisik untuk menjadi sehat	9. Mudah bagi saya untuk belajar keterampilan fisik 10. Saya selalu tahu banyak mengenai olahraga yang sehat	11. Saya tidak terampil dalam berolahraga	3
Fitnes orientation	Perhatian individu menjadi sehat	12. Saya melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kekuatan fisik 13. Menurut saya penting untuk memiliki fisik yang kuat	14. Saya tidak memikirkan kondisi fisik saya	3
Health evaluation	Perasaan individu memiliki kesehatan	15. Secara fisik saya jarang sakit 16. Saya adalah orang yang sehat secara fisik	17. Saya merasa sensitif terhadap penyakit 18. Saya mencoba tidak makan malam agar tidak gemuk	4
Health	Perhatia individu	19. Kesehatan merupakan	22. Saya jarang	5

orientation	tehadap gaya hidup sehat secara Fisik	hal penting bagi hidup saya 20. Saya senang membaca buku yang berkaitan dengan kesehatan 21. Saya mengetahui banyak hal mengenai keadaan fisik saya	memperhatikan kesehatan saya 23. Menurut saya tubuh saya kurang sempurna	
Illness orientation	Ketanggapan terhadap penyakit	24. Saya sangat khawatir pada perubahan sekecil apapun pada kesehatan fisik saya 25. Ketika bercermin saya selalu mengkur tubuh saya	26. Saya mengabaikan penyakit flu dan beraktivitas seperti biasa 27. Ketika saya sakit saya kurang memperhatikan gejala yang terjadi	4
Body area satisfaction	Penerimaan individu terhadap	28. Saya memiliki bagian tubuh atas yang	30. Rambut yang saya miliki	4

	seluruh bagian tubuh	menarik 29. Saya ingin mengubah bentuk wajah saya	tidak menarik 31. Bentuk paha yang saya miliki saat ini tidak bagus	
Overweight pre-occupation	Ketakutan individu dengan bertambahnya berat badan	32. Saya merasa khawatir jika perut saya buncit 33. Saya mempunyai bentuk tubuh seperti model 34. Saya pernah melakukan diet ketat atau puasa untuk mengurangi berat badan 35. Saya terus menerus mencemaskan berat badan saya akan terus bertambah		4
Self-classified weight	Memberi penilaian pada bentuk tubuh yang dimiliki	36. Saya memiliki bentuk tubuh yang normal 37. Kebanyakan orang menganggap saya	38. saya tidak cantik	3

		cantik		
Total				38

5. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah indek yang menentukan alat ukur itu benar dapat mengukur apa yang mau di ukur. Validitas ini besangkutan dengan akuransi instrumen, yang mana teknik korelasi yang digunakan yakni product moment. Untuk mengetahui apakah nilai korelasi pada tiap pertanyaan atau pernyataan itu signifikan maka dilihat dari product moment yang di uji menggunakan SPSS.

Penelitian ini untuk menguji validitas menggunakan SPSS (statistical product and service solution) 26 for windows. Instrumen penelitian dikatakan valid jikalau $r_{ix} > 0,30$. Akan tetapi apabila jumlah item valid tidak cukup untuk memenuhi target yang diinginkan maka kriterianya bisa diturunkan menjadi $> 0,25$ (Azwar, 2017).

Tabel 4

Validitas Penggunaan *Instagram*

Aspek	Indikator	Aitem	Koefisien korelasi	Ket
Durasi	Waktu dalam mengakses <i>instagram</i>	1	0,584	Valid
		2	0,267	Valid
		3	0,193	Gugur
		4	0,583	Valid
		5	0,278	Valid

		6	0,574	Valid
Frekuensi	Seberapa sering mengakses akun <i>instagram</i>	7	0,471	Valid
		8	0,466	Valid
		9	0,598	Valid
		10	0,281	Valid
		11	0,223	Valid
		12	0,472	Valid

Pada tabel diatas bisa dijelaskan bahwa aitem yang gugur berjumlah 1 aitem saja dan yang valid berjumlah 11 aitem. Maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa aitem skala penggunaan *instagram* pada penelitian ini valid karena dapat mewakili dari ke 2 aspek penggunaan *instagram*.

Tabel 5

Validitas *Body Image*

Aspek	Indikator	Aitem	Koefisien kolerasi	Ket
Appearance evaluation	Perhatian individu mengenai fisiknya	1	0,375	valid
		2	0,493	valid
		3	0,041	gugur
		4	0,529	valid
Appearance orientation	Perhatian individu dalam berpenampilan	5	0,477	valid
		6	0,061	gugur

		7	0,441	valid
		8	0,536	valid
Fitnes evaluation	Perasaan mengenai fisik untuk menjadi sehat	9	0,270	valid
		10	0,035	gugur
		11	0,236	valid
Fitnes orientation	Perhatian individu menjadi sehat	12	0,204	gugur
		13	0,379	valid
		14	0,462	valid
Health evaluation	Perasaan individu memiliki kesehatan dan tebebas dari penyakit fisik	15	0,129	gugur
		16	0,469	valid
		17	0,377	valid
		18	0,063	gugur
Health orientation	Perhatia individu terhadap gaya hidup sehat secara Fisik	19	0,263	valid
		20	0,127	gugur
		21	0,306	valid
		22	0,112	gugur
		23	0,636	valid
Illness orientation	Ketanggapan terhadap penyakit	24	0,534	valid
		25	0,539	valid
		26	0,526	valid
		27	0,178	gugur
body area satisfaction	Penerimaan individu terhadap seluruh	28	0,300	valid
		29	0,455	valid

	bagian tubuh	30	0,377	valid
		31	0,236	valid
Oveweight preoccupation	Ketakutan akan naik berat badan	32	0,288	valid
		33	0,398	valid
		34	0,222	valid
		35	0,117	gugur
Self classified weight	Memberi penilaian pada bentuk tubuh yang dimiliki	36	0,286	valid
		37	0,225	valid
		38	0,033	gugur

Penjelasan dari tabel diatas bahwa ada 11 aitem gugur dan 27 aitem yang valid dari 38 jumlah aitem. Pernyataan ini bisa ditarik kesimpulan bahwa bisa dikatakan valid karena semua aitem mewakili ke-10 aspek variabel *body image*.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indek yang dapat mengetahui mengenai sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya. Reliabilitas dapat menunjukkan kosnsitensi suatu alat ukur. Semakin reliabel suatu pengukuran maka semakin tinggi koefisien reliabilitasnya sehingga hampir mendekati angka 1,00 (Azwar, 2017).

Menghitung koefisien Cronbach's Alpha instrumen berfungsi sebagai uji reliabilitas dalam penelitian ini. Apabila Cronbach's Alpha yang didapat melebihi dari 0,05 maka dikatakan reliabel

Tabel 6

Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala Penggunaan *Instagram* Dan *Body Image*:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,589	12

Hasil uji coba reliabilitas pada kedua skala diatas dapat dikatakan reliabel karena hasil uji relibilitas pada kedua skala tersebut reliabilitasnya 0,05 yakni pada skala penggunaan *instagram* menunjukkan nilai reliablitas dengan skala *body image* menunjukkan nilai reliabilitas sebesar 0,589.

6. Uji Analisis Data

Pada metode analisis data, peneliti akan menjabarkan langkah yang digunakan pada penelitian ini, berikut adalah langkah-langkahnya:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018), uji normalitas ialah uji yang memiliki tujuan agar mengetahui terkait variabel independen ataupun dependen apakah memiliki distribusi mendekati normal atau tidak. Kolmogorov semirnov merupakan teknik untuk uji normalitas dalam penelitian ini dengan bantuan SPSS versi 26.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas ialah pengujian yang fungsinya untuk mengetahui kespesifikan antar variabel memiliki sifat garis lurus atau linier (Ghazali, 2018). Untuk uji linieritas dengan memakai bantuan SPSS versi 26.

c. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui adanya hubungan dari dua variabel maka dilakukan uji hipotesis yang mana dipenelitian ini menggunakan dengan desain kolerasional. Yang mana memakai bantuan SPSS versi 26. Dalam penelitian terkait kolerasional antara variabel X (penggunaan *Instagram*) dengan variabel Y (*body image*).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Desa Sepulu

Desa Sepulu adalah desa yang letaknya dikabupaten Bangkalan yang berada dipinggir pantai yang sebelah baratnya berbatasan dengan desa Maneron, sebelah timur berbatasan dengan desa Prancak, sebelah selatan berbatasan dengan desa Kalabetan dan sebelah utara yaitu pulau Jawa. Masyarakat disana rata-rata mata pencahariannya adalah sebagai nelayan.

Sejarah mengenai desa Sepulu sendiri banyak versinya salah satunya yaitu cerita yang berkembang pada masyarakat disana yakni kata Sepulu diambil dari santri yang dulunya pernah datang ke desa tersebut. Konon, ada santri musafir yang jumlahnya 10 yang muncul dari arah barat berjalan dipinggir pantai dan sampai di suatu tempat kesepuluh santri tersebut menetap. Di tempat santri menetap itulah kemudian diberi nama Sepolo, yang dalam bahasa Indonesia "Sepulu".

2. Demografi Desa Sepulu

Provinsi : Jawa Timur

Kabupaten : Bangkalan

Kecamatan : Sepulu

Kode pos : 69154

Jumlah penduduk : 3643

Perempuan : 1923

Laki-laki : 1720

Perbatasan

Utara : Laut Jawa

Selatan : kecamatan Geger

Timur : kecamatan Tanjung Bumi

Barat : kecamatan Klampis

Jarak tempuh ke kota : 21,4 km

Mata pencarian : Nelayan

Luas Wilayah : 1.001,44 km²

3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di desa Sepulu bertepatan pada hari senin, 07 Maret 2022

4. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data

Data yang diambil dalam penelitian ini, yakni dilaksanakan dengan menyebarkan *link* angket penggunaan *instagram* dan *body image*. Jumlah subjek pada penelitian ini yaitu 83 orang para remaja akhir putri pengguna *instagram* yang mengikuti akun kecantikan di desa Sepulu yang usianya 18-22 tahun berikut data subjek berdasarkan umur:

Tabel 7

Data Subjek Berdasarkan Umur

USIA	JUMLAH
18 tahun	21
19 tahun	19

20 tahun	12
21 tahun	6
22 tahun	25
TOTAL	83

Dari data demografis sebaran subyek berdasarkan usia diatas dapat dilihat bahwa subyek terbanyak pada usia 22 tahun sebanyak 25 orang sedangkan pada subyek terendah pada usia 21 tahun dengan jumlah 6 orang.

5. Hambatan-Hambatan Dalam Penelitian

Pengambilan data secara online biasanya membuat para subyek tidak bisa bertanya langsung ketika menemui kesulitan dalam proses mengisi kuesioner seperti hambatan sinyal, sehingga peneliti berusaha untuk menemui secara langsung untuk menjelaskannya dan memberikan tumpangan sinyal atau hotspot supaya lancar seta menungguinya sampa selesai

B. Hasil Penelitian

Hasil penelitian memaparkan beberapa jenis analisis yang dilakukan setelah memperoleh data dari responden penelitian.

1. Uji Normalitas

Untuk mengetahui data yang terkumpul apakah berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal maka dilakukan uji normalitas. Menurut Nisifianoor,(2009) mengatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya > 0.05 , adapun penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 26. Berikut adalah hasil dari uji normalitas:

Tabel 8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	10,13947831
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,058
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan SPSS 26 for windows mendapatkan hasil nilai signifikansi 0,200 yang sesuai dengan pernyataan keputusan pengambilan sebelumnya yaitu data bisa dikatakan normal apabila nilai sig. > 0,05. Maka bisa disimpulkan bahwa data dari ketiga variabel diata dinyakan normal.

1. Uji linieritas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki identifikasi linear atau tidak secara signifikan. Hasil uji linearitas bisa diterima atau terpenuhi apabila mendapatkan nilai signifikan > 0.05. Apabila nilai signifikan < 0.05 maka tidak diterima atau tidak terpenuhi. Berikut adalah hasil dari uji linieritas:

Tabel 9

Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
body image *	Between	(Combined)	2206,533	24	91,939	,848	,665
penggunaan	Groups	Linearity	66,841	1	66,841	,616	,436
instagram		Deviation from Linearity	2139,692	23	93,030	,858	,649
	Within Groups		6290,648	58	108,459		
	Total		8497,181	82			

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.2 memperoleh hasil nilai deviation from linearity $0.649 > 0.05$ yang berarti kedua variabel mempunyai hubungan yang linier. Maka bisa disimpulkan bahwa variabel penggunaan *instagram* dan variabel *body image* mempunyai hubungan yang linear.

2. Uji Deskriptif

Uji deskriptif dilakukan sebagai cara untuk mengetahui jawaban dari rumusan masalah serta untuk mencapai tujuan pada penelitian. Data yang ditampilkan pada uji deskriptif ini harus disusun dengan rapi agar memudahkan pada proses interpretasi. Hasil penilaian dari laporan statistik deskriptif berupa means, standar deviasi dan kategorisasi.

a. Skor Empirik

Skor empirik adalah data berbentuk jumlah angka yang diperoleh dari

perhitungan kuesioner dan bertujuan untuk mengetahui tingkat rendah, sedang dan tinggi pada setiap variabel penelitian. Data skor empirik yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 10
Deskripsi Skor Empirik
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
penggunaan instagram	83	25	54	39,35	6,051
body image	83	90	149	112,24	10,180
Valid N (listwise)	83				

Skala penggunaan *instagram* pada penelitian ini mempunyai hasil skor item minimal 25 dan maksimal 54 dengan mean sekitar 39,35 dan standar deviasi sebesar 6,051. Skala *body image* mempunyai hasil skor item minimal 90 dan maksimal 149 dengan hasil mean 112,24 dan standar deviasi 10,180.

b. Deskripsi Kategorisasi Data

Berikut yang menjelaskan skor norma hipotetik dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

Tabel 11
Norma Kategorisasi

Kategorisasi	Norma
Rendah	$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$
Sedang	$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$
Tinggi	$X > (\text{Mean} + 1\text{SD})$

Penelitian ini mengkategorisasikan data dengan nilai mean dan satandar deviasi pada setiap variabel. Setelah diperoleh hasilnya maka dikelompokan menggunakan SPSS 26 for windows menjadi tiga kategorisasi data yaitu: tinggi, sedang dan rendah. Berikut penjelasan kategorisasi datanya:

1. Penggunaan *Instagram*

Batas masing-masing katergori dibagi menjadi 3 setelah menemukan skor pada masing-masing katergori norma yang berlaku. Berikut penjelasan secara rinci mengenai skala penggunaan *instagram*:

Tabel 12

Kategorisasi Penggunaan *Instagram*

Kategorisasi	Kriteria
Rendah	$X < 33,2$
Sedang	$33,2 > X < 45,5$
Tinggi	$X \geq 45,5$

Tabel 13

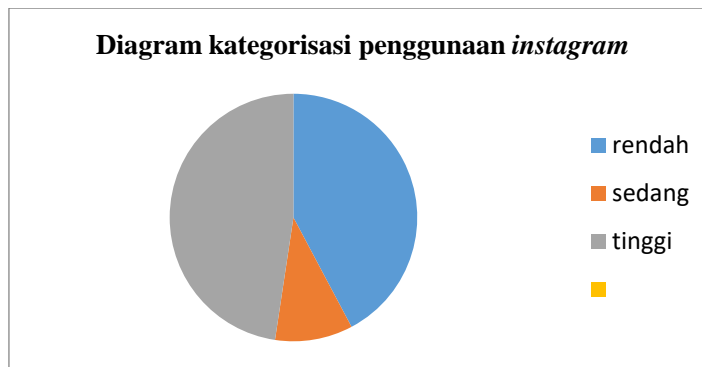
Deskripsi Kategorisasi Penggunaan *Instagram*

Kategori penggunaan instagram

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	11	13,3	13,3	13,3
	sedang	57	68,7	68,7	81,9
	tinggi	15	18,1	18,1	100,0

Total	83	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil bahwa remaja akhir putri pada penggunaan *instagram* dengan tingkat tinggi sebanyak 15 remaja dari 83 responden dengan persentasi 18,1%. Remaja akhir putri tingkat sedang berjumlah 58 remaja dari 83 responden dengan persentasi 68,7% dan tingkat rendah berjumlah 11 remaja dari 83 responden dengan persentasi 13,3% . Penjelasan lebih lanjut dan jelas bisa lihat diagram dibawah ini:



2. *Body image*

Berikut penjelasan hasil kategorisasi skala *body image*:

Tabel 14

Kategorisasi *Body Image*

Kategorisasi	Kriteria
Rendah	$X < 102$
Sedang	$102 \geq X < 122$
Tinggi	$X \geq 122$

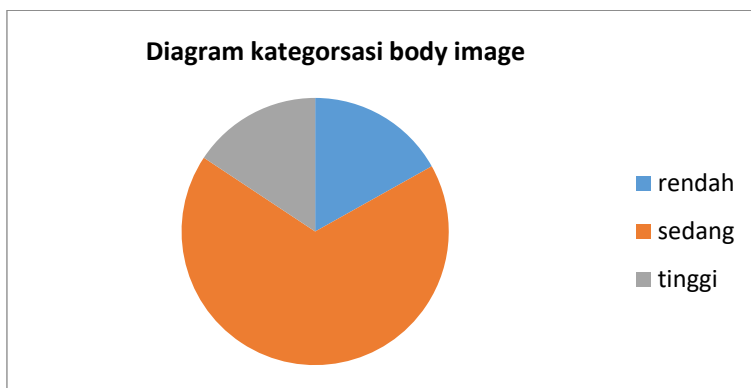
Tabel 15

Deskripsi Kategorisasi *Body Image*

Kategori body image

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	14	16,9	16,9	16,9
	sedang	56	67,5	67,5	84,3
	tinggi	13	15,7	15,7	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil bahwa remaja akhir putri pada variabel *body image* dengan tingkat tinggi sebanyak 13 remaja dari 83 responden dengan persentasi 15,7%. Remaja akhir putri tingkat sedang berjumlah 56 remaja dari 83 responden dengan persentasi 67,5% dan tingkat rendah berjumlah 14 remaja dari 83 responden dengan persentasi 16,9% . Penjelasan lebih lanjut dan jelas bisa lihat diagram dibawah ini:



3. Uji Kolerasi

Tujuan uji kolerasi sendiri yaitu untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan

antar variabel. Ada dua dasar pengambilan keputusan untuk mengetahui hubungan dan kekuatan hubungan antar variabel. Jika hasil nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dikatakan berkolerasi sedangkan jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka tidak berkolerasi Santoso(2014). Untuk mengetahui kekuatan hubungan antar variabel sebagai berikut:

- a. Jika nilai pearson 0,10 – 0,29 kolerasi lemah
- b. Jika nilai pearson 0,30 – 0,49 kolerasi sedang
- c. Jika nilai pearson 0,50 – 1,0 kolerasi kuat. Berikut adalah tabel dari hasil uji kolerasi.

Tabel 16
Hasil Uji Kolerasi
Correlations

		penggunaan instagram	body image
penggunaan instagram	Pearson Correlation	1	.407**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	83	83
body image	Pearson Correlation	.407**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	83	83

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji analisis dapat dikatakan bahwa antara variabel

penggunaan *instagram* (bebas) dengan variabel *body image* (terikat) memiliki korelasi dengan nilai yang diperoleh sebesar 0,495 dan nilai sigfinikansi $p = 0,000 < 0,05$ dengan banyaknya sampel sejumlah 83 remaja akhir putri. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan signifikan yang positif antara variabel penggunaan *instagram* dengan variabel *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepuluh dengan nilai *pearson correlation* sebesar 0,407.

C. Pembahasan

1. Tingkat Penggunaan Instagram

Berdasarkan hasil analisis pada remaja akhir putri di desa Sepuluh, terdiri dari tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Kategori tingkat tinggi berjumlah 15 remaja dengan persentasi 18,1%, tingkat sedang berjumlah 58 remaja dengan persentasi 68,7% dan pada tingkat rendah berjumlah 11 remaja dengan persentasi 13,3%. Maka bisa disimpulkan bahwa remaja akhir putri di desa Sepuluh dalam penggunaan *instagram* berada pada tingkat sedang. Hasil ini dapat diartikan bahwa subyek dalam penggunaan *instagram* memiliki kontrol waktu yang cukup baik serta dapat dengan memanfaatkan media tersebut dengan baik sehingga dapat membentuk *body image* yang positif.

Penelitian yang dilakukan oleh Daviz (2001) mengungkapkan bahwa media sosial memang dapat memberikan dampak positif bagi penggunanya, tetapi juga dapat memberikan dampak negatif bagi kehidupan remaja hal itu disebabkan ketidakmampuan seseorang dalam mengontrol waktu dalam penggunaan media sosial tersebut. Menurut Kuss dan Griffth (2011), ketika penggunaan media sosial mendominasi keseharian subyek tentu akan meningkatkan kecanduan subyek dalam membuka media sosial sehingga menjadikan media sosial salah satu hal penting yang

harus ia cek setiap hari, namun apabila memiliki kontrol waktu yang baik akan berdampak positif bagi diri sendiri.

2. Tingkat *Body Image*

Individu yang memiliki tingkat *body image* yang tinggi merupakan individu yang memiliki kecenderungan untuk membandingkan fisiknya dengan bentuk tubuh yang ideal. Kim dan Chock (2015), menggambarkan *body image* individu dapat dipengaruhi oleh pemberitaan yang beredar di media khususnya wanita usia 18-25 tahun, karena media bisa memainkan peran penting dalam komunikasi dan memberikan suatu informasi yang memperkuat foto dengan tubuh ideal yang banyak digemari oleh individu usia 18-25 tahun.

Dari hasil perhitungan hipotetik untuk tingkat *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepulu yang masuk dalam kategori tinggi sebanyak 13 remaja dengan persentasi 15,7%, pada persentasi sedang sebanyak 56 remaja dengan persentasi 67,5% dan pada kategori rendah sebanyak 14 dengan persentasi 16,9% sehingga dapat diartikan bahwa remaja akhir putri di desa Sepulu masuk dalam kategori sedang yang memiliki kecenderungan cukup positif terhadap penilaian bentuk tubuhnya, sehingga individu tersebut memiliki perasaan puas seta tidak membandingkan tubuhnya dengan bentuk tubuh ideal, penerimaan jati diri yang baik dan peduli terhadap tubuh dan kesehatannya (Irianita, 2007)

Menurut Cash (1994) banyak faktor yang mempengaruhi *body image* individu. Pertama, jenis kelamin. Jenis kelamin berpengaruh karena ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh dan penampilan terjadi pada perempuan dibandingkan laki-laki. Dikatakan demikian karena ketika perempuan sudah memasuki tahap remaja terhadap

perubahan dari segi bentuk tubuh dan penampilan fisik. Perempuan cenderung mengkritik bentuk tubuh mereka, dan cenderung memiliki persepsi yang kurang baik terhadap bentuk tubuh dan penampilan fisiknya. Lain halnya dengan laki-laki yang cenderung memperhatikan penampilan dibagian tertentu yang menurut mereka pantas dipertahankan.

Nomor dua adalah media massa. Tiggeman (Cash, 1994) mengatakan bahwa media massa berpengaruh kuat dalam budaya social. Hal itu karena akses internet telah sangat mudah digunakan, sehingga semua individu dapat mengakses segala pemberitaan yang ada di media sosial. Mereka juga dengan mudahnya mengakses tentang penampilan fisik. Dapat mereka lihat, di media sosial jika dia ingin terlihat cantik dan menarik, dia harus memiliki bentuk tubuh yang seperti ditampilkan, sehingga individu mengikuti apa yang sedang terkenal pada masa tersebut.

Faktor yang mempengaruhi *body image* yang terakhir adalah hubungan interpersonal, bahwa umpan balik terhadap penampilan individu juga dapat berpengaruh pada *body image*. Ketika individu lain memberikan penilaian terhadap penampilan individu tersebut, hal itu akan menjadikan individu tersebut membanding-bandingkan dirinya dengan individu lainnya.

3. Hubungan Penggunaan Instagram dengan Body Image

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara penggunaan instagram dengan body image remaja akhir putri didesa Sepulu. Berdasarkan analisis statistik yang dilakukan penulis dengan menggunakan tehnik kolerasiproduct moment meenunjukkan hasil $r = 0,407$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) berarti hipotesis yang diajukan diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat

kolerasi yang positif dan signifikan antara penggunaan instagram dengan body image, yang memiliki makna bahwa semakin tinggi penggunaan instagram yang dilakukan seseorang maka semakin tinggi pula body imagenya.

Dapat dilihat dari hasil uji kolerasi tersebut bahwasannya ada hubungan positif antara penggunaan instagram dengan body image yang dapat diartikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan instagram maka semakin tinggi pula kecenderungan terjadinya ketidakpuasan pada tubuh. Hal ini didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Fardouly, dkk(2015) dimana intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan dengan *body image* yang mana semakin tinggi tingkat penggunaan media sosialnya maka semakin tinggi pula kecenderungan subyek dalam membandingkan dirinya dengan perempuan lain yang dilihatnya.

Menurut Sukamto (2019), yang menyebutkan bahwa ketika perempuan menjelajah media sosial, mereka akan cenderung membandingkan tubuhnya dengan orang lain baik secara sadar ataupun tidak sadar dikarenakan banyaknya tayangan yang menampilkan gambar dengan bentuk tubuh ideal atau dengan wajah yang cantik.

Menurut Longe (Cash, 1994) juga berpendapat bahwa tayangan yang sering memperlihatkan gambar dengan tubuh yang ideal dapat berpengaruh dalam terbentuknya body image, misalkan gambar-gambar yang terdapat pada majalah, televisi, dan media sosial yang mengandung tentang standart kecantikan seperti tubuh yang ideal.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan analisis hasil penelitian dan pembahasan tentang hubungan antara penggunaan *instagram* dan *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepulu, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara variabel penggunaan *instagram* dengan *body image* pada remaja akhir putri di desa Sepulu dengan nilai korelasi 0,407. Sedangkan pada tingkat penggunaan *instagram* pada remaja akhir putri di desa Sepulu tergolong dalam kategori sedang dengan jumlah subyek 57 dengan persentase 68,7% yang artinya subyek memiliki kecenderungan yang cukup baik dalam penggunaan *instagram* dan dapat memiliki kontrol waktu yang cukup baik. Sedangkan pada tingkat *body image* remaja akhir putri di desa Sepulu tergolong dalam kategori sedang dengan jumlah subyek 56 orang dengan persentase 76,5%, yang artinya rata-rata subyek memiliki penilaian yang cukup positif terhadap tubuhnya.

B. Saran

1. Bagi subyek penelitian

Diharapkan subyek dalam penelitian ini untuk lebih lagi dapat mengatur waktu dalam penggunaan *instagram* dan lebih selektif lagi dalam melihat akun-akun yang berada pada *instagram* sehingga tidak menimbulkan dampak negatif.

2. Bagi keluarga

Pentingnya pengawasan orang tua dalam proses perkembangan anak maka diharapkan pada keluarga juga mengetahui dan mengawasi anak dalam bermain media sosial agar tidak menimbulkan dampak-dampak negatif .

3. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini jauh dari kata sempurna. Diharapkan untuk meneliti lebih jauh lagi tentang penggunaan *instagram* serta body image serta pada remaja sehingga dapat memperluas lingkup penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2015). Pengaruh media sosial instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi pekanbaru. *Jurnal Fisip*, 2, 1-14.
- Ali, M., & Asrori, M. (2016). *Psikologi Remaja, Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azwar, Saifudin. 1995. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya Edisi Kedua*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar. Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. SEKARA
- Azwar. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bestiana, D. (2012). Citra Tubuh dan Konsep Tubuh Ideal Mahasiswa. *FISIP Universitas Airlangga Surabaya*, 1-11.
- Brown, Z., & Tiggeman, M. (2016). Attractive Celebrity and Peer Images on Instagram Effect on Woman and Body Image. *Body Image*, 37
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image A Hand Book of Theory, Research, and Clinical Practice*. USA: The Guildford Press.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (2012). *Body image A handbook of science, practice, and prevention, 2nd ed.* USA: The Guilford Press.
- Cash, F. Thomas. (1994). *Body Images Attitude: Evaluation, Investment and Effect: Perceptual Motor Skills*. *Journal of Psychology*, 24, hlm. 122-129
- Chaplin, J.P. 2006. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Devito, Joseph. 2010. *Komunikasi Antarmanusia*, Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Daryanto, S.S. 1997. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Appolo.
- Dacey, J., & Kenny, M. (1997). *Adolescent development (2nd)*. Boston: McGraw-Hill.
- Daviz, R. (2001). A Cognitive-Behavioral model of pathological internet use. *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187–195.
- Ellision, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-*

- Mediated Communication*, 1149.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young Women's Body Image Concerns and Mood. *Body Image*, 44.
- Golbeck, J., Robles, C., dan Turner, K. 2011. Predicting personality with social media. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*. 253-262.
- Gustiana, H. (2015). Kolerasi Media Sosial Instagram Dengan Persentasi Diri. *Jom FISIP*, 1-15.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hurlock, B. Elizabeth. 2006. *Perkembangan Anak Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Gramedia.
- Hurlock, Elizabeth B.. 2003 Psikologi Perkembangan. Jakarta. Erlangga
- Hogue, V., & Millis, J. S. (2019). The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body Image*, 1-5.
- Hafi M, Ashari, *Kamus Psychology* (Surabaya: Usaha Nasional, 1996.
- Irianita, J. W. (2007). Body Image Mahasiswa yang Menggunakan Tato. *Jurnal Universitas Brawijaya*, 7-8.
- Kim, J. W., & Chock, T. M. (2015). Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 338.
- Kuss, D.J. & Griffiths, M.D. (2011b). "Excessive online social networking: Can adolescents become addicted to Facebook?". *Education and Health*. 29, (4), hlm.68-71.
- Landsverk, Kjell Harvor. 2014. *The Instagram Handbook. 2014 Edition*. United Kingdom: Primehead Limited.
- Maurilla, T., Karisma, M., & Suarya, S. (2020). Peran intensitas komunikasi di Instagram dan perbandingan sosial terhadap ketidakpuasan tubuh pada perempuan remaja akhir. *Jurnal Psikologi*, 185.
- Mintaraga, S. (2016). Peran intensitas komunikasi di Instagram dan perbandingan sosial terhadap

- ketidakpuasan tubuh pada perempuan remaja akhir. *Journal of Management Studies*, 84.
- Perloff, Richard M. 2017. *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in The 21st Century Sixth Edition*. New York: Routledge.
- Rutledge, C. M., Gillmor, K. L., & Gillen, M. M. (2013).). Does This Profile Picture Make Me Look Fat? Facebook and Body image in College Students. *Psychology of Popular Media Culture*, 255-256.
- Santrock, L. (2012). *Adolescence Tenth Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Salim. Syahrur. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Cipta Pustaka.
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Method For Bussiness, 3rd Edition*. New York: John Wiley & Sons Inc
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Santrock , J. W. (2012). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Solisitiawati, A., & Sitasari, N. (2015). Hubungan antara citra tubuh dengan harga diri remaja akhir putri (studi pada mahasiswi reguler Universitas Esa Unggul). *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 13-15.
- Thalib, S. B. (2017). Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif. *Jurnal Psikologika*, 389.
- Uzzaman, Anis. (2015). *Startup Pedia*. Yogyakarta: Bentang.
- Wallis, J. (2013). *The Effects of Social Media on The Body Satisfaction of Adolescent and Young Adult Females*. ManhattaN: State University, Department of Apparel, Textiles, and Interior Design College of Human Ecolog.
- Zimbardo, P. G. (1992). *Psychology and Life, USA: Harper Collins*. USA: Harper Collins

LAMPIRAN 1
ANGKET PENGGUNAAN INSTAGRAM

NAMA:

UMUR:

Petunjuk Pengisian

1. Baca dan pahami setiap pertanyaan di bawah ini dengan teliti dan benar.
2. Pilihlah salah satu dari 5 pilihan jawaban yang telah tersedia dengan memberi tanda (√) pada kolom tersebut yang benar-benar sesuai dengan diri Anda. Dengan ketentuan sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

3. Pastikan tidak ada jawaban yang terlewati

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya dapat mengahbiskan waktu berjam-jam untuk bermain instagram					
2.	Saya sering mengakses instagram untuk berkomunikasi					
3.	Saya sering mencari informasi kecantikan di instagram samapai larut malam					
4.	Saya mengahbiskan waktu lebih dari 10 menit saat bermain instagram					
5.	Biasanya saya mengakses instagram kurang dari 10 menit					
6.	Saya tidak sering mengakses instagram sampai larut malam					
7.	Saya melihat akun kecantikan di instagram minimal 1 kali					
8.	Saya membuka instagram hanya 1 sampai 2 kali dalam sehari					

9.	Ssaya memberi batasan waktu dalam berain instagram					
10.	Saya sering menonton postingan akun kecantikan di waktu senggang					
11.	Saya tidak memberi batasan waktu dalam bermain instagram					
12.	Saya mengakses instagram lebih dari 2 kali dalam sehari					

ANGKET *BODY IMAGE*

Nama :

Umur :

Petunjuk Pengisian

1. Baca dan pahami setiap pertanyaan di bawah ini dengan teliti dan benar.
2. Pilihlah salah satu dari 5 pilihan jawaban yang telah tersedia dengan memberi tanda (√) pada kolom tersebut yang benar-benar sesuai dengan diri Anda. Dengan ketentuan sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

3. Pastikan tidak ada jawaban yang terlewat

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menyukai penampilan saya apa adanya					
2.	Penampilan saya menarik dibanding teman-teman					
3.	Saya tidak suka dengan keadaan fisik saya					
4.	Tubuh saya tidak menarik					
5.	Saya berhati-hati dalam memilih pakaian yang bisa mempercantik penampilan saya					
6.	Saya memperhatikan penampilan saya sebelum keluar rumah					
7.	Saya tidak pernah memikirkan soal penampilan					

8.	Saya tidak peduli dengan apa yang orang pikirkan mengenai penampilan saya					
9.	Mudah bagi saya untuk belajar keterampilan fisik					
10.	Saya selalu tahu banyak mengenai olahraga yang sehat					
11.	Saya tidak terampil dalam olahraga					
12.	Saya melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan fisik					
13.	Menurut saya penting memiliki fisik yang sehat					
14.	Saya tidak memikirkan kondisi fisik saya					
15.	Secara fisik saya jarang sakit					
16.	Saya adalah orang yang sehat secara fisik					
17.	Saya merasa sensitif terhadap penyakit					
18.	Saya mencoba tidak makan malam agar tidak gemuk					
19.	Kesehatan merupakan hal penting bagi hidup saya					
20.	Saya senang membaca buku yang berkaitan dengan kesehatan					
21.	Saya mengetahui banyak hal mengenai keadaan fisik saya					
22.	Saya jarang memperhatikan kesehatan saya					
23.	Menurut saya tubuh saya kurang sempurna					
24.	Saya khawatir pada perubahan sekecil apapun pada kesehatan saya					
25.	Ketika bercermin saya selalu mengukur tubuh saya					
26.	Saya mengabaikan penyakit flu dan beraktivitas seperti biasa					
27.	Ketika saya sakit saya kurang memperhatikan gejala yang terjadi					
28.	Saya memiliki bagian tubuh atas yang menarik					
29.	Saya ingin mengubah bentuk wajah saya					
30.	Rambut yang saya miliki tidak menarik					
31.	Bentuk paha yang saya miliki saat ini tidak bagus					
32.	Saya merasa khawatir jika perut saya buncit					
33.	Saya memiliki bentuk tubuh seperti model					
34.	Saya pernah melakukan diet ketat atau puasa untuk mengurangi berat badan					
35.	Saya terus menerus mencemaskan berat badan saya akan terus bertambah					
36.	Saya memiliki bentuk tubuh yang normal					
37.	Kebanyakan orang menganggap saya cantik					
38.	Saya tidak cantik					

LAMPIRAN 2

HASIL PENGUJIAN UJI VALIDITAS PENGGUNAAN *INSTAGRAM*

Correlations													
	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013
Pearson Correlation	1	,073	,144	,411**	,050	,238*	,259*	,106	,338**	,068	-,053	,356**	,584**
Sig. (2-tailed)		,522	,203	,000	,657	,033	,020	,351	,002	,547	,639	,001	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,073	1	,033	-,194	,116	-,068	,042	-,050	,179	,248*	-,092	,079	,267*
Sig. (2-tailed)	,522		,772	,084	,306	,548	,711	,662	,112	,027	,417	,488	,017
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,144	,033	1	,061	-,097	,041	,135	-,088	,266*	-,081	-,434**	,082	,193
Sig. (2-tailed)	,203	,772		,589	,393	,721	,234	,440	,017	,473	,000	,469	,086
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,411**	-,194	,061	1	,081	,457**	,258*	,276*	,198	,135	,050	,207	,583**
Sig. (2-tailed)	,000	,084	,589		,473	,000	,021	,013	,078	,233	,661	,065	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,050	,116	-,097	,081	1	,018	-,033	,021	,125	,180	-,001	-,114	,278*
Sig. (2-tailed)	,657	,306	,393	,473		,871	,774	,854	,270	,111	,996	,314	,013
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,238*	-,068	,041	,457**	,018	1	,208	,324**	,226*	,080	,122	,254*	,574**
Sig. (2-tailed)	,033	,548	,721	,000	,871		,064	,003	,044	,482	,282	,023	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,259*	,042	,135	,258*	-,033	,208	1	,065	,153	,040	,070	,238*	,471**
Sig. (2-tailed)	,020	,711	,234	,021	,774	,064		,567	,174	,727	,535	,033	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,106	-,050	-,088	,276*	,021	,324**	,065	1	,182	-,085	,369**	,277*	,466**
Sig. (2-tailed)	,351	,662	,440	,013	,854	,003	,567		,106	,454	,001	,013	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Sig. (2-tailed)	,351	,662	,440	,013	,854	,003	,567		,106	,454	,001	,013	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,338**	,179	,266*	,198	,125	,226*	,153	,182	1	-,084	,058	,443**	,598**
Sig. (2-tailed)	,002	,112	,017	,078	,270	,044	,174	,106		,457	,611	,000	,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,068	,248*	-,081	,135	,180	,080	,040	-,085	-,084	1	-,141	-,023	,281*
Sig. (2-tailed)	,547	,027	,473	,233	,111	,482	,727	,454	,457		,212	,841	,012
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	-,053	-,092	-,434**	,050	-,001	,122	,070	,369**	,058	-,141	1	,207	,223*
Sig. (2-tailed)	,639	,417	,000	,661	,996	,282	,535	,001	,611	,212		,066	,047
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,356**	,079	,082	,207	-,114	,254*	,238*	,277*	,443**	-,023	,207	1	,580**
Sig. (2-tailed)	,001	,488	,469	,065	,314	,023	,033	,013	,000	,841	,066		,000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Pearson Correlation	,584**	,267*	,193	,583**	,278*	,574**	,471**	,466**	,598**	,281*	,223*	,580**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,017	,086	,000	,013	,000	,000	,000	,000	,012	,047	,000	
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

ation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI VALIDITAS *BODY IMAGE*

Correlations

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011
VAR00001	Pearson Correlation	1	,477**	-,425**	,191	,320**	-,367**	,800**	,483**	,217	-,297**	-,366**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,090	,004	,001	,000	,000	,053	,007	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00002	Pearson Correlation	,477**	1	-,082	,417**	,353**	-,188	,360**	,407**	,129	-,113	-,130
	Sig. (2-tailed)	,000		,472	,000	,001	,094	,001	,000	,253	,319	,251
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00003	Pearson Correlation	-,425**	-,082	1	,183	-,201	,394**	-,295**	-,220	-,248*	,402**	,377**
	Sig. (2-tailed)	,000	,472		,105	,074	,000	,008	,050	,026	,000	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00004	Pearson Correlation	,191	,417**	,183	1	,310**	,240*	,268*	,255*	,016	,067	-,021
	Sig. (2-tailed)	,090	,000	,105		,005	,032	,016	,023	,889	,553	,854
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00005	Pearson Correlation	,320**	,353**	-,201	,310**	1	-,147	,236*	,409**	,203	-,240*	-,384**
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,074	,005		,193	,035	,000	,071	,032	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00006	Pearson Correlation	-,367**	-,188	,394**	,240*	-,147	1	-,310**	-,388**	-,260*	,403**	,327**
	Sig. (2-tailed)	,001	,094	,000	,032	,193		,005	,000	,020	,000	,003
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00007	Pearson Correlation	,800**	,360**	-,295**	,268*	,236*	-,310**	1	,488**	,198	-,227*	-,297**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,008	,016	,035	,005		,000	,078	,042	,008
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024	VAR00025	VAR00026
-,366**	,239*	,378**	-,344**	,317**	,181	-,027	,110	-,349**	,458**	-,147	,350**	,287**	,264*	,248*
,001	,033	,001	,002	,004	,108	,814	,330	,002	,000	,193	,001	,010	,018	,026
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,142	,447**	,395**	-,204	,433**	,182	-,147	,222*	-,204	,363**	-,121	,351**	,182	,126	,179
,210	,000	,000	,070	,000	,106	,192	,048	,069	,001	,286	,001	,107	,266	,112
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,317**	,114	-,111	,301**	-,130	-,168	,030	-,113	,197	-,254*	-,148	-,215	-,207	-,297**	-,168
,004	,312	,328	,007	,251	,136	,790	,318	,079	,023	,190	,056	,065	,008	,137
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,008	,341**	,168	,025	,225*	,020	,006	-,003	,034	-,028	,035	,292**	,152	,088	,152
,943	,002	,137	,826	,045	,862	,959	,979	,765	,805	,761	,009	,177	,436	,178
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,386**	,134	,072	,019	,198	,171	-,109	-,087	-,061	,002	,025	,338**	,242*	,278*	,297**
,000	,235	,528	,864	,078	,129	,336	,443	,591	,985	,829	,002	,030	,013	,007
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,336**	-,162	-,101	,270*	-,198	-,129	,132	-,099	,224*	-,245*	,094	-,192	-,160	-,107	-,102
,002	,152	,373	,015	,078	,253	,242	,384	,045	,028	,407	,088	,157	,343	,366
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,292**	,151	,316**	-,196	,152	,175	,054	,132	-,184	,255*	,052	,415**	,298**	,197	,174
,009	,181	,004	,082	,177	,121	,636	,245	,102	,022	,647	,000	,007	,080	,122
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

VAR00027	VAR00028	VAR00029	VAR00030	VAR00031	VAR00032	VAR00033	VAR00034	VAR00035	VAR00036	VAR00037	VAR00038	VAR00039
-.042	,179	,181	,069	-.020	-.030	,206	-.055	-.123	-.041	,227*	-.164	,375**
,713	,113	,108	,543	,861	,792	,067	,626	,275	,715	,043	,145	,001
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,034	,314**	,259*	,145	-.236*	-.047	,073	-.189	-.110	,095	,163	-.156	,493**
,763	,005	,020	,199	,035	,676	,520	,092	,329	,404	,149	,168	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.114	-.127	-.086	-.042	,048	-.050	-.067	-.061	,140	-.043	-.062	,005	-.041
,313	,261	,447	,711	,674	,659	,554	,593	,214	,706	,585	,964	,716
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.006	,166	,268*	,274*	-.014	,150	,181	,037	-.003	-.035	,158	-.009	,529**
,959	,142	,016	,014	,904	,184	,107	,747	,976	,758	,162	,937	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,235*	,191	,202	,093	,061	,126	,154	,186	-.059	,220	,246*	,052	,477**
,036	,090	,073	,410	,589	,265	,172	,099	,601	,050	,028	,647	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.005	,018	,035	-.091	,036	,025	,071	,075	,064	,168	-.088	,189	,061
,967	,876	,757	,420	,749	,827	,530	,511	,570	,135	,435	,093	,589
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.002	,240*	,116	,330**	,016	,001	,243*	-.003	-.109	-.126	,275*	-.172	,441**
,984	,032	,306	,003	,888	,991	,030	,979	,338	,266	,014	,127	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

VAR00008	Pearson Correlation	,483**	,407**	-.220	,255*	,409**	-.388**	,488**	1	,410**	-.367**	-.453**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,050	,023	,000	,000	,000		,000	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00009	Pearson Correlation	,217	,129	-.248*	,016	,203	-.260*	,198	,410**	1	-.170	-.303**
	Sig. (2-tailed)	,053	,253	,026	,889	,071	,020	,078	,000		,131	,006
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00010	Pearson Correlation	-.297**	-.113	,402**	,067	-.240*	,403**	-.227*	-.367**	-.170	1	,649**
	Sig. (2-tailed)	,007	,319	,000	,553	,032	,000	,042	,001	,131		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00011	Pearson Correlation	-.366**	-.130	,377**	-.021	-.384**	,327**	-.297**	-.453**	-.303**	,649**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,251	,001	,854	,000	,003	,008	,000	,006	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00012	Pearson Correlation	-.366**	-.142	,317**	,008	-.386**	,336**	-.292**	-.489**	-.402**	,633**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,001	,210	,004	,943	,000	,002	,009	,000	,000	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00013	Pearson Correlation	,239*	,447**	,114	,341**	,134	-.162	,151	,246*	-.140	,019	,012
	Sig. (2-tailed)	,033	,000	,312	,002	,235	,152	,181	,028	,217	,869	,916
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00014	Pearson Correlation	,378**	,395**	-.111	,168	,072	-.101	,316**	,345**	-.038	-.278*	-.186
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,328	,137	,528	,373	,004	,002	,736	,012	,099
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00015	Pearson Correlation	-.344**	-.204	,301**	,025	,019	,270*	-.196	-.088	-.070	,358**	,366**
	Sig. (2-tailed)	,002	,070	,007	,826	,864	,015	,082	,440	,539	,001	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

,246	,345**	-,088	,425**	,266	-,147	,138	-,219	,302**	-,073	,627**	,419**	,491**	,397**	,008
,028	,002	,440	,000	,017	,194	,221	,051	,007	,520	,000	,000	,000	,000	,946
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,140	-,038	-,070	,183	,286*	-,112	,015	,059	,140	,137	,197	,220*	,244*	,104	,114
,217	,736	,539	,104	,010	,322	,893	,602	,217	,227	,081	,049	,029	,356	,312
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,019	-,278*	,358**	-,108	-,161	,267*	-,138	,266*	-,157	-,079	-,155	-,186	-,256*	-,198	,108
,869	,012	,001	,341	,153	,017	,222	,017	,165	,487	,170	,098	,022	,078	,340
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,012	-,186	,366**	-,197	-,218	,264*	-,201	,271*	-,304**	-,100	-,192	-,293**	-,396**	-,362**	-,014
,916	,099	,001	,079	,052	,018	,074	,015	,006	,375	,088	,008	,000	,001	,903
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,003	-,257*	,228*	-,137	-,154	,156	-,149	,245*	-,295**	-,033	-,350**	-,367**	-,370**	-,298**	-,008
,978	,021	,042	,227	,172	,167	,188	,029	,008	,774	,001	,001	,001	,007	,946
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
1	,256*	,010	,350**	,094	-,057	,064	-,139	,159	-,248*	,298**	,144	,118	,236*	-,082
	,022	,931	,001	,409	,618	,571	,219	,160	,026	,007	,203	,297	,035	,470
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,256*	1	-,251*	,442**	,307**	-,080	,328**	-,144	,546**	-,198	,371**	,343**	,285*	,431**	-,083
,022		,025	,000	,006	,479	,003	,204	,000	,078	,001	,002	,010	,000	,465
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,010	-,251*	1	-,175	-,164	,295**	,033	,332**	-,367**	,109	-,021	-,015	-,063	-,085	,069
,931	,025		,120	,146	,008	,771	,003	,001	,336	,856	,895	,580	,453	,544
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

,008	,055	,167	,200	,222*	,058	,046	,161	-,084	,051	,112	-,096	,536**
,946	,628	,139	,075	,048	,608	,688	,153	,459	,654	,321	,397	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,114	-,017	,038	-,039	,140	-,021	,130	,114	-,045	,062	,073	,055	,270*
,312	,884	,741	,733	,217	,852	,250	,314	,690	,583	,519	,629	,015
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,108	-,056	-,024	-,052	-,017	-,017	-,011	-,060	-,023	-,012	-,112	,110	,035
,340	,622	,830	,644	,883	,880	,924	,594	,838	,916	,325	,331	,755
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,014	-,134	-,114	-,045	-,083	-,070	-,046	-,178	-,024	,031	-,052	-,004	-,136
,903	,237	,313	,693	,464	,535	,685	,115	,830	,786	,646	,969	,228
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,008	-,090	-,166	-,079	-,114	-,109	-,182	-,230*	,013	,022	-,138	,048	-,204
,946	,426	,141	,486	,313	,335	,107	,040	,908	,849	,221	,671	,070
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,082	,326**	,317**	,253*	-,082	,030	,082	-,155	,102	-,207	-,019	-,318**	,379**
,470	,003	,004	,023	,467	,789	,471	,169	,366	,065	,868	,004	,001
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,083	,065	,296**	,225*	-,058	,082	,157	,152	-,009	,079	-,034	-,223*	,462**
,465	,569	,008	,045	,607	,472	,165	,178	,937	,486	,763	,047	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,069	-,080	,018	,056	,049	,045	,034	,127	,077	-,013	-,137	,057	,129
,544	,478	,877	,622	,667	,694	,762	,260	,496	,910	,226	,615	,255
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

VAR00016	Pearson Correlation	,317**	,433**	-,130	,225*	,198	-,198	,152	,425**	,183	-,108	-,197
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,251	,045	,078	,078	,177	,000	,104	,341	,079
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00017	Pearson Correlation	,181	,182	-,168	,020	,171	-,129	,175	,266*	,286*	-,161	-,218
	Sig. (2-tailed)	,108	,106	,136	,862	,129	,253	,121	,017	,010	,153	,052
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00018	Pearson Correlation	-,027	-,147	,030	,006	-,109	,132	,054	-,147	-,112	,267*	,264*
	Sig. (2-tailed)	,814	,192	,790	,959	,336	,242	,636	,194	,322	,017	,018
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00019	Pearson Correlation	,110	,222*	-,113	-,003	-,087	-,099	,132	,138	,015	-,138	-,201
	Sig. (2-tailed)	,330	,048	,318	,979	,443	,384	,245	,221	,893	,222	,074
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00020	Pearson Correlation	-,349**	-,204	,197	,034	-,061	,224*	-,184	-,219	,059	,266*	,271*
	Sig. (2-tailed)	,002	,069	,079	,765	,591	,045	,102	,051	,602	,017	,015
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00021	Pearson Correlation	,458**	,363**	-,254*	-,028	,002	-,245*	,255*	,302**	,140	-,157	-,304**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,023	,805	,985	,028	,022	,007	,217	,165	,006
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00022	Pearson Correlation	-,147	-,121	-,148	,035	,025	,094	,052	-,073	,137	-,079	-,100
	Sig. (2-tailed)	,193	,286	,190	,761	,829	,407	,647	,520	,227	,487	,375
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00023	Pearson Correlation	,350**	,351**	-,215	,292**	,338**	-,192	,415**	,627**	,197	-,155	-,192
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,056	,009	,002	,088	,000	,000	,081	,170	,088
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

-,137	,350**	,442**	-,175	1	,384**	-,322**	,214	-,252*	,363**	-,149	,427**	,319**	,394**	,408**
,227	,001	,000	,120		,000	,004	,056	,024	,001	,187	,000	,004	,000	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,154	,094	,307**	-,164	,384**	1	-,258*	,300**	-,063	,402**	,128	,216	,407**	,410**	,415**
,172	,409	,006	,146	,000		,021	,007	,577	,000	,256	,054	,000	,000	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,156	-,057	-,080	,295**	-,322**	-,258*	1	,044	,282*	-,073	,194	,003	-,007	-,069	-,059
,167	,618	,479	,008	,004	,021		,697	,011	,517	,085	,978	,952	,545	,603
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,149	,064	,328**	,033	,214	,300**	,044	1	,151	,442**	,161	,182	,346**	,380**	,415**
,188	,571	,003	,771	,056	,007	,697		,182	,000	,154	,105	,002	,001	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,245*	-,139	-,144	,332**	-,252*	-,063	,282*	,151	1	-,311**	,292**	-,071	,062	,059	,075
,029	,219	,204	,003	,024	,577	,011	,182		,005	,009	,531	,585	,605	,506
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,295**	,159	,546**	-,367**	,363**	,402**	-,073	,442**	-,311**	1	-,118	,246*	,281*	,329**	,364**
,008	,160	,000	,001	,001	,000	,517	,000	,005		,297	,028	,012	,003	,001
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,033	-,248*	-,198	,109	-,149	,128	,194	,161	,292**	-,118	1	-,079	,103	,153	,106
,774	,026	,078	,336	,187	,256	,085	,154	,009	,297		,486	,366	,176	,350
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,350**	,298**	,371**	-,021	,427**	,216	,003	,182	-,071	,246*	-,079	1	,654**	,575**	,473**
,001	,007	,001	,856	,000	,054	,978	,105	,531	,028	,486		,000	,000	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

,394**	,408**	-,047	,139	,281*	,165	-,079	,067	,021	-,006	-,025	,103	-,103	-,163	,465**	
,000	,000	,678	,219	,011	,143	,488	,557	,855	,957	,827	,364	,364	,148	,000	
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
,410**	,415**	-,125	-,056	,109	,008	,081	-,035	,103	,046	,016	,128	-,054	-,253*	,377**	
,000	,000	,271	,619	,337	,943	,476	,755	,362	,685	,890	,259	,635	,023	,001	
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
-,069	-,059	-,007	-,122	-,088	,011	-,032	-,004	,111	,045	,059	-,081	-,038	,000	,063	
,545	,603	,951	,280	,436	,922	,777	,974	,327	,691	,601	,474	,737	,998	,579	
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
,380**	,415**	-,236*	-,004	,157	,079	-,088	-,035	-,087	-,120	-,102	-,073	-,178	-,125	,263*	
,001	,000	,035	,970	,165	,485	,439	,758	,445	,287	,370	,522	,115	,271	,019	
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
,059	,075	,138	-,085	-,118	,026	-,072	-,023	,021	,112	-,104	,024	-,118	,121	,127	
,605	,506	,221	,456	,296	,816	,524	,841	,853	,322	,358	,836	,295	,284	,263	
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
,329**	,364**	-,124	,143	,215	-,054	,017	-,047	-,004	,010	,060	-,037	-,075	-,202	,306**	
,003	,001	,274	,206	,056	,636	,880	,677	,974	,931	,596	,745	,506	,073	,006	
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
,153	,106	-,099	-,095	-,093	,059	,011	,005	,208	,048	-,104	,006	,086	,046	,112	
,176	,350	,381	,403	,413	,601	,922	,966	,064	,671	,361	,960	,447	,687	,321	
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
,575**	,473**	,110	,256*	,349**	,418**	,055	-,008	,003	,082	-,117	,078	,021	-,136	,636**	
,000	,000	,333	,022	,002	,000	,629	,943	,333	,977	,467	,302	,492	,850	,230	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

VAR00024	Pearson Correlation	,287**	,182	-,207	,152	,242*	-,160	,298**	,419**	,220*	-,186	-,293**
	Sig. (2-tailed)	,010	,107	,065	,177	,030	,157	,007	,000	,049	,098	,008
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00025	Pearson Correlation	,264*	,126	-,297**	,088	,278*	-,107	,197	,491**	,244*	-,256*	-,396**
	Sig. (2-tailed)	,018	,266	,008	,436	,013	,343	,080	,000	,029	,022	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00026	Pearson Correlation	,248*	,179	-,168	,152	,297**	-,102	,174	,397**	,104	-,198	-,362**
	Sig. (2-tailed)	,026	,112	,137	,178	,007	,366	,122	,000	,356	,078	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00027	Pearson Correlation	-,042	,034	-,114	-,006	,235*	-,005	-,002	,008	,114	,108	-,014
	Sig. (2-tailed)	,713	,763	,313	,959	,036	,967	,984	,946	,312	,340	,903
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00028	Pearson Correlation	,179	,314**	-,127	,166	,191	,018	,240*	,055	-,017	-,056	-,134
	Sig. (2-tailed)	,113	,005	,261	,142	,090	,876	,032	,628	,884	,622	,237
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00029	Pearson Correlation	,181	,259*	-,086	,268*	,202	,035	,116	,167	,038	-,024	-,114
	Sig. (2-tailed)	,108	,020	,447	,016	,073	,757	,306	,139	,741	,830	,313
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00030	Pearson Correlation	,069	,145	-,042	,274*	,093	-,091	,330**	,200	-,039	-,052	-,045
	Sig. (2-tailed)	,543	,199	,711	,014	,410	,420	,003	,075	,733	,644	,693
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00031	Pearson Correlation	-,020	-,236*	,048	-,014	,061	,036	,016	,222*	,140	-,017	-,083
	Sig. (2-tailed)	,861	,035	,674	,904	,589	,749	,888	,048	,217	,883	,464
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

-.367**	,144	,343**	-.015	,319**	,407**	-.007	,346**	,062	,281*	,103	,654**	1	,770**	,613**
,001	,203	,002	,895	,004	,000	,952	,002	,585	,012	,366	,000		,000	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.370**	,118	,285*	-.063	,394**	,410**	-.069	,380**	,059	,329**	,153	,575**	,770**	1	,773**
,001	,297	,010	,580	,000	,000	,545	,001	,605	,003	,176	,000	,000		,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.298**	,236*	,431**	-.085	,408**	,415**	-.059	,415**	,075	,364**	,106	,473**	,613**	,773**	1
,007	,035	,000	,453	,000	,000	,603	,000	,506	,001	,350	,000	,000	,000	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.008	-.082	-.083	,069	-.047	-.125	-.007	-.236*	,138	-.124	-.099	,110	,005	,019	-.014
,946	,470	,465	,544	,678	,271	,951	,035	,221	,274	,381	,333	,964	,866	,899
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.090	,326**	,065	-.080	,139	-.056	-.122	-.004	-.085	,143	-.095	,256*	,089	,054	,072
,426	,003	,569	,478	,219	,619	,280	,970	,456	,206	,403	,022	,433	,637	,525
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.166	,317**	,296**	,018	,281*	,109	-.088	,157	-.118	,215	-.093	,349**	,264*	,325**	,318**
,141	,004	,008	,877	,011	,337	,436	,165	,296	,056	,413	,002	,018	,003	,004
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.079	,253*	,225*	,056	,165	,008	,011	,079	,026	-.054	,059	,418**	,233*	,211	,207
,486	,023	,045	,622	,143	,943	,922	,485	,816	,636	,601	,000	,038	,060	,065
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.114	-.082	-.058	,049	-.079	,081	-.032	-.088	-.072	,017	,011	,055	,120	,166	-.014
,313	,467	,607	,667	,488	,476	,777	,439	,524	,880	,922	,629	,290	,142	,899
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

,005	,089	,264*	,233*	,120	-.064	,024	-.042	-.257*	,043	,051	-.166	,534**
,964	,433	,018	,038	,290	,574	,831	,709	,021	,708	,655	,141	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,019	,054	,325**	,211	,166	-.004	-.058	,025	-.181	,196	-.071	-.147	,539**
,866	,637	,003	,060	,142	,973	,607	,823	,108	,082	,534	,193	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.014	,072	,318**	,207	-.014	-.010	-.108	,025	-.138	,127	-.089	-.228*	,526**
,899	,525	,004	,065	,899	,929	,341	,828	,222	,260	,435	,042	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
1	,455**	,040	,041	,011	,065	,026	-.101	-.067	,056	-.067	,099	,178
	,000	,726	,717	,925	,565	,818	,373	,554	,621	,554	,383	,114
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,455**	1	,152	,115	-.128	-.005	-.009	-.164	-.078	,000	-.062	-.003	,300**
,000		,179	,309	,257	,964	,938	,147	,492	1,000	,587	,981	,007
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,040	,152	1	,587**	,063	-.079	,026	,025	,062	,068	-.036	-.235*	,455**
,726	,179		,000	,582	,487	,818	,824	,587	,547	,752	,036	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,041	,115	,587**	1	,000	,010	,000	,054	,041	-.118	-.015	-.229*	,377**
,717	,309	,000		1,000	,932	1,000	,631	,721	,299	,892	,041	,001
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,011	-.128	,063	,000	1	,248*	,238*	,246*	,202	,204	,222*	,131	,236*
,925	,257	,582	1,000		,026	,033	,028	,073	,070	,048	,248	,035
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

VAR00032	Pearson Correlation	-.030	-.047	-.050	.150	.126	.025	.001	.058	-.021	-.017	-.070
	Sig. (2-tailed)	.792	.676	.659	.184	.265	.827	.991	.608	.852	.880	.535
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00033	Pearson Correlation	.206	.073	-.067	.181	.154	.071	.243*	.046	.130	-.011	-.046
	Sig. (2-tailed)	.067	.520	.554	.107	.172	.530	.030	.688	.250	.924	.685
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00034	Pearson Correlation	-.055	-.189	-.061	.037	.186	.075	-.003	.161	.114	-.060	-.178
	Sig. (2-tailed)	.626	.092	.593	.747	.099	.511	.979	.153	.314	.594	.115
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00035	Pearson Correlation	-.123	-.110	.140	-.003	-.059	.064	-.109	-.084	-.045	-.023	-.024
	Sig. (2-tailed)	.275	.329	.214	.976	.601	.570	.338	.459	.690	.838	.830
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00036	Pearson Correlation	-.041	.095	-.043	-.035	.220	.168	-.126	.051	.062	-.012	.031
	Sig. (2-tailed)	.715	.404	.706	.758	.050	.135	.266	.654	.583	.916	.786
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00037	Pearson Correlation	.227*	.163	-.062	.158	.246*	-.088	.275*	.112	.073	-.112	-.052
	Sig. (2-tailed)	.043	.149	.585	.162	.028	.435	.014	.321	.519	.325	.646
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00038	Pearson Correlation	-.164	-.156	.005	-.009	.052	.189	-.172	-.096	.055	.110	-.004
	Sig. (2-tailed)	.145	.168	.964	.937	.647	.093	.127	.397	.629	.331	.969
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
VAR00039	Pearson Correlation	.375**	.493**	-.041	.529**	.477**	.061	.441**	.536**	.270*	.035	-.136
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.716	.000	.000	.589	.000	.000	.015	.755	.228
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

-.109	.030	.082	.045	.067	-.035	-.004	-.035	-.023	-.047	.005	-.008	-.064	-.004	-.010
.335	.789	.472	.694	.557	.755	.974	.758	.841	.677	.966	.943	.574	.973	.929
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.182	.082	.157	.034	.021	.103	.111	-.087	.021	-.004	.208	.003	.024	-.058	-.108
.107	.471	.165	.762	.855	.362	.327	.445	.853	.974	.064	.977	.831	.607	.341
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.230*	-.155	.152	.127	-.006	.046	.045	-.120	.112	.010	.048	.082	-.042	.025	.025
.040	.169	.178	.260	.957	.685	.691	.287	.322	.931	.671	.467	.709	.823	.828
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
.013	.102	-.009	.077	-.025	.016	.059	-.102	-.104	.060	-.104	-.117	-.257*	-.181	-.138
.908	.366	.937	.496	.827	.890	.601	.370	.358	.596	.361	.302	.021	.108	.222
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
.022	-.207	.079	-.013	.103	.128	-.081	-.073	.024	-.037	.006	.078	.043	.196	.127
.849	.065	.486	.910	.364	.259	.474	.522	.836	.745	.960	.492	.708	.082	.260
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.138	-.019	-.034	-.137	-.103	-.054	-.038	-.178	-.118	-.075	.086	.021	.051	-.071	-.089
.221	.868	.763	.226	.364	.635	.737	.115	.295	.506	.447	.850	.655	.534	.435
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
.048	-.318**	-.223*	.057	-.163	-.253*	.000	-.125	.121	-.202	.046	-.136	-.166	-.147	-.228*
.671	.004	.047	.615	.148	.023	.998	.271	.284	.073	.687	.230	.141	.193	.042
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-.204	.379**	.462**	.129	.465**	.377**	.063	.263*	.127	.306**	.112	.636**	.534**	.539**	.526**
.070	.001	.000	.255	.000	.001	.579	.019	.263	.006	.321	.000	.000	.000	.000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

,065	-,005	-,079	,010	,248*	1	,532**	,353**	,140	,299**	,114	,240*	,288**
,565	,964	,487	,932	,026		,000	,001	,215	,007	,312	,032	,010
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,026	-,009	,026	,000	,238*	,532**	1	,258*	,069	,221*	,238*	,051	,398**
,818	,938	,818	1,000	,033	,000		,021	,540	,048	,034	,652	,000
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,101	-,164	,025	,054	,246*	,353**	,258*	1	,253*	,110	-,027	,179	,222*
,373	,147	,824	,631	,028	,001	,021		,024	,331	,815	,112	,048
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,067	-,078	,062	,041	,202	,140	,069	,253*	1	-,009	-,373**	,004	,017
,554	,492	,587	,721	,073	,215	,540	,024		,935	,001	,969	,883
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,056	,000	,068	-,118	,204	,299**	,221*	,110	-,009	1	,029	,270*	,286*
,621	1,000	,547	,299	,070	,007	,048	,331	,935		,795	,015	,010
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
-,067	-,062	-,036	-,015	,222*	,114	,238*	-,027	-,373**	,029	1	,018	,115
,554	,587	,752	,892	,048	,312	,034	,815	,001	,795		,874	,310
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,099	-,003	-,235*	-,229*	,131	,240*	,051	,179	,004	,270*	,018	1	-,033
,383	,981	,036	,041	,248	,032	,652	,112	,969	,015	,874		,772
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
,178	,300**	,455**	,377**	,236*	,288**	,398**	,222*	,017	,286*	,115	-,033	1
,114	,007	,000	,001	,035	,010	,000	,048	,883	,010	,310	,772	
80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

LAMPIRAN 3

HASIL UJI RELIBALITAS PENGGUNAAN *INSTAGRAM*

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	36,2875	30,385	,433	,527
VAR00002	36,0125	35,025	,077	,602
VAR00003	36,6750	36,096	,013	,612
VAR00004	36,2500	30,215	,425	,527
VAR00005	36,1375	34,804	,076	,604
VAR00006	36,2625	30,323	,413	,530
VAR00007	36,1125	32,101	,303	,556
VAR00008	35,7875	32,169	,296	,557
VAR00009	36,1000	30,116	,448	,523
VAR00010	36,3625	34,715	,073	,606
VAR00011	36,2875	35,676	,034	,610
VAR00012	35,9500	30,554	,431	,528

HASIL UJI REABILITAS *BODY IMAGE*

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	110,1375	90,348	,303	,662
VAR00002	109,3875	87,557	,417	,653
VAR00003	109,4250	97,665	-,153	,696
VAR00004	109,2000	87,428	,462	,651
VAR00005	110,3000	87,175	,392	,653
VAR00006	109,1375	95,285	-,035	,684
VAR00007	110,0625	89,401	,374	,658
VAR00008	110,5250	84,632	,442	,647
VAR00009	110,9875	91,228	,171	,670
VAR00010	108,4375	95,566	-,041	,681
VAR00011	108,5375	98,606	-,222	,694
VAR00012	108,4375	98,756	-,270	,692
VAR00013	109,5375	88,707	,279	,662
VAR00014	110,6125	88,443	,388	,656
VAR00015	109,6375	94,259	,058	,676
VAR00016	110,3125	88,167	,389	,655
VAR00017	110,7875	89,385	,289	,662
VAR00018	109,7875	95,157	-,008	,679
VAR00019	110,0750	91,437	,165	,670
VAR00020	109,4125	94,119	,036	,679
VAR00021	110,3125	91,711	,236	,667
VAR00022	110,0500	94,327	,005	,683
VAR00023	111,0375	86,188	,584	,645
VAR00024	111,2625	88,069	,474	,652
VAR00025	111,3125	87,939	,479	,652
VAR00026	111,1875	87,369	,458	,651
VAR00027	109,0875	92,663	,043	,684
VAR00028	109,2750	89,873	,181	,670
VAR00029	111,2375	88,209	,376	,656
VAR00030	111,3750	90,212	,302	,662
VAR00031	108,8250	92,602	,160	,671
VAR00032	109,1375	91,639	,209	,668
VAR00033	109,6250	87,706	,289	,660
VAR00034	109,0875	92,182	,122	,674
VAR00035	110,0375	96,138	-,081	,687
VAR00036	109,6250	90,718	,182	,669
VAR00037	110,0000	94,278	,012	,682
VAR00038	109,1625	96,644	-,112	,686

LAMPIRAN 4

ANALISIS DATA

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	10,13947831
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072
	Negative	-,058
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{e,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
body image * penggunaan Instagram	Between Groups	(Combined)	2206,533	24	91,939	,848	,665
		Linearity	66,841	1	66,841	,616	,436
		Deviation from Linearity	2139,692	23	93,030	,858	,649
	Within Groups		6290,648	58	108,459		
	Total		8497,181	82			

3. Uji Deskriptif

Skor Empirik

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
penggunaan instagram	83	25	54	39,35	6,051
body image	83	90	149	112,24	10,180
Valid N (listwise)	83				

Distribusi kategorisasi penggunaan *instagram*

Kategori penggunaan instagram					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	11	13,3	13,3	13,3
	sedang	57	68,7	68,7	81,9
	tinggi	15	18,1	18,1	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

Distribusi kategorisasi *body image*

Kategori body image					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	14	16,9	16,9	16,9
	sedang	56	67,5	67,5	84,3
	tinggi	13	15,7	15,7	100,0
	Total	83	100,0	100,0	

4. Uji kolerasi

Correlations			
		penggunaan instagram	body image
penggunaan instagram	Pearson Correlation	1	.407**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	83	83
body image	Pearson Correlation	.407**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	83	83

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 5

RESPONDEN PENGGUNAAN *INSTAGRAM*

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	A7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	JML H
5	5	3	5	2	4	5	3	5	4	4	5	50
5	3	3	5	2	4	3	2	5	4	3	5	44
4	5	2	2	4	3	5	4	5	5	4	4	47
3	3	3	5	1	2	3	4	3	2	4	5	38
5	5	1	3	4	5	1	5	3	4	3	4	43
3	3	2	4	4	3	4	5	4	3	4	3	42
3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	4	41
4	4	3	4	5	3	4	5	5	3	5	3	48
5	5	2	4	3	4	3	3	4	3	5	4	45
4	4	3	3	2	2	2	5	4	2	2	3	36
4	5	2	2	4	1	3	4	5	2	4	2	38
3	4	4	2	2	4	5	4	4	3	3	5	43
3	2	2	3	2	3	2	5	4	2	2	4	34
4	2	2	4	5	5	5	5	4	2	2	4	44
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	54
4	4	4	4	4	5	4	5	5	2	3	2	46
3	4	5	2	3	3	5	3	3	3	3	3	40
3	4	4	5	3	5	3	5	3	3	2	3	43
2	5	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	41
3	4	5	2	1	5	2	2	4	1	1	5	35
4	4	4	5	5	3	4	3	5	4	2	5	48

5	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	49
2	3	4	4	4	4	2	5	5	2	3	3	41
3	2	4	5	5	5	3	3	3	2	2	4	41
4	5	3	4	3	4	3	5	4	5	3	5	48
5	3	4	3	4	5	4	4	5	3	2	3	45
5	4	2	4	4	4	4	3	5	5	4	5	49
2	3	5	2	2	2	4	4	4	3	2	4	37
4	4	5	2	2	2	5	4	2	4	2	3	39
2	2	2	4	5	4	3	3	5	5	4	5	44
5	1	4	5	1	4	5	5	5	1	4	5	45
4	4	3	3	5	4	1	4	4	5	5	4	46
4	3	2	4	4	4	4	5	5	5	4	5	49
2	5	2	3	3	5	5	3	5	5	3	5	46
3	5	1	4	4	4	5	5	2	5	5	5	48
4	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	1	39
1	4	2	1	4	1	4	1	4	3	3	3	31
3	1	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	29
4	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	3	30
1	2	1	5	5	5	5	5	1	5	5	1	41
3	5	4	2	3	3	3	3	5	3	3	4	41
5	4	4	4	4	1	4	5	4	4	1	4	44
2	4	1	2	5	1	3	4	2	1	5	4	34
2	2	2	3	3	3	1	4	2	4	3	5	34
4	1	3	4	4	4	4	5	5	1	5	5	45
4	4	2	2	2	3	5	4	2	3	3	4	38
2	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	29
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	40
3	1	3	5	5	3	1	4	2	4	2	2	35
3	3	2	3	2	3	3	5	3	4	5	4	40
4	1	3	4	3	3	4	4	3	1	5	4	39
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
1	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	28
1	5	4	3	2	5	4	2	3	5	1	2	37
4	3	4	3	2	5	4	4	4	1	4	3	41
1	2	1	2	3	2	2	2	2	3	3	2	25
2	3	3	5	3	3	5	4	2	3	4	3	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
2	4	4	4	2	2	4	4	2	2	3	3	36
2	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	38
4	2	3	4	4	3	3	2	4	3	2	4	38
1	5	4	1	5	1	2	5	5	1	5	5	40

1	3	1	1	2	3	3	5	4	1	5	3	32
3	2	1	4	3	3	4	5	3	2	3	4	37
3	3	4	3	5	1	4	1	3	3	1	1	32
2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	29
4	4	3	2	5	3	2	4	2	2	3	4	38
2	3	3	1	5	2	2	3	4	3	4	2	34
3	4	4	2	5	2	2	2	2	5	2	2	35
2	5	2	3	2	3	2	4	3	3	3	2	34
3	4	1	3	3	4	4	5	4	1	5	5	42
4	5	2	3	5	1	3	1	4	3	2	3	36
3	2	2	1	3	4	3	2	2	1	4	3	30
5	5	1	4	4	2	3	3	3	3	2	3	38
3	2	4	1	1	1	2	4	4	5	3	5	35
4	2	1	4	1	4	4	4	1	4	5	4	38
1	4	1	1	5	4	1	5	1	5	3	1	32
5	5	3	4	4	5	4	4	3	2	4	4	47
3	5	3	1	5	2	5	1	2	4	1	3	35
3	3	3	5	5	5	5	5	3	2	4	5	48
4	3	1	2	3	2	4	5	3	1	4	3	35
2	5	2	4	2	3	3	4	2	1	3	4	35
3	2	5	3	4	3	2	5	2	1	3	5	38

RESPONDEN *BODY IMAGE*

3	4	2	4	1	4	3	2	2	2	4	4	4	3	2	2	2	3	4	4	2	4	2	2	2	2	4	4	2	2	4	3	2	3	3	3	2	3	108			
1	3	5	5	2	4	5	3	1	5	5	5	3	2	5	1	1	5	4	5	1	5	3	2	1	1	5	5	1	5	4	4	3	4	3	1	3	3	124			
3	3	3	5	3	4	3	2	2	4	3	3	4	2	4	2	2	4	3	4	2	3	2	2	2	2	4	4	3	2	4	4	5	4	2	2	3	4	117			
3	3	1	3	1	5	3	1	2	5	5	5	1	3	3	1	1	5	3	5	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	4	4	4	4	4	4	3	4	108			
3	3	3	1	2	2	3	1	1	5	5	5	3	1	4	2	2	4	3	3	3	3	1	1	1	2	4	5	1	1	4	4	3	4	3	3	3	4	106			
5	5	2	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	2	4	4	4	149			
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	2	1	2	1	1	5	5	5	5	3	4	5	4	113			
2	4	4	4	2	4	2	1	1	5	5	5	4	2	2	2	1	4	2	4	3	2	2	1	1	2	5	4	2	1	4	3	3	3	3	4	4	4	111			
3	3	3	1	1	1	3	3	1	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	2	4	2	3	2	94			
4	4	2	5	2	1	4	3	5	5	4	4	5	1	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	1	1	5	5	1	1	4	4	4	3	2	1	4	3	118			
2	3	5	4	2	5	2	1	1	5	5	5	5	2	5	1	1	3	3	5	2	1	1	2	2	1	5	4	2	1	5	4	3	5	4	3	2	4	116			
3	4	4	5	4	4	3	2	1	5	5	5	4	2	3	2	1	3	1	4	2	3	1	1	1	1	5	3	1	1	4	5	5	4	2	4	4	5	117			
3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	1	3	2	3	2	1	3	1	1	1	4	4	1	2	3	4	4	5	3	3	2	5	110			
1	1	4	3	3	4	1	1	1	5	5	5	3	1	4	1	1	5	1	5	1	5	1	1	1	1	3	1	1	1	5	3	3	4	3	4	3	4	100			
2	2	3	3	2	4	2	2	2	4	4	4	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	5	5	2	2	5	4	4	5	4	3	2	4	113			
3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	4	4	3	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	2	2	5	4	3	4	2	4	5	4	114			
3	3	1	3	1	4	3	2	3	4	3	4	2	3	3	3	1	3	3	3	3	5	1	1	1	1	5	5	1	1	4	4	5	4	2	2	2	5	107			
2	3	5	4	1	4	2	1	1	5	5	5	2	2	3	2	1	4	4	4	2	4	1	2	1	1	1	1	1	1	4	3	3	4	2	2	4	4	101			
1	4	4	3	3	4	1	1	4	5	5	5	2	1	5	3	1	3	3	5	1	5	1	1	1	1	5	3	1	1	3	3	3	3	4	4	2	4	109			
3	4	3	4	4	5	3	1	1	4	5	5	3	1	4	2	1	3	1	3	1	4	1	1	1	1	5	5	1	1	4	4	5	2	2	4	4	4	110			
2	3	3	3	3	4	2	2	5	5	5	5	2	1	4	1	5	4	2	4	2	3	1	1	1	1	5	1	1	1	5	4	4	5	3	4	2	4	113			
1	1	5	3	1	5	3	1	3	5	5	5	1	1	3	1	4	1	1	5	1	5	1	1	1	1	3	3	1	1	5	4	5	5	3	5	4	5	109			
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	5	4	1	1	5	5	5	5	1	5	126
4	3	5	4	2	4	4	1	1	5	5	5	4	2	3	2	1	3	2	4	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	4	4	4	3	2	3	3	106		
1	4	5	4	2	4	1	1	1	5	5	5	4	2	3	3	2	3	2	4	2	3	1	1	1	1	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	3	4	112			

3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	4	2	3	2	1	2	2	5	2	2	1	4	4	5	4	3	2	2	2	105	
2	2	1	2	1	4	2	1	1	5	5	5	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	5	4	2	4	2	2	2	4	110	
3	5	4	5	4	5	3	3	1	4	5	5	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	1	1	1	5	5	2	1	4	4	2	4	2	4	4	4	120	
3	3	3	3	2	3	3	2	1	5	4	5	2	1	3	2	1	3	2	3	3	3	1	1	1	1	5	2	1	1	4	4	3	3	3	2	4	4	100	
3	3	3	3	4	4	3	3	1	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	1	1	4	4	4	5	3	4	2	3	119	
4	5	3	4	2	2	4	3	1	5	5	5	5	3	3	4	1	3	3	1	3	1	3	1	1	1	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4	116	
4	5	2	4	5	3	4	4	2	3	1	3	4	3	2	3	4	2	5	4	3	3	2	3	3	4	5	4	2	2	4	4	3	4	2	3	4	4	126	
3	4	5	5	2	5	3	3	1	5	5	5	5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	1	3	1	1	5	4	3	3	4	2	2	3	121	
3	4	3	2	3	2	3	4	3	4	5	3	3	3	4	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	4	3	1	1	5	5	5	5	1	5	5	4	123	
3	4	4	5	2	4	3	3	1	4	4	4	4	4	3	2	2	3	2	3	4	2	2	1	1	1	4	5	2	2	5	5	5	4	3	4	3	3	120	
2	3	4	4	2	4	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	4	5	3	4	3	3	2	4	119
3	3	2	4	4	5	3	1	1	4	5	5	3	1	4	2	1	3	1	3	1	4	1	1	1	1	5	5	1	1	4	4	4	4	2	4	5	4	110	
3	3	5	5	2	5	3	3	1	5	5	5	5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	1	3	1	1	4	4	4	4	3	3	3	3	122	
4	4	2	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	125	
3	3	2	4	3	3	3	5	3	4	2	4	3	1	3	4	2	3	4	4	3	5	2	1	4	3	4	4	1	1	5	5	2	5	3	5	2	5	123	
3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	5	5	3	2	3	4	4	2	3	3	3	2	2	1	1	1	5	5	1	1	4	3	2	3	3	4	2	3	113	
3	4	1	4	3	3	3	1	1	5	5	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	4	4	2	4	3	2	3	4	105	
4	4	4	4	2	4	4	2	1	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	1	1	4	4	4	5	4	4	3	5	116
3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	4	3	1	1	4	3	4	3	1	1	4	4	109
2	5	4	5	3	4	2	4	1	5	5	5	5	3	4	4	2	2	2	4	2	1	2	1	1	2	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	125	
3	4	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	4	2	3	2	2	3	1	1	3	2	2	1	1	1	4	4	1	1	4	3	2	3	3	2	4	4	106	
3	2	4	3	2	4	3	3	1	5	5	5	2	2	3	1	2	4	3	3	3	3	1	1	1	1	5	2	1	1	5	3	4	4	4	2	3	4	108	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	2	5	3	4	2	4	97	
3	4	5	4	1	5	3	3	4	5	5	5	4	2	3	4	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	2	4	3	1	4	3	3	3	3	2	2	4	112	
3	4	3	3	1	5	3	1	1	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	1	1	1	1	3	5	1	1	1	4	4	4	2	4	1	4	112	

3 4 2 4 4 4 3 5 2 5 5 4 5 2 4 3 2 3 2 4 2 3 4 2 2 2 4 4 2 2 4 4 4 5 3 2 3 3	125
3 4 4 4 3 4 3 2 2 5 4 4 3 2 3 3 2 3 3 3 2 1 2 1 1 1 4 4 1 1 4 4 3 3 3 4 4 4	111
3 4 4 4 2 3 3 3 2 4 4 4 4 3 3 4 2 3 2 2 2 2 2 2 2 5 4 2 2 4 4 3 3 3 3 3 3	114
2 5 5 4 2 5 2 2 1 5 5 5 5 2 5 3 3 3 5 3 3 3 2 1 1 1 1 3 3 1 4 4 4 4 3 4 4 3	121
3 4 3 4 3 4 3 2 3 4 4 4 4 3 2 4 3 3 3 3 4 3 2 1 2 2 4 4 3 3 4 4 4 5 5 3 3 3	125
3 4 4 4 4 4 3 2 2 5 4 4 4 3 4 3 2 3 4 4 3 3 2 2 2 3 4 4 4 3 4 4 4 5 4 4 2 3	130
3 3 2 4 4 4 3 2 2 5 4 4 3 3 3 2 2 3 3 3 3 3 2 2 2 2 4 3 5 2 4 4 4 4 3 4 2 4	119
3 4 4 4 3 3 3 4 3 5 5 5 4 1 3 2 1 3 1 4 1 3 2 1 1 1 3 3 1 2 4 4 4 5 1 3 4 4	112
2 3 4 3 1 5 2 1 1 5 5 5 3 2 3 2 2 4 3 3 3 3 1 1 1 2 5 3 1 1 5 5 5 4 4 5 2 3	113
4 4 3 4 4 3 4 4 3 5 4 4 4 4 3 4 3 3 3 3 3 3 2 2 2 3 5 4 3 2 5 5 5 5 2 4 4 2	134
3 4 5 4 3 4 3 2 2 5 5 5 4 2 3 3 2 3 3 4 2 2 2 2 2 2 5 5 1 1 5 5 5 1 4 5 2 5	125
3 4 4 3 3 4 3 2 2 5 4 4 3 1 3 2 1 3 2 4 3 3 2 1 1 1 5 5 1 1 4 1 1 4 3 2 2 4	104
3 4 4 3 2 3 3 1 1 5 5 5 4 5 3 3 2 3 3 5 3 1 2 1 1 3 5 5 1 1 2 3 2 5 2 2 2 3	111
2 4 4 4 4 4 2 1 1 4 4 5 4 2 2 2 2 3 2 3 2 2 1 1 1 1 1 4 1 1 4 4 3 5 4 3 3 4	104
2 4 3 4 2 3 2 2 2 4 4 4 3 2 3 2 2 2 4 3 3 3 1 1 1 1 1 1 1 1 3 3 3 4 4 2 3 4	97
1 1 5 3 2 5 1 1 1 5 5 5 1 1 5 3 1 3 1 4 1 1 1 1 1 1 5 1 1 1 3 4 1 5 3 3 1 4	92
3 4 4 4 3 4 3 2 1 4 4 4 4 2 3 2 1 3 2 3 2 3 2 2 1 1 4 5 3 2 4 4 3 3 2 4 5 4	114
3 2	112
3 4 5 4 2 4 3 2 2 5 5 5 4 2 3 3 3 3 2 4 3 3 2 2 2 1 5 5 3 2 4 3 3 3 3 2 3 2	119
2 2 4 2 2 4 2 1 1 5 5 5 3 1 4 1 1 3 5 5 2 1 1 1 1 1 5 5 1 1 4 3 1 1 1 3 3 5	98
2 4 4 4 3 3 2 2 2 4 4 4 4 2 3 2 2 3 4 4 3 5 2 2 2 4 4 4 2 2 2 4 1 2 2 2 4	111
3 4 2 2 2 2 3 3 2 3 3 4 4 3 2 2 2 1 2 1 3 1 1 1 1 1 5 5 1 1 4 3 2 3 3 3 3	94
1 2 5 3 2 5 1 1 2 5 5 5 1 3 3 3 2 2 4 4 3 3 1 2 2 2 4 2 1 1 5 4 2 4 1 4 3 4	107
2 2 5 4 2 4 2 2 1 5 5 5 4 2 4 2 1 4 2 3 2 2 2 1 1 2 4 4 2 1 5 3 1 5 5 3 1 5	110
3 4 3 4 3 3 3 4 1 4 3 4 4 2 3 3 3 3 3 2 3 3 2 3 3 3 3 5 2 1 4 2 2 3 2 3 2 2	110
2 4 3 4 3 4 2 1 1 5 5 5 4 2 3 3 3 3 3 3 3 3 2 2 2 2 5 5 1 1 2 4 4 2 2 4 2 3	112
3 5 3 4 2 4 3 5 3 5 5 5 2 3 3 3 3 3 3 3 4 3 2 3 3 3 3 4 2 1 1 4 3 1 3 1 5 3 4	120
3 4 4 4 2 4 3 2 2 5 5 5 4 2 3 3 3 3 3 3 5 3 3 2 2 2 2 4 5 2 2 4 2 3 2 2 3 2 3	117
3 3 3 3 1 4 3 1 1 5 5 5 2 2 3 2 2 3 3 3 2 3 2 2 2 2 2 2 2 2 2 3 2 2 2 1 5 2 3	98
3 2 3 4 2 4 3 1 2 5 5 5 3 1 3 1 1 4 1 3 2 1 1 1 1 1 5 4 1 1 3 4 2 3 4 2 3 3	98
3 5 3 4 4 3 3 2 1 4 4 4 2 1 3 2 1 3 1 3 3 1 1 1 1 1 1 3 1 1 3 3 1 2 3 3 3 2	90
3 3 4 4 2 4 2 1 2 5 5 5 3 2 2 2 1 4 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 4 3 1 1 3 3 1 3 1 2 1 2	95
3 4 5 3 3 2 3 2 2 5 3 3 4 1 5 3 1 3 1 1 1 1 3 1 1 1 5 5 1 1 4 3 2 3 2 5 2 3	101

