

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP *BODY IMAGE* PADA PENGGEMAR KPOP
PEREMPUAN**

SKRIPSI



Oleh:

Ulfa Lutfiana Rohmawati

16410152

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2023**

HALAMAN JUDUL

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

INSTAGRAM TERHADAP *BODY IMAGE* PADA PENGGEMAR KPOP

PEREMPUAN

S K R I P S I

Diajukan kepada

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

Oleh:

Ulfa Lutfiana Rohmawati

NIM. 16410152

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

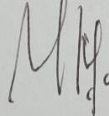
2023

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP *BODY IMAGE* PADA PENGGEKMAR KPOP
PEREMPUAN

SKRIPSI

Oleh:
Ulfa Lutfiana Romawati
NIM. 164110152

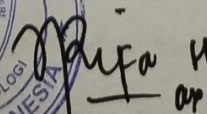
Telah Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing



Dr. Muallifah, MA.
NIP. 198505142019032008

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang




Prof. Dr. H. Rifa Hidayah, M. Si
NIP. 197611282002122001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

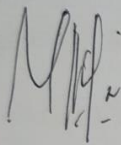
**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP *BODY IMAGE* PENGGEMAR KPOP
PEREMPUAN**

Telah dipertahankan di Dewan Penguji

Pada tanggal 12 Juli 2023

Susunan Dewan Penguji

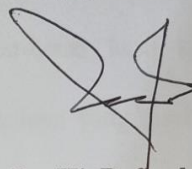
Ketua Penguji



Dr. Muallifah, MA.

NIP. 198505142019032008

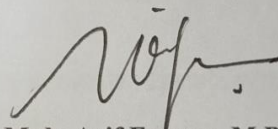
Penguji Utama



Dr. Hj. Rofiqah, M.Pd

NIP. 196709282001122002

Sekretraris Penguji



Muh. Arif Furqon, M.Psi

NIP. 19900614201911201268

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Tanggal, 12 Juli2023

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



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

NIP. 197611282002122001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ulfa Lutfiana Rohmawati
NIM : 16410152
Jurusan : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **“PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP *BODY IMAGE* PADA PENGGEMAR KPOP PEREMPUAN”** adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan pihak Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 14 Juli 2023

Penulis,



Ulfa Lutfiana Rohmawati

NIM. 16410152

MOTTO

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

“Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk sebaik-baiknya”

(QS. At-Tin: 4).

“Engkau takkan mampu menyenangkan semua orang. Karena itu, cukup bagimu memperbaiki hubunganmu dengan Allah dan jangan terlalu peduli dengan penilaian manusia”

Imam Syafi’i

PERSEMBAHAN



Alhamdulillahhirabbil‘alamin, puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang yang senantiasa memberikan kenikmatan hidup. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua, Bapak Zaidun dan Ibu Tri Winarti, Adik saya M. Itsna ‘Ainul Muttaqin yang selalu memberikan doa dan semangat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita tergolong orang-orang yang beriman dan mendapat syafaat dari beliau.

Penulisan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi bagi mahasiswa program S1 di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Karya ini tidak akan pernah ada tanpa bantuan dari beberapa pihak yang terlibat. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M. Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Elok Halimatus Sa'diyah, M.Si, selaku dosen wali Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Muallifah, MA, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
5. Dr. Hj. Rofiqah, M.Pd, selaku Penguji Utama sidang skripsi yang telah memberikan kritik dan saran terhadap penelitian yang penulis lakukan.
6. Muh. Arif Furqon, M.Psi, selaku Sekretaris Penguji sidang skripsi yang telah memberikan kritik dan saran terhadap penelitian yang penulis lakukan.
7. Segenap civitas akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan bekal dan wacana keilmuan baru.

8. Ayah, Ibu dan Adik dan keluarga besar yang selalu memberikan doa, semangat, serta motivasi kepada penulis sampai saat ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini, baik secara moril maupun non materi.

Dan peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dan juga bagi pembaca.

Malang, 14 Juli 2023

Ulfa Lutfiana Rohmawati
Nim. 16410152

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
البحث مخلص.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
A. Body Image	12
1. Definisi <i>Body Image</i>	12
2. Aspek <i>Body Image</i>	13
3. Faktor yang mempengaruhi <i>Body Image</i>	15
B. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	18
1. Definisi Intensitas Penggunaan	18
2. Media Sosial Instagram.....	19
3. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	24
4. Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.....	25
5. Dampak Penggunaan Media Sosial Instagram.....	26
C. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap <i>Body Image</i>	27
D. Media Sosial Instagram dan <i>Body Image</i> dalam Kajian Islam.....	29

E. Hipotesis.....	31
F. Kerangka Penelitian.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Rancangan Penelitian	32
B. Identifikasi Variabel Penelitian	32
C. Definisi Operasional.....	33
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	34
1. Populasi	34
2. Sampel.....	34
3. Teknik Sampling	35
E. Instrumen Pengumpulan Data	35
E. Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	38
1. Uji Validitas.....	38
2. Reliabilitas.....	41
F. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Deskripsi	42
2. Analisis Regresi Linier Sederhana	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
B. Pelaksanaan Penelitian	46
1. Waktu dan Tempat Penelitian	46
2. Jumlah Subjek Penelitian Beserta Alasan Menetapkan Jumlah.....	47
3. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data.....	47
4. Hambatan yang Dijumpai dalam Pelaksanaan Penelitian	47
C. Pemaparan Hasil Penelitian.....	48
1. Hasil Uji Asumsi	48
2. Hasil Analisis Deskriptif	50
3. Uji Hipotesis.....	53
D. Pembahasan	54
1. Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Penggemar Kpop Perempuan.....	54
2. Tingkat <i>Body Image</i> pada Penggemar Kpop Perempuan.....	56
3. Pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap <i>Body Image</i> pada Penggemar Kpop Perempuan.....	58

BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61
1. Bagi subjek penelitian.....	61
2. Bagi Masyarakat	62
3. Bagi peneliti.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 3.1 Skema Penelitian.....	33
Tabel 3.1 Blueprint Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	37
Tabel 3.2 Blueprint Skala <i>Body Image</i>	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Body Image</i>	40
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas.....	41
Tabel 4.1 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.2 Uji Linearitas	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4.4 Norma kategorisasi	51
Tabel 4.5 Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	52
Tabel 4.6 Kategorisasi <i>Body Image</i>	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	53
Tabel 4.8 Presentase pengaruh intensitas media sosial terhadap <i>body image</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian	68
Lampiran 2 Keseluruhan Item	74
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reabilitas <i>Body Image</i>	109
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	111
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Varibel Penelitian	113
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	114
Lampiran 7 Tabel Krejcie-Morgan.....	115

ABSTRAK

Rohmawati. Ulfa Lutfiana. 2023. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap *Body Image* Pada Penggemar Kpop Perempuan. Skripsi. Jurusan Psikologi. Fakultas Psikologi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Dr. Muallifah, MA

Penampilan adalah hal yang penting bagi perempuan, karena perempuan akan merasa berhasil jika memiliki bentuk tubuh ideal yang sesuai dengan kriteria. Penampilan yang tidak sesuai akan memunculkan *Body Image* yang negatif, yakni ketidakpuasan terhadap tubuh. Penggunaan media, standar kecantikan dan kecenderungan untuk membandingkan penampilan dengan orang lain adalah penyebab terjadinya *Body Image*. Tidak sedikit individu yang mengidolakan figur-figur Kpop dan mengikuti idolanya di sosial media, sehingga hal tersebut berdampak pada seorang individu dengan menilai dan membandingkan dirinya dengan fisik artis idolanya. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap *body image* pada penggemar Kpop.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan subjek 272 serta menggunakan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik penggemar Kpop perempuan yang berusia 18-21 tahun. Pengambilan data menggunakan dua skala yaitu skala intensitas penggunaan media sosial dan skala MBRSQ-AS untuk mengukur *Body Image*. Hasil menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image* pada Penggemar Kpop Perempuan.

Hasil menunjukkan bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial pada penggemar Kpop berada dalam kategori sedang, yakni 65,%, dan tingkat intensitas *body image* pada penggemar Kpop berada dalam kategori sedang, yakni 66,9%. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap *body image* pada penggemar Kpop perempuan, hal ini berdasarkan hasil uji regresi sederhana antara kedua variabel yang menunjukkan hasil nilai signifikansi (sig) sebesar 0,925 ($p > 0,05$) dan nilai R square 0,000. Hal ini berarti ada pengaruh 0% atau tidak ada pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap *Body Image*.

Kata kunci: **Intensitas Penggunaan, Media Sosial, Instagram, *Body Image***

ABSTRACT

Rohmawati, Ulfa Lutfiana. 2023. The Effect of Instagram Use Intensity on Body Image in Female K-Pop Fans. Undergraduate Thesis. Department of Psychology, Faculty of Psychology, Islamic State University of Maulana Malik Ibrahim Malang.
Advisor : Dr. Muallifah, MA

Appearance is an important part of a woman. A woman will feel more successful if she has an ideal body shape that meets the standards. An inappropriate appearance will result in a negative body image or unhappiness with one's body. The use of media, beauty standards, and the tendency to compare appearance with others are the causes of Body Image. It is not a few individuals idolize K-pop figures and follow their idols on social media. As a result of measuring and comparing himself to the physical idol artist, it affects an individual. This study aimed to prove and determine the effect of Instagram use intensity on body image in K-pop fans.

This study used quantitative research methods with 272 subjects and used purposive sampling techniques with the characteristics of female K-pop fans aged 18-21. The intensity of social media use scale and the MBRSQ-AS scale to measure body image were used to collect data. The results showed that there was no effect between the use intensity of social media of Instagram on body image in female K-pop Fans.

The results showed that the level of intensity of Instagram use on K-pop fans was moderate, at 65%, and the level of intensity of body image on K-pop fans was moderate, at 66.9%. The results of hypothesis testing showed that there was no significant effect of the intensity of Instagram use and body image on female K-pop fans. The results of a simple regression test between the two variables revealed a significance value (sig) of 0.925 (p0.05) and an R square value of 0.000. It suggests that there was a 0% or no relation between the intensity of Instagram use and body image.

Keywords: *Intensity of Use, Social Media, Instagram, Body Image*

مخلص ال بحث

رحموتي. أولفا لوتفيانا. 2023. تأثير الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي في الانستغرام على صورة جسم معجبين لعشاق Kpop. مقال. قسم علم النفس. كلية علم النفس. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج. المستشار دكتور مؤلفة , ماجستير :

المظهر مهم للمرأة ، لأن المرأة ستشعر بالنجاح إذا كان لديها شكل جسم مثالي يناسب المعايير. المظهر غير الملائم سيخلق صورة سلبية للجسم ، أي عدم الرضا عن الجسد. يعد استخدام وسائل الإعلام ومعايير الجمال والميل إلى مقارنة المظاهر مع الآخرين من أسباب صورة الجسد. لا يوجد عدد قليل من الأفراد الذين يعبدون شخصيات الكيبوب ويتابعون آيدولزهم على وسائل التواصل الاجتماعي ، لذلك هذا له تأثير على الفرد من خلال الحكم على نفسه ومقارنته ببنية فنانة المفضل. تهدف هذه الدراسة إلى إثبات وتحديد تأثير كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على الانستغرام على صورة الجسد بين عشاق K-pop.

استخدمت هذه الدراسة طريقة البحث الكمي مع 272 شخصًا واستخدمت أسلوب أخذ العينات هادفة مع خصائص محبي الكيبوب الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 21 عامًا. يستخدم جمع البيانات مقياسين ، وهما مقياس كثافة استخدام الوسائط الاجتماعية ومقياس MBRSQ-AS لقياس صورة الجسم. تظهر النتائج أنه لا يوجد تأثير بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الانستغرام على صورة الجسم لعشاق Kpop. تظهر النتائج أن مستوى كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين محبي الكيبوب.

أظهرت النتائج أن مستوى كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين محبي الكيبوب يقع في الفئة المتوسطة ، أي 65.٪ ، ومستوى كثافة صورة الجسد بين عشاق الكيبوب في الفئة المعتدلة ، أي 66.9٪. تظهر نتائج اختبار الفرضية أنه لا يوجد تأثير معنوي بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الانستغرام على صورة الجسم لعشاق K-pop الإناث ، وذلك بناءً على نتائج اختبار الانحدار البسيط بين المتغيرين اللذين يظهران: قيمة كبيرة (سيج) 0.925 (ص) 0.05 وقيمة R مربع 0.000. هذا يعني أن هناك تأثيرًا بنسبة 0٪ أو لا يوجد أي تأثير بين كثافة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على صورة الجسد.

الكلمات المفتاحية: كثافة الاستخدام ، وسائل التواصل الاجتماعي ، الانستغرام ، صورة الجسم

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kemajuan teknologi berperan penting sekali, dewasa ini tiap insan diyakini punya gawai ataupun *smartphone*. Gawai atau *smartphone* tidak hanya berfungsi layaknya peranti komunikasi, tetapi menawarkan aplikasi yang berbiaya dan juga gratis kepada penggunanya. Aplikasi bisa dibuka dimanapun serta kapanpun lewat penggunaan data seluler maupun *wifi*. Media sosial adalah salah satu *platform* aplikasi yang paling sering dibuka dan digunakan banyak orang.

Media sosial ialah seperangkat aplikasi jagat maya di mana diciptakan dari dasar ideologi serta teknologi “Web 2.0” yang memperkenalkan tiap pengguna untuk menghasilkan serta berbagi content di mana telah dibuat sebelumnya (Kaplan & Haenlein, 2014). Angkatan muda era ini sering menggantungkan sosial media layaknya jembatan guna menggali dukungan sosial, mencari informasi, ataupun hanya sekedar mencari hiburan. Menurut survei *We Are Social* tahun 2018, Indonesia menjadi negara terbesar nomor tiga di mana peningkatan jumlah pemakai sosial media terbesar di penjuru dunia. Masyarakat menghabiskan rerata 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial (We Are Social, 2018).

Menurut hasil survei statistik APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016) dapat diketahui bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 132,7 juta pengguna, yaitu sekitar

51,5% dari 256,2 juta jumlah penduduk Indonesia. Pengguna internet terbesar dan terbanyak ada di Pulau Jawa dengan total 86.339.350 pengguna atau sekitar 65% dari total pengguna internet. Pada Januari 2022, Indonesia memiliki pengguna aktif media sosial sebanyak 191 juta orang. jumlah tersebut meningkat sebesar 12,35% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 170 juta orang. Pengguna Instagram di Indonesia sendiri sebanyak 84,8%.

Menurut Horrigan (2002) pemakaian internet dikaji berlandas intesitas pemakaian internet yakni melalui frekuensi lamanya serta durasi berapa kali memakai interet. *The Graphic, Visualization & Usaility Ceter, the Georgia Institute of Technology* (2014) memastikan indeks seorang bisa dinyatakan layaknya *internet addiction* di kelompok *heavy users* ialah ≥ 40 jam/bulan ataupun 6 jam pada satu hari. Menurut data ICCA (*Indonesian Contact Center Association*) meyimpulkan pemakai sosial media di Indonesia menamatkan waktu sampai 3 jam pada satu hari guna mengakses sosial media. Maka dapat disimpulkan bahwa waktu rata-rata sebanyak 21 jam dalam seminggu, yang mana kedalaman pemakaian internet itu punya kecederungan *heavy users*.

Menurut Sulaeman (dalam Aridarmaputri, 2013) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa jika intensitas penggunaan sosial media besar bakal membagikan dampak ketagihan akibat oleh kegemaran serta berbagai fitur yang terdapat dimedia sosial, maka makin rendah mutu komunikasi bertatap muka tiap individu. Menurut Nurmadia (dalam Aridarmaputri, 2013) ketagihan internet sampai bisa memutuskan relasi antar saudara, keluarga,

serta teman dalam kehidupan yang sebenarnya. Penelitian lain dari Sariroh (2016) mengatakan dampak intensitas penggunaan media sosial dapat mengakibatkan lupa waktu, lebih mengutamakan pribadi diri, enggan belajar ataupun enggan berkegiatan, malas berkomunikasi dengan orang dan kurang sopan santun. Jika hal tersebut berkelanjutan maka akan mengakibatkan depresi dan mejadi individualis. Bahkan, bila sudah ekstrem hal tersebut akan mengakibatkan seorang individu menjadi anti sosial.

Terkait dengan dampak dari penggunaan media sosial sendiri, kini kita mengenal istilah K-Pop yang merupakan akronim dari Korean Pop. K-Pop ini merupakan fenomena globalisasi di NKRI berupa hubungan budaya ialah hadirnya bermacam kultur Korea Selatan ke Indonesia. Kultur Korea yang datang ke Indonesia sangat beraneka ragam, seperti musik, kuliner, drama serial, film, dll. Selain merambah Indonesia, kultur Korea pun merambah ke seluruh penjuru dunia. Dilansir dari Egsaugm (2021), Kultur Korea punya dampak yang besar dalam beragam faktor dalam hidup keseharian, bermula dari gairah musik, penampilan berpakaian, kuliner, dll. Musik paling terkenal dalam kultur Korea ialah genre pop, sering dikatakan pop Korea ataupun K-pop.

K-Pop sendiri identik bersama keberadaan girl band serta boy band, yaitu kumpulan wanita dan pria di bawah sebuah manager maupun agensi. Satu dari banyak contoh girl band Korea serta boy band adalah Super Junior, Blackpink, EXO, TWICE, ITZY, NCT, TXT, dan Bangtan Boys (BTS) di mana sedang terkenal saat ini. (Egsaugm, 2021). Disiarkan lewat berbagai

sumber, BTS memuncaki boy band K-Pop paling populer versi April 2021 serta berkukuh di tempat tersebut dalam waktu 35 bulan. Boyband ini pun punya fan club yang besar sekali, sampai sampai level internasional bernama ARMY.

Kabar *Korean wave* sudah hadir ke Indonesia di tahun 2004 pun sampai saat ini semangatnya tetap tinggi, terkhusus di kalangan pemuda dan pemudi. Perihal tersebut membuat kultur Korea gampang disambut serta tumbuh di Indonesia. Hal tersebut sesuai dengan hasil survey IDN Times (2019) bahwa 40,7% penggemar K-Pop di Indonesia berusia 20-25 tahun, 38,1% berusia 15-20 tahun, 11,9% berusia lebih dari 25 tahun dan 9,3% berusia 10-15 tahun. Demografi penyebaran penggemar Kpop di Indonesia lebih banyak didominasi oleh perempuan yakni sebanyak 92,1%. Dapat diketahui dari hasil survey tersebut bahwa penggemar K-Pop ada diantara usia remaja akhir atau dewasa awal.

Remaja yang terkesan dengan K-Pop malah hingga layaknya penggemar dari satu *boygroup* maupun *girlgroup* akan membuat mereka sedikit-banyak berupaya untuk meniru apa yang dilakukan oleh idolanya entah perilaku, gaya hidup, dan cara berpakaian. Bukan rahasia umum bahwa perihal yang mana begitu ditonjolkan oleh perusahaan entertainment K-Pop ialah tampilannya. Apalagi cara berpenampilan para anggota *girlband* yang seringkali menampilkan kriteria yang memiliki bentuk tubuh kurus langsing, berkulit putih, tinggi, dan pipi yang tirus. Hal ini menimbulkan pengaruh negatif terhadap remaja itu sendiri seperti membuang waktu sia-sia untuk

memperhatikan bentuk tubuh atau penampilan idolanya, hidup menjadi boros karena fokus mengikuti penampilan idolanya secara berlebihan, dan halusinasi berlebihan di mana mereka mendambakan penampilan yang sama dengan idolanya agar terlihat menarik (Asyfa, 2022).

Beberapa kasus sudah banyak terjadi terkait dengan remaja yang mengikuti *body image* artis K-pop ini. Di India misalnya, 8 orang remaja terpaksa harus dilarikan ke rumah sakit karena nekad menjalani diet ketat demi mengikuti model tubuh artis K-Pop idolanya (PramborsFM, 2022). Di Filipina, ada remaja yang sampai nekad mencuri uang sekitar 2 juta Peso atau sekitar Rp 559,3 juta Rupiah demi membeli merchandise dan aksesoris agar bisa berpenampilan seperti artis K-Pop idolanya (Salsabilla, 2023). Bahkan di Korea sendiri, seorang remaja kabur dari rumah demi nikahi idol K-Pop bernama Kangnam (Nissa dan Suliastini, 2018). Belum lagi aktor Kanada yang terobsesi menjadi Jimin BTS hingga meninggal dunia setelah melakukan 12 kali operasi plastik (Anjani, 2023). Kasus-kasus tersebut bisa jadi sudah banyak terjadi di Indonesia namun tidak terpublikasi mengingat Indonesia merupakan salah satu Negara dengan *fanbase* K-Pop terbesar di dunia.

Merujuk pada fenomena dan kasus-kasus *body image* yang telah diuraikan, Thompson (1996) kemudian menyebutkan bahwasanya *body image* ialah cerminan mental individu pada tubuhnya pada hal kepuasan serta ketidakpuasan yang dibangun secara subyektif dari seseorang. Kemudian bagi Honigman dan Castle (2004), *body image* ialah wujud psikologis individu

kepada wujud serta penilaian tubuh serta seperti apa seseorang memandang serta mempersepsikan pikiran serta rasa mereka kepada wujud serta pengukuran tubuh beserta bagaimana individu yang lain menilai pribadinya. Namun, pemikiran serta perasaan tidak pasti sesuai dengan faktanya, melainkan penilaian subjektif terhadap diri sendiri.

Cash & Pruzinsky (2002) menyatakan bahwa *body image* adalah seluruh pengalaman manusia yang berkaitan dengan tubuh meliputi persepsi, emosi dan perilaku. Croll (dalam Stang, 2005) mengungkapkan bahwa *body image* dapat terbentuk melalui persepsi, emosi, sensori fisik dan lingkungan. Pada saat remaja seringkali terjadi perubahan pada bentuk fisik yang tidak diinginkan yang kemudian mempengaruhi persepsi individu terhadap *body image* mereka. *Body image* lebih banyak dipengaruhi oleh *self-esteem* dan *self-evaluation* daripada pengaruh eksternal, akan tetapi *body image* juga dapat dipengaruhi oleh budaya standarisasi yang ada di masyarakat.

Ketidakpuasan terhadap tubuh dapat ditimbulkan oleh penggunaan media, yang antara lain dikarenakan standar kecantikan yang ada di kehidupan luar serta kecondongan guna memperbandingkan tampilan bersama pribadi lainnya (Thompson; Van den Berg dalam Fardouly J, 2018). Tidak sedikit individu mengetahui patokan kecantikan orang, tapi tak seluruh individu menafsirkan patokan itu melalui cara yang sama, serta mereka yang keliru mengartikannya berisiko tinggi mengalami rasa tidak puas terhadap tubuh serta tingginya gangguan makan (Stice, 2002).

Serta kemudian nomor dua adalah tentang membandingkan pribadi anda dengan pribadi lain, perihal itu bisa membuat orang berpikir dirinya tak mengesankan dibanding orang yang lainnya dan memungkinkan orang memperbandingkan tampilan mereka dengan pribadi lainnya. Hal ini memperlihatkan bahwasanya individu punya hasrat dan kemauan dalam memperbandingkan dirinya dengan pribadi lainnya guna mengidentifikasi perkembangan daya tarik fisiknya, serta perbandingan tersebut bisa dilangsungkan bersama individu di mana dipikir lebih elok ataupun lebih jelek daripada dirinya (Festinger dalam Fardouly J, 2018). Memperbandingkan diri Anda dengan mereka yang lebih mampu bisa menaikkan rasa tidak puas pada diri serta bersama mereka yang kurang mampu bisa memangkas ketidakpuasan.

Terdapatnya *body image* punya dampak signifikan seperti apa individu dapat menjumpai diri sendiri serta melangsungkan kehidupan mereka. Perempuan bisa merasa gundah, sedih, stres atau bahkan depresi ketika penampilannya membuat orang lain memiliki kesan yang tidak baik terhadap dirinya. Perempuan berusaha melakukan berbagai cara untuk mendapatkan gambaran *body image* yang ideal, seperti memakai pakaian yang menarik dan menggunakan alat-alat kecantikan. Hal ini sesuai dengan kajian yang dilangsungkan oleh Rohliyani (2011) dengan judul “Hubungan Antara Citra Tubuh (Body Image) Dengan Perilaku Konsumtif Remaja” menyatakan bahwasanya makin besar *body image* jadi makin kecil tingkah laku konsumtif

serta kebalikannya makin kecil *body image* jadi makin besar tingkah laku konsumtifnya.

Permasalahan *body image* yang lain adalah perempuan sering menganggap badan yang sempurna harus ramping serta kurus. Oleh sebab itu, wanita bersedia melaksanakan banyak cara guna mendapatkan wujud tubuh yang ramping. Sampai sampai merasakan gangguan makan (*eating disorder*) layaknya *anoreksia* serta *bulimia* cuma sebatas guna memperoleh *body image* yang didambakan. Selanjutnya ada *body image disturbance* yaitu penyakit mental yang disebabkan oleh kecemasan individu yang berlebihan terhadap penampilan fisik dan citra tubuhnya.

Dalam keadaan ekstrim, seseorang yang memiliki ketidakpuasan tinggi terhadap tubuhnya akan mengalami distorsi dalam penilaiannya terhadap realitas. Informasi yang ada dalam pikirannya mengatakan bahwa tubuhnya jauh lebih buruk dibandingkan kenyataan yang sebenarnya. Dampak negatif dari sisi psikologisnya adalah perasaan ketidakpuasan yang dapat mengakibatkan rasa tidak bahagia yang selanjutnya memunculkan rasa serba keliru dalam memosisikan dirinya di tengah tengah individu lainnya. Rasa tidak puas tersebut bisa memberi dampak di kehidupan saat ini maupun kemudian hari.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, dapat diketahui bahwa dalam proses mengidolakan seorang *public figure* akan membentuk pandangan bahwa sosok yang diidolakan merupakan seseorang yang sempurna. Didukung dengan mudahnya seseorang untuk mengakses media

sosial, sehingga memberikan kesempatan bagi individu untuk memperoleh informasi mengenai tubuh menjadi semakin luas. Apabila informasi diperoleh tidak dapat difilter dengan tepat, maka hal itu bakal memberi dampak patokan kecantikan pada diri individu serta rawan membandingkan tubuh dengan pribadi lain yang mana bakal membuat *body imagenya* makin tidak positif.

Riset terkait dengan dampak intensitas pemakaian media sosial Instagram bagi body image pada penggemar K-Pop perempuan telah banyak dilakukan sebelumnya. Sari dan Setyani (2021) dalam risetnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara penggunaan media sosial instagram terhadap body image pada remaja perempuan. Namun hasil riset tersebut berbeda dengan temuan Mustikasari dan Rahayu (2020) yang memperlihatkan bahwasanya kegiatan memakai instagram tak berdampak kepada *body image* remaja. Berlandaskan produk kajian Papadimitropoulou (2019) menguraikan bahwasanya membuang waktu berjam-jam guna memakai instagram tak memberi dampak relasi citra tubuh serta pembangunan identitas.

Kedua riset yang tidak sejalan ini sejatinya telah sesuai dengan faktor-faktor yang memengaruhi *body image* itu sendiri sebagaimana dikemukakan Thompson (2000) yakni pengaruh berat badan dan persepsi gemuk/kurus, budaya, siklus hidup, sosialisasi, konsep diri, peran gender, dan pengaruh distorsi citra tubuh pada diri individu. Beberapa dari faktor tersebut juga ditemukan dalam riset Alfian dkk. (2020) yakni faktor jenis kelamin, perilaku konsumsi makanan, hubungan interpersonal dengan perilaku konsumsi

makanan sebagai faktor paling dominan yang memengaruhi *body image* seseorang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image* Pada Penggemar K-Pop”

B. Rumusan Masalah

Melalui latar belakang yang sudah diuraikan bisa diidentifikasi bahwasanya penulis ingin mengetahui:

1. Bagaimana tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram pada penggemar Kpop perempuan?
2. Bagaimana tingkat *body image* pada penggemar Kpop perempuan?
3. Bagaimana pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap *body image* pada penggemar Kpop Perempuan?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas dapat diketahui bahwa penelitian ini adalah untuk memecahkan permasalahan yang telah ditetapkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram pada penggemar Kpop perempuan.
2. Untuk mengetahui tingkat *body image* pada penggemar Kpop perempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap *body image* pada penggemar Kpop Perempuan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis

1. Manfaat Teoritis

Memberi sumbangan pemikiran bagi keilmuan psikologi mengenai penggunaan media sosial Instagram dan *body image* pada penggemar Kpop perempuan, karena dengan bijak menggunakan media sosial sehingga memiliki kepercayaan diri dan dapat menerima segala informasi yang positif maupun negatif dengan baik.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini adalah sebagai bahan evaluasi para perempuan mengingat bahwa pengguna Instagram paling banyak adalah dari kalangan remaja perempuan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. *Body Image*

1. Definisi *Body Image*

Paul Shilder (dalam Gattario, 2013) adalah salah satu pelopor dalam hal untuk meneliti tentang *body image*, Paul Shilder sendiri mendefinisikan *body image* sebagai gambaran tubuh seorang individu yang dibentuk dari hasil olah pikiran.

Body image adalah gambaran psikologis individu kepada bentuk dan ukuran tubuh serta bagaimana individu memandang dan mempersepsikan apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya dan serta bagaimana orang lain menilai dirinya. Namun, apa yang dipikirkan dan dirasakan belum tentu sesuai dengan keadaannya, melainkan penilaian subjektif terhadap diri sendiri. (Honigman dan Castle, 2004).

Thompson (1996) menyatakan bahwa *body image* adalah gambaran mental seseorang terhadap tubuhnya dalam hal kepuasan dan ketidakpuasan yang dibentuk secara subjektif oleh individu. Cash & Pruzinsky (2002) mengungkapkan bahwa *body image* adalah seluruh pengalaman manusia yang berkaitan dengan tubuh meliputi persepsi, emosi dan perilaku.

Dapat dilihat dari beberapa definisi diatas, dapat diketahui bahwa *body image* adalah pandangan subjektif seorang individu dalam melihat

tubuh mereka dan dapat mempengaruhi rasa puas maupun ketidakpuasan kepada diri sendiri, yang didukung oleh faktor sosial yang ada disekitarnya.

2. *Aspek Body Image*

Cash (2002) dalam *Multidimensional Body Self Relation Questionnaire-Appearance Scale* (MBSRQ-AS) mengungkapkan ada lima aspek *body image* yang dijelaskan berikut :

a. *Appearance evaluation* (evaluasi penampilan)

Evaluasi penampilan adalah ulasan terhadap penampilan secara keseluruhan kepada tubuh. Penilaian tingkat kepuasan maupun ketidakpuasan terhadap penampilan secara keseluruhan, apakah individu merasa bahagia dan sudah memiliki bentuk tubuh yang sesuai dengan keinginan individu.

b. *Appearance orientation* (orientasi penampilan)

Orientasi penampilan didefinisikan sebagai pandangan seseorang yang paling mendasar terhadap penampilannya dan upaya individu untuk memperbaiki penampilannya sebaik mungkin dengan cara perawatan maupun memodifikasi penampilannya.

c. *Body area satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh)

Kepuasan terhadap bagian tubuh adalah untuk mengukur kepuasan individu secara menyeluruh kepada setiap bagian tubuh dari bagian tubuh atas, bagian tengah sampai bagian tubuh paling bawah yang bersifat subjektif terhadap penampilan fisiknya.

d. *Overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk)

Kecemasan menjadi gemuk adalah kecemasan dan ketakutan seseorang menjadi gemuk atau bertambahnya berat badan yang menyebabkan seorang individu fokus untuk menurunkan berat badan dengan mengurangi porsi makannya.

e. *Self-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh)

Pengkategorian ukuran tubuh adalah mengklasifikasikan dan mengelompokkan bagian tubuh sesuai dengan ukuran tubuh dari kurus sampai gemuk. Individu hanya membandingkan dengan ego terhadap standar ideal yang berlaku di masyarakat.

Menurut Grogan (2008) aspek-aspek *body image* (citra.tubuh) yakni:

a. Aspek persepsi

Seorang individu mengklasifikasikan dan menginterpretasikan kondisi fisik mereka dengan membandingkan bentuk dan ukuran tubuhnya sesuai pemahaman terhadap dirinya sendiri, kemudian ditandai dengan munculnya keinginan dan berharap untuk memiliki tubuh dan penampilan yang menarik dan lebih baik.

b. Aspek perasaan

Emosi atau perasaan yang dimiliki seorang individu terhadap tubuh. Perasaan tersebut bisa datang dalam bentuk perasaan negatif ataupun positif terhadap tubuh yang dimiliki individu.

c. Aspek penilaian

Evaluasi dan penilaian terhadap tubuh dapat berupa pemikiran tentang perbandingan fisik seorang individu dengan orang lain dan bagaimana persepsi dan pandangan seseorang dalam menilai ukuran tubuhnya.

Dari penjelasan para ahli yang telah dipaparkan diatas, peneliti memilih aspek yang diungkapkan oleh Cash. Aspek yang diungkapkan oleh Cash sebagai berikut: *appearance evaluation* (evaluasi penampilan), *appearance orientation* (orientasi penampilan), *body area satisfaction* (kepuasan terhadap area tubuh), *overweight preception* (kecemasan menjadi gemuk), *self-classified weight* (pengkategorian terhadap tubuh).

3. Faktor yang mempengaruhi *Body Image*

Selain pandangan maupun penilaian dari orang lain terhadap penampilan diri individu, menurut Cash dan Pruzinky (2002) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *body image* yaitu:

a. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *body image* seorang individu. Ketidakpuasan terhadap tubuh sering dialami oleh perempuan daripada laki-laki dan biasanya menghasilkan *body image* yang negatif.

Sekitar 40-70% remaja perempuan tidak puas terhadap bentuk tubuh dengan dua atau lebih dari bagian tubuhnya, dengan ketidakpuasan terjadi terutama dibagian tubuh tengah atau bawah

tubuh, seperti perut, pinggul, dan paha. Sekitar 50-80% remaja perempuan di negara maju yang ingin menjadi kurus dan 20-60% sedang melakukan diet

b. Media masa

Tiggeman (dalam Cash dan Pruzinky, 2002) memaparkan bahwa media masa dapat memberikan gambaran kepada setiap penggunanya tentang bagaimana figur dan potret perempuan dan laki-laki yang ideal sehingga hal tersebut dapat memicu dan mempengaruhi gambaran tubuh seorang individu. Media masa seperti televisi, internet, dan majalah seringkali menggambarkan orang yang memiliki bentuk tubuh ideal dan menarik lebih mudah diterima daripada orang yang memiliki tubuh rata-rata, hal tersebut membuat remaja dan dewasa muda dengan mudah dipengaruhi oleh penggambaran citra tubuh seperti itu.

Media masa dapat dengan cepat menciptakan citra perempuan kurus dan langsing melalui media majalah *fashion*, yang telah terbukti memiliki efek negatif kepada perempuan yakni perempuan menjadi lebih sensitif terhadap berat badan, suasana hati yang negatif, ketidakpuasan terhadap tubuh mereka dan penurunan persepsi daya tarik diri mereka (Cash dan Pruzinsky, 2002).

c. Hubungan interpersonal

Hubungan interpersonal cenderung membuat seseorang membandingkan dirinya dengan orang lain, sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi konsep diri termasuk mempengaruhi perasaan dan

pandangannya terhadap penampilan fisik. Hal ini sering membuat seorang individu cemas dan khawatir akan penampilannya serta merasa gugup ketika orang melihat dan mengevaluasi penampilannya.

Selanjutnya, menurut Thompson (2000) faktor yang mempengaruhi *body image* adalah:

a. Persepsi

Persepsi merupakan kemampuan seorang individu dalam mempersepsi, memperkirakan dan mengevaluasi ukuran tubuhnya, yang berkaitan dengan apakah seseorang merasa puas atau tidak puas terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya.

b. Perkembangan

Perkembangan yang dimaksud disini adalah apakah dalam masa perkembangannya seseorang memiliki pengalaman yang berkaitan dengan pandangannya terhadap tubuh atau *body image*nya pada saat ini.

c. Sosiokultural

Sosiokultural adalah kemampuan masyarakat luas dalam menilai lingkungan disekitarnya, termasuk dalam hal kecantikan. Tren yang sedang populer dan digandrungi oleh masyarakat akan berpengaruh kepada *body image* seseorang. Dalam hal ini label bentuk tubuh ideal yang ada di masyarakat dapat mempengaruhi pemikiran seseorang terhadap tubuhnya.

B. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

1. Definisi Intensitas Penggunaan

Intensitas dalam Bahasa Inggris adalah “intensity” yang berarti kehebatan (Echols, 2007). Dalam kamus Psikologi, intensitas (intensity) adalah besarnya kekuatan perilaku yang diperlihatkan (Reber & Reber, 2010). Menurut Kartono dan Gulo (2000) intensitas didefinisikan sebagai kekuatan perilaku atau jumlah energi fisik yang dikeluarkan untuk merangsang sebuah indera perasa.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) intensitas memiliki arti keadaan tingkatan atau ukuran intensnya. Selanjutnya, kata penggunaan memiliki arti sebagai proses, cara, perbuatan, menggunakan sesuatu, pemakaian. Jadi dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan adalah besarnya kekuatan perilaku yang dikeluarkan dengan tingkatan tertentu untuk menggunakan sesuatu.

Andarwati dan Sankarto (2005) berpendapat bahwa intensitas dapat dinilai dari berapa lama waktu yang dibutuhkan serta frekuensi seberapa sering perilaku dilakukan. Putri, Erlyani, dan Mayangsari (2016) juga berpendapat bahwa intensitas ditinjau dari durasi dan frekuensi. Frekuensi adalah seberapa sering atau seberapa banyak jumlah pemakaian sesuatu dalam jangka waktu tertentu dan durasi adalah seberapa lama seorang individu melakukan sesuatu (Depdiknas, 2011).

Berdasarkan intensitas internet yang digunakan *the graphic, visualization and usability center, the Georgia Institute of Technology* (2014) menggolongkan menjadi tiga kategori, yakni:

- a. *Heavy user* (lebih dari 40 jam perbulan)
- b. *Medium user* (10-40 jam perbulan)
- c. *Light user* (kurang dari 10 jam perbulan)

Dari beberapa pendapat diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa intensitas penggunaan adalah besarnya jumlah kekuatan yang ditinjau dari berapa lama durasi waktu yang dihabiskan untuk menggunakan sesuatu dan tingkatan seberapa sering individu melakukan pengulangan perilaku (frekuensi).

2. Media Sosial Instagram

Media sosial adalah sekumpulan aplikasi *online* dan berbasis internet yang dibentuk atas dasar ideologis dan teknologi “Web 2.0” yang mana memungkinkan pengguna membuat dan membagikan konten yang dihasilkan (Kaplan & Haenlein, 2014).

Media sosial cenderung menjadi layanan *online* dan layanan *mobile* yang lebih meluas, hal tersebut memungkinkan para pengguna untuk berpartisipasi dan berinteraksi secara *online*, memberi atau membagikan konten (*user-created content*), serta bergabung dengan komunitas *online* (Dewing, 2012).

Fungsi utama dari media sosial adalah kemampuan untuk berbagi konten dengan orang lain. Ada berbagai jenis konten yaitu *update* status

secara singkat dan panjang, gambar, video atau dalam bentuk audio (Osterrieder, 2013).

Dari beberapa pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah platform dengan layanan *online* dan layanan *mobile* yang dibangun atas dasar ideologis dan teknologi “Web 2.0” yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten berupa gambar, video, audio dan *update* status pendek dan panjang.

Mayfield (2008) mengidentifikasi media sosial sebagai sekelompok platform *online* jenis baru yang memiliki sebagian besar atau seluruh karakteristik sebagai berikut:

a. Partisipasi

Media sosial mendorong seseorang untuk berpartisipasi dan memberi respon kepada konten disukai dan dapat memberi batas antara media dan penontonnya.

b. Keterbukaan

Sebagian besar layanan media sosial adalah memberikan tanggapan melalui komentar, membagikan foto, layanan audio, dan membagikan informasi berita. Layanan ini tidak pernah membatasi akses pengguna untuk memanfaatkan setiap layanan yang tersedia di platform tersebut.

c. Percakapan

Media sosial memungkinkan lebih banyak komunikasi atau percakapan dua arah, berbeda dengan media tradisional yang berfokus dengan *broadcast* (konten yang didistribusikan kepada pengguna).

d. Komunitas

Komunitas dibentuk untuk pengguna, sehingga pengguna dapat dengan mudah berkomunikasi dengan seseorang yang memiliki minat yang sama secara efektif.

e. Keterhubungan

Media sosial mulai berkembang dengan memanfaatkan tautan ke berbagai situs web, sumber, orang dan lain sebagainya.

Saat ini terdapat beberapa situs web yang *anti mainstream* atau telah melampaui apa yang menjadi definisi utama, sehingga situs web tersebut dapat digolongkan sebagai salah satu jenis media sosial. Instagram termasuk salah satu situs web yang digolongkan kedalam *media-sharing sites* dan juga *social networking sites*, karena Instagram tidak hanya dapat berbagi foto atau video tetapi juga dapat saling mengikuti profil satu sama lain (Dewing, 2012).

Instagram adalah aplikasi berbasis internet dan seluler yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video secara langsung didalam aplikasi sehingga dapat langsung membagikan hal tersebut kepada *follower* (pengikut) akun (Aditya, 2015). Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi dari aplikasi ini sendiri. Kata “insta” berasal dari kata “instan” yang memiliki lambang seperti kamera polaroid pada zamannya dikenal dengan “foto instan”. Seperti polaroid aslinya, Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan atau langsung. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang mana berfungsi

untuk mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain Instagram harus menggunakan jaringan internet untuk mengunggah foto, sehingga Instagram dipandang mampu untuk menyebarkan informasi secara cepat (Utari, 2017).

Pada tahun 2010, perusahaan Burbn, Inc., sebuah perusahaan teknologi pemula yang berfokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam menciptakan Instagram. Pada awal perintisan, perusahaan terlalu banyak fokus dalam hal HTML5 *Mobile (hyper text markup language 5)* yang akhirnya membuat sang CEO (*Chief Executive Officer*) yaitu, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk hanya fokus pada satu hal saja, yaitu layanan berbagi foto, komentar, dan kemampuan menyukai foto (Landsverk dalam Utari, 2017; Atmoko, 2012).

Hingga akhirnya mencapai tahap akhir, versi Burbn diuji cobakan kepada 100 orang *tester* yang bereaksi positif kepada aplikasi ini dan aplikasi diluncurkan di platform IOS pada tanggal 6 Oktober 2010 (Atmoko, 2012). Karena antusias masyarakat yang besar, Instagram mengembangkan aplikasinya supaya dapat digunakan oleh pengguna android pada tanggal 3 April 2012 dan pada tanggal 12 April 2012, Facebook membeli Instagram dengan nilai USD 1 miliar.

Ada beberapa kegiatan yang dapat dilakukan para pengguna di aplikasi Instagram yakni: (Instagram, 2018):

a. Mengunggah foto dan video

Pengguna dapat mengunggah foto dan video yang akan tersimpan kedalam akun pengguna secara otomatis. Pengguna juga dapat menambahkan filter yang tersedia di aplikasi sebelum mengunggah foto maupun video ke akun Instagram sesuai keinginan.

b. Pencarian foto dan video

Pengguna dapat mencari foto dan video dari pengguna lain, baik yang diikuti maupun tidak. Pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain yang mengunggah foto atau video yang tidak diikuti dengan meninggalkan komentar di postingan.

c. Membagikan foto dan video dalam *Instastory*

Pengguna dapat berbagi foto atau video menggunakan fitur *story* dalam aplikasi. Pengguna juga dapat berkreasi dengan menambahkan teks, stiker, lagu, menggambar dan bisa menambahkan efek yang disukai.

d. Melakukan *live video*

Instagram juga memberikan fitur siaran video secara langsung, agar pengguna dapat berinteraksi dengan pengikutnya. Selain itu, pengguna juga dapat melakukan siaran langsung bersama dengan pengguna lain dan dapat memberi komentar selama siaran berlangsung.

e. Mengirim pesan

Fitur dm (*direct message*) memungkinkan pengguna untuk bertukar pesan secara pribadi. Pengguna juga dapat mengirim foto atau video yang dilihat di Instagram kepada pengguna lain melalui fitur ini.

f. Melihat *story* atau *live video*

Pengguna dapat melihat *story* dan siaran langsung dari pengguna lain melalui panel yang sudah disediakan dalam aplikasi.

g. Mencari informasi

Selain berbagi foto, video, atau *story*, pengguna dapat melihat hal tersebut melalui fitur *explore*. Pengguna juga dapat mencari informasi yang diminati melalui *hashtag* yang ada di fitur pencarian.

3. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas penggunaan media sosial Instagram adalah besarnya kekuatan yang ditinjau dari durasi waktu dan frekuensi yang dikeluarkan pengguna dalam menggunakan aplikasi yang berbasis internet dan layanan seluler yang dibangun atas dasar teknologi “Web 2.0” yang memungkinkan para pengguna berbagi konten yang berupa foto, video dan pembaruan status pendek dan panjang. Dari sini dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial Instagram adalah besarnya kekuatan yang ditinjau dari durasi waktu dan frekuensi saat menggunakan Instagram.

4. Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Menurut Del Bario (dalam Andarwati, 2016) mengemukakan aspek intensitas yaitu *attention* (perhatian), *comprehension* (penghayatan), *duration* (durasi), *frequency* (frekuensi) dalam menggunakan internet.

a. *Attention* (perhatian)

Perhatian adalah aktivitas individu sesuai dengan minat yang ingin dilakukan karena memiliki ketertarikan terhadap aktivitas tersebut. Seseorang memiliki perhatian terhadap media sosial sehingga individu dapat menikmati aktivitas saat mengakses media sosial

b. *Comprehension* (penghayatan)

Penghayatan adalah proses individu untuk memahami, menikmati, dan menyimpan informasi dari pengalaman mengakses media sosial sebagai pengetahuan individu.

c. *Frequency* (frekuensi)

Frekuensi adalah seberapa sering seorang individu menggunakan internet dengan tujuan tertentu. Frekuensi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu misal perhari, perminggu, perbulan. Menurut kriteria pengukuran yang digunakan oleh Juditha (2011) adalah kategori tinggi > 4 kali/hari dan rendah < 4 kali/hari.

d. *Duration* (durasi)

Durasi adalah seberapa lama waktu yang digunakan individu untuk mengakses internet dengan tujuan tertentu. Durasi dinyatakan dalam satuan kurun waktu misal per menit, per jam. Menurut kriteria

pengukuran yang digunakan oleh Juditha (2011) adalah kategori tinggi > 2 jam/hari dan rendah < 2 jam/hari.

5. Dampak Penggunaan Media Sosial Instagram

Dampak penggunaan media sosial baik secara umum maupun secara khusus aplikasi Instagram (Amedie, 2015; Instagram, 2018):

a. Dampak positif

- 1) Memudahkan individu membentuk komunitas yang memiliki bakat dan minat sama untuk mengembangkan potensi diri melalui postingan yang diunggah ke akun Instagram.
- 2) Media sosial juga dapat menjadi sarana pemasaran produk bagi seseorang dalam bentuk iklan sehingga mendorong pengguna akun berdiskusi atau bahkan membeli produk tersebut.
- 3) Media sosial menyebarkan informasi lebih cepat daripada media yang bersifat konvensional.
- 4) Membantu pengguna menyebarluaskan konten yang telah dibuat melalui aplikasi atau layanan yang tersedia.
- 5) Mempermudah pengguna berinteraksi dengan teman, keluarga, kolega, dan kerabat atau bahkan membuat pertemanan dengan orang diseluruh dunia.
- 6) Mempermudah pengguna menggunakan fitur Instagram untuk mencari informasi yang disukai melalui konten yang diunggah pengguna lain.

b. Dampak Negatif

1) Kecemasan

Kecemasan disebabkan oleh stress yang ditimbulkan karena keinginan individu untuk terus membentuk citra diri sesuai dengan konsep kesempurnaan yang tidak dapat dicapai melalui media sosial.

2) Depresi

Depresi disebabkan oleh stress yang terus-menerus dan berkelanjutan. Hal ini terjadi karena individu tidak mampu membangun keintiman, sehingga seseorang cenderung menunjukkan sisi bahagia daripada harus menjadi diri sendiri.

3) Aktivitas kriminal

Media sosial juga menjadi salah satu tempat orang untuk melakukan kriminal seperti *cyber bullying*, penipuan, dan pemasaran barang terlarang. Selain itu, hanya demi pakaian yang dilihat di media sosial ada yang rela mencuri.

C. Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image*

Media sosial adalah salah satu sarana untuk berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial adalah aplikasi *online* dan berbasis internet yang dibentuk atas dasar ideologis dan teknologi “Web 2.0” yang mana memungkinkan pengguna membuat dan membagikan konten yang dihasilkan (Kaplan & Haenlein, 2014). We Are Social dalam penelitiannya

mengungkapkan salah satu aplikasi media sosial yang sering digunakan dengan usia 18- 24 tahun adalah Instagram (WAS, 2018).

Menurut Havighurst (dalam Malahayati, 2010) tugas perkembangan remaja dibagi menjadi sembilan, salah satunya adalah menerima kondisi fisik dan menggunakannya secara efektif. Untuk menerima kondisi fisiknya, individu tidak seharusnya mengevaluasi kekuarangan fisik tubuhnya dan membandingkan tubuhnya dengan orang lain. Namun tidak sedikit individu yang mengidolakan figur-figur Kpop menilai dan membandingkan dirinya dengan fisik artis idolanya. Hal tersebut akan membentuk pandangan bahwa artis yang diidolakan merupakan seorang individu yang sempurna sehingga mengakibatkan ketidakpuasan terhadap keadaan tubuhnya. Perbandingan inilah yang kemudian membentuk pandangan dan citra tubuh mengenai keadaan tubuhnya yang dikenal dengan *body image*.

Thompson (1996) menyatakan bahwa *body image* adalah gambaran mental seseorang terhadap tubuhnya dalam hal kepuasan dan ketidakpuasan yang dibentuk secara subjektif oleh individu. *Body image* memiliki pengaruh yang besar bagi seseorang untuk menghadapi dirinya yang sekarang dan untuk menjalani kehidupan dimasa yang mendatang. Ketika seorang individu melihat tubuhnya secara positif, hal itu meningkatkan kepercayaan diri sehingga mereka dapat menjalani kehidupan yang sesuai dengan keinginannya. Di sisi lain, ketika seorang individu memandang tubuhnya secara negatif, hal tersebut menyebabkan kurangnya kepercayaan diri pada

individu tersebut yang menyebabkan seseorang mengalami kesulitan dalam menjalani kehidupan.

D. Media Sosial Instagram dan *Body Image* dalam Kajian Islam

Manusia adalah makhluk terbaik yang diciptakan oleh Allah SWT. Hal ini tertuang dalam firman Allah SWT dalam Al-Qur'an pada surah At-Tin ayat empat, yang berbunyi:

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

Artinya: “*Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk sebaik-baiknya*” (QS. At-Tin: 4).

Menurut Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di (Tafsir as-Sa'di), yang dimaksudkan dalam FirmanNya, “Sungguh Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya,” yakni adalah dalam bentuk ciptaan yang sempurna, bagian-bagian tubuh yang saling sesuai, tegak berdiri dan tidak kekurangan apa pun yang diperlukan secara lahir dan batin.

Insan diciptakan pula guna berelasi bersama sesama. Perihal berikut sejalan bersama konsep sosial media Instagram yang mana dibangun layaknya sebagai sarana berhubungan bersama orang lain. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Hujurat ayat 13 yang mana bunyinya:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۚ

إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “*Wahai manusia! Sungguh, Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian Kami jadikan kamu*

berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia diantara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Teliti”.

Syaikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di (Tafsir as-Sa'di) menyatakan bahwa dalam surat Al-Hujurat ayat 13, Allah menciptakan anak cucu Adam dari asal usul dan diri yang satu, seluruh turunan Adam berasal daripada lelaki serta perempuan di mana silsilah seluruhnya mengacu kepada Adam dan Hawa. Allah mengembangbiakkan dari pada mereka berdua lelaki serta perempuan yang banyak, mereka selanjutnya disebar serta dijadikan “berbangsa-bangsa dan bersuku-suku,” yakni suku-suku nyang besar dan kecil. Yang demikian itu bertujuan agar saling mengenal satu sama lain, sebab andai masing-masing orang menyendiri, tentu tidak akan tercapai tujuan saling mengenal satu sama lain yang bisa menimbulkan saling tolong menolong, bahu-membahu, saling mewarisi satu sama lain serta menunaikan hak-hak kerabat.

Adanya manusia dijadikan berbangsa-bangsa dan bersuku-suku bertujuan agar berbagai hal positif tersebut bisa terwujud yang bergantung pada proses saling mengenal satu sama lain serta pemaduan nasab. Namun ukuran kemuliaan di antara mereka adalah takwa. Orang yang paling mulia di antara sesama adalah yang paling bertakwa kepada Allah, paling banyak melakukan ketaatan serta paling mampu mencegah diri dari kemaksiatan, bukan yang paling banyak kerabat serta kaumnya, bukan yang keturunannya paling terpandang (karena level sosial).

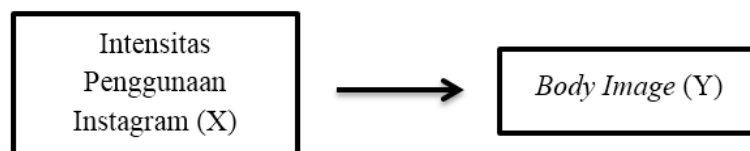
Dan mengenai semua itu Allah “Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.” Allah mengetahui siapa di antara mereka yang bertakwa kepada Allah baik secara lahir maupun batin, serta siapa di antara mereka yang tidak menunaikannya, baik secara lahir maupun batin. Masing-masing akan diberi balasan yang sesuai.

Di dalam ayat ini terdapat dalil yang menunjukkan bahwa mengetahui nasab itu diharuskan secara syariat, karena Allah menjadikan manusia berbangsa-banngsa dan bersuku-suku itu dengan tujuan demikian.

E. Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image* pada Penggemar *K-pop*.

F. Kerangka Penelitian



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini memakai metode penelitian kuantitatif yakni kajian yang dilaksanakan dengan cara terstruktur serta sistematis guna mengidentifikasi sebuah fenomena problem yang mana sedang berlangsung. Creswell (2013) berkata bahwasanya kajian kuantitatif ialah suatu cara pengujian teori dengan cara meneliti secara objektif hubungan antar variabel yang dapat diukur, sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis secara statistik.

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dikarenakan sesuai guna melihat dampak intensitas pemakaian Instagram terhadap *body image* penggemar *k-pop*. Dalam penelitian berikut ada dua variabel, yakni satu variabel dependent (Y) dan satu variabel independent (X).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel membantu peneliti guna lebih mengerti kegunaan masing masing variabel, membantu untuk memastikan peralatan ukur yang bakal dipakai serta menetapkan cara analisa yang diperlukan. Azwar (2007) menyatakan bahwasanya proses berikut yang bisa membuat lebih jelas masalah yang dikaji seorang peneliti. Pada kajian berikut terdapat dua variabel yaitu::

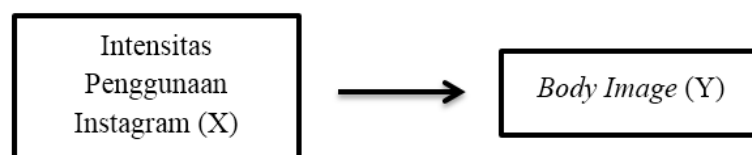
1. Variabel bebas (X)

Variabel independent (bebas) ialah tanda daripada seseorang maupun beberapa orang yang jadi sebab, dampak, ataupun memberi efek (Creswell,

2013). Maka, variabel independent pada kajian berikut ialah intensitas penggunaan media sosial Instagram.

2. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat adalah atribut individu atau kelompok yang menjadi hasil pengaruh variabel bebas (Creswell, 2013). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *body image*.



Gambar 3. 1 Skema Penelitian

C. Definisi Operasional

1. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas penggunaan media sosial Instagram adalah besarnya kekuatan yang ditinjau dari durasi waktu dan frekuensi saat menggunakan Instagram. Aspek intensitas adalah Attention (perhatian), Comprehension (penghayatan), Duration (durasi), dan Frequency (frekuensi).

2. *Body Image*

Body image adalah pandangan subjektif seorang individu dalam melihat tubuh mereka dan dapat mempengaruhi rasa puas maupun ketidakpuasan kepada diri sendiri, yang didukung oleh faktor sosial yang ada disekitarnya. Adapun aspek *body image* yakni, *appearance evaluation* (evaluasi penampilan), *appearance orientation* (orientasi penampilan), *body area satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh), *overweight*

preoccupation (kecemasan menjadi gemuk), *self-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh).

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian (Azwar, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar K-pop yang berusia 18-21 tahun. Pengambilan subjek yang berusia 18-21 tahun dikarenakan pada usia ini perhatian terhadap bentuk tubuh sangat kuat terjadi dalam masa remaja akhir.

Peneliti memilih penggemar K-pop karena mereka mengikuti idola yang memiliki tubuh yang sempurna dan *fashion* yang bagus sehingga mereka mengalami perubahan dalam diri mereka dari diet sampai memiliki cara berpakaian yang sama. Dan Indonesia sendiri memiliki penggemar Kpop terbanyak di dunia sesuai data dari Twitter.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi, sehingga sampel harus memiliki karakteristik yang dimiliki populasi. Sampel populasi adalah metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, dimana seluruh dari populasi digunakan sebagai sampel (Azwar, 2014). Kuantitas populasi pada kajian ini termasuk banyak, sehingga peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada. Dikarenakan hal ini maka peneliti hanya melakukan perhitungan dalam bagian unit populasi saja.

Dikarenakan jumlah penggemar Kpop di Indonesia lebih dari satu juta populasi, maka peneliti memilih sampel berdasarkan aturan tabel Krejcie-Morgan dengan tingkat keakuratan sebesar 90% dengan mengambil sampel sebanyak 272 subjek.

3. Teknik Sampling

Kajian berikut memakai cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* ialah cara pengamilan sampe di mana dipakai dikarenakan subyek punya ciri khas yang selaras bersama kajian (Idrus, 2009). Berikut cirinya:

- a. Remaja putri berusia 18-21 tahun (berada pada masa remaja akhir).
- b. Memiliki akun media sosial Instagram dan aktif menggunakan.
- c. Secara terbuka menyatakan sebagai penggemar idol Kpop.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen kajian merupakan perangkat guna menghimpun informasi data, jadi peneliti bisa mendapatkan informasi data positif, komplit, serta gampang mengolahnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model *Likert* berwujud skala *favourable* dan *unfavourable* guna menghitung skala intensitas penggunaan media sosial Instagram dan *body image*.

Favoureble merupakan pernyataan atau pertanyaan yang berisi tentang hal positif mengenai obyek sikap. Sementara itu *unfavourable* ialah ungkapan atau pertanyaan di mana isinya tentang perihal negative mengenai objek sikap. Menggunakan skala *Likert* dengan kategori SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Dengan kualifikasi

tiap poin pertanyaan positif (*favourable*) yakni 4, 3, 2, 1 serta pertanyaan negatif (*unfavourable*) yakni 1, 2, 3, 4.

Peneliti memakai instrumen guna menghimpun data. instrument kajian yang dipakai adalah seperti di bawah:

1. Intensitas penggunaan media sosial Instagram

Peneliti mengukur variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial dari Landesi Adarwati (2016) yang dimodifikasi dan disusun menurut aspek intensitas dari Del Barrio. Skala berisikan pertanyaan *favourable* dan *unfavourable* yang terdiri dari aspek-aspek, yakni perhatian (isi), penghayatan (fitur), durasi dan frekuensi. Kuisioner memiliki pertanyaan berjumlah 25.

Skala Intensitas penggunaan media sosial Instagram memuat empat aspek yakni *attention* (perhatian), *comprehension* (penghayatan), *duration* (durasi) dan *frequency* (frekuensi). Masing-masing pernyataan terdapat empat ragam jawaban yaitu, “SS (Sangat Setuju)”, “S (Setuju)”, “TS (Tidak Setuju)”, dan “STS (Sangat Tidak Setuju)”. Untuk skor item *favorable* nilainya adalah 4-1 dan 1-4 untuk item *unfavorable*.

Tabel 3. 1 Blueprint Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

No.	Aspek	Indikator	F	UF
1.	<i>Attention</i> (perhatian)	Ketertarikan dalam mengakses media sosial	1, 2, 3, 4	5
2.	<i>Comprehension</i> (penghayatan)	Memahami dan menyerap informasi	7, 8, 9, 11, 12, 13	6, 10
3.	<i>Duration</i> (durasi)	Lama waktu mengakses media sosial	15, 16, 17	14
4.	<i>Frequency</i> (frekuensi)	Seberapa sering mengakses media sosial	18, 19, 20, 21, 22, 24, 25	23
Jumlah			20	5

2. *Body image*

Perbandingan yang dipakai guna menghitung *body image* adalah jenis perbandingan likert. Perbandingan likert memiliki dua kelompok yakni *favorable* serta *unfavorable*. Item diurutkan berlandaskan faktor - faktor Cash (2002) dan dihitung memakai perbandingan *Multidimensional Body Self Relatio Quesionnaire-Appearance Scale* (MBRSQ-AS). Adapun beberapa aspek itu adalah *Appearance evaluation* (evaluasi tampilan), *Appearance orientation* (orientasi tampilan), *Body area satisfaction* (rasa puas kepada bagian raga), *Overweight preoccupation* (rasa cemas menjadi gemuk), *Self-classified weight* (penggolongan ukuran tubuh).

Masing masing ungkapan berisi empat ragam jawaban di mana, “SS (Sangat Setuju)”, “S (Setuju)”, “TS (Tidak Setuju)”, serta “STS (Sangat

Tidak Setuju)”. Untuk skor item *favorable* angkanya ialah 4-1 dan 1-4 untuk item *unfavorable*.

Tabel 3. 2 Blueprint Skala *Body Image*

No.	Aspek	Indikator	F	UF
1.	<i>Appearance evaluation</i> (evaluasi penampilan)	Evaluasi terhadap penampilan diri sendiri	1, 2	3, 4
		Evaluasi terhadap penampilan orang lain	5	6, 7
2.	<i>Appearance orientation</i> (orientasi penampilan)	Berusaha untuk memperbaiki penampilan	8, 9	10
		Perhatian individu untuk berusaha menjaga penampilan.	11	12
3.	<i>Body area satisfaction</i> (kepuasan terhadap bagian tubuh)	Puas terhadap penampilan secara keseluruhan	13, 14	15, 16, 17, 18
4.	<i>Overweight preoccupation</i> (kecemasan menjadi gemuk)	Cemas terhadap kegemukan	19, 20, 21	22, 23, 24
		Membatasi pola makan.	25	26
5.	<i>Self-classified weight</i> (pengkategorian ukuran tubuh)	Penilaian terhadap berat badan.	27, 28, 29, 30	31, 32, 33, 34
		Penilaian terhadap tinggi badan.	35	36, 37
Jumlah			17	20

E. Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dipakai guna melihat apakah poin item pada sebuah pertanyaan layak saat dalam mendefinisikan sebuah variabel (Wiratma & Poly, 2012). Dalam kajian ini, peneliti memakai pengujian

terpakai yang mana data yang digunakan guna pengujian peranti ukur juga dipakai guna data tes hipotesa lewat pengeluaran item yang tak valid. Alasan peneliti menggunakan uji coba ini dikarenakan agar dalam penyebaran kuisioner lebih efektif, beserta instrumen yang dilakukan pengujian bagi subyek calon sampel sehingga bisa mengetahui keselarasan item-item ungkapan di mana dibuat berlandaskan karakter sampel.

Validitas item dikatakan valid apabila sesuai dengan standar pengukuran yakni $rix \geq 0,30$. Akan tetapi, bila kuantitas item yang valid masih tidak cukup sesuai kuantitas diharapkan, jadi bisa meurunkan kriteria jadi 0,25 ataupun 0,20 (Azwar, 2007). Peneliti memakai SPSS 16.0 *for windows* untuk perhitungan validitas.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek	No Item Valid	Jumlah	Indeks Validitas
<i>Attention</i> (perhatian)	1, 2, 3, 4, 5	5	0.477, 0.524, 0.322, 0.537, 0.337
<i>Comprehension</i> (penghayatan)	7, 8, 9, 11, 12, 13	6	0.602, 0.531, 0.511, 0.613, 0.578, 0.524
<i>Duration</i> (durasi)	15, 16, 17	3	0.561, 0.723, 0.504
<i>Frequency</i> (frekuensi)	18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25	8	0.512, 0.553, 0.492, 0.700, 0.696, 0.392, 0.467, 0.594
Jumlah		22	

Di bagan tersebut diuraikan bahwa daripada 25 item, ada 22 item yang bisa dinyatakan valid. Perihal ini menyatakan bahwasanya kajian

berikut valid karena telah mengampu patokan standar yang sudah ditentukan.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas *Body Image*

Aspek	No Item Valid	Jumlah	Indeks Validitas
<i>Appearance evaluation</i> (evaluasi penampilan)	1, 2, 3, 4, 5, 7	6	0.583, 0.591, 0.594, 0.557, 0.409, 0.411
<i>Appearance orientation</i> (orientasi penampilan)	-	-	-
<i>Body area satisfaction</i> (kepuasan terhadap bagian tubuh)	14, 15, 16, 17, 18	5	0.604, 0.338, 0.331, 0.395, 0.439
<i>Overweight preoccupation</i> (kecemasan menjadi gemuk)	-	-	-
<i>Self-classified weight</i> (pengkategorian ukuran tubuh)	28, 29, 30, 32, 33, 34	6	0.470, 0.518, .414, 0.548, 0.323, 0.386
Jumlah		17	

Di bagan tersebut dipaparkan bahwa dari 37 item, hanya terdapat 17 item yangmana bisa dinyatakan valid. Perihal berikut memperlihatkan bahwasanya kajian ini masih terbilang valid bila seluruh item valid terwakili dalam faktor yang ada. Namun pada kajian ini cuma 3 faktor yang terbukti dengan validitas 0.331 – 0.604.

2. Reliabilitas

Azwar (2007) menyatakan bahwa reliabilitas ialah sejauh apa produk dari sebuah proses bisa dipercayai. Koefisien reliabilitas dapat diungkapkan lewat angka yang terdapat di antara 0 sampai 1,00 yang artinya makin besar koefisien reliabilitas jadi reliabilitas peranti ukur makin besar. Kebalikannya, jika alat tidak reliabilitas maka koefisien reliabilitas akan mendekati angka 0.

Peneliti memakai teknik *Alpha Cronbach* dalam uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for window*.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah item awal	Jumlah item valid	Koefisien alpha	Ket
Intensitas Penggunaan Media Sosial	25	22	0.910	Reliabel
<i>Body Image</i>	37	17	0.852	Reliabel

F. Metode Analisis Data

Analisis data adalah alat untuk mengolah serta menginterpretasikan data guna melakukan uji benarnya hipotesa serta mengambil simpulan. Metode analisis data yangmana digunakan ialah analisis deskripsi dan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for window* untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram terhadap *body image* pada penggemar Kpop perempuan.

1. Analisis Deskripsi

Tujuan dari analisis deskripsi adalah guna menguraikan data hasil kajian. Data mentah yang diperoleh dianalisa beberapa tahap yakni:

a. Menghitung *mean* hipotetik (μ)

$$\mu = \frac{1}{2} (imax + imin) \sum k$$

Keterangan μ : rata-rata hipotetik

$imax$: skor maksimal item

$imin$: skor minimal item

$\sum k$: jumlah item

b. Menghitung standar deviasi hipotetik (σ)

$$\sigma = \frac{1}{6} (Xmax - Xmin)$$

Keterangan σ : deviasi standar hipotetik

$Xmax$: skor maksimal subjek

$Xmin$: skor minimal subjek

c. Kategorasi

Kategori penilaian setiap variabel adalah sebagai berikut:

Klasifikasi	Skor
Tinggi	$X \geq (M + 1SD)$
Sedang	$(M - 1,0 SD) \leq X < (M + 1,0 SD)$
Rendah	$X < (M - 1,0 SD)$

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah intensitas penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap *Body Image*. Cara analisa statistik yang dipakai pada kajian berikut ialah analisis regresi. Gujarati (2006) menguraikan mengenai regresi yang mana ialah studi tentang relasi tiap variabel, yangmana diungkap lewat variabel yang dijelaskan (*the explained variable*) bersama sebuah ataupun dua variabel yang menjabarkan (*the explanatory*). Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependen*). Rumus regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan Y : variabel dependen

X : variabel independen

a : harga Y apabila X = 0 (harga konstanta)

b : koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan variabel independen, apabila b (+) maka terjadi kenaikan dan b (-) maka terjadi penurunan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Korean Pop kepanjangan dari Kpop bermula dari pendudukan Jepang kepada Korea. Di awalnya, pemerintahan Korea tak memperbolehkan seluruh wujud kultur Jepang hadir ke Korea layaknya musik, film, drama, atau animasi Jepang. Baru pada tahun 1998 pemerintahan Korea Selatan menerima kultur Jepang hadir. Pemerintah Korea Selatan menarik segala pelarangan yang mana sudah ditentukan, sampai-sampai remaja di Korea Selatan begitu menggemari semua perihal yang berkaitan dengan budaya Jepang. Kejadian dilihat tak positif tetua di Korea Selatan dikarenakan hal tersebut mengingatkan penjajahan Jepang terhadap Korea di awal 20an. (Path, 2013).

Musik Korea pra-modern terbit di tahun 1930-an melalui musik yang begitu besar pengaruhnya bagi musik Jepang. Di tahun 1950-an, musik pop Barat mulai hadir di Korea Selatan lewat tingginya pertunjukan musik oleh tentara di pangkalan militer Amerika di Korea. Awal mulanya, musik pop Korea memiliki beragam genre, seperti "*oldies*", yang dipengaruhi musik Barat yang terkenal di tahun 1960-an. Selanjutnya muncul musik rock yang diperkenalkan oleh Cho Young Pil, diikuti dengan musik trotting yang mirip dengan musik enka Jepang. Pada tahun 1985-an di Korea muncul sebuah genre musik baru yang disebut *changga*, sebuah musik alunan dengan

instrument dari gitar, drum, flute, dan lainnya. Musik tersebut merupakan adaptasi dari budaya pop barat dan liriknya menggunakan Bahasa Korea.

Pada tahun 1992 grup dengan nama Seo Taiji and Boys debut dengan memberikan variasi baru pada musik Korea dengan genre rock, rap, dan techno Amerika. Kesuksesan grup musik tersebut mempengaruhi gaya bermusik pendatang baru di tahun 2000an. Aliran musik baru tersebut memiliki genre musik layaknya hip-hop dan R&B yang mengacu dari Amerika. Beragam seniman tahun 2000an yang sukses menembus pasar internasional adalah Rain, BoA, Super Junior, Big Bang, Girls Generation, Wonder Girls dan lainnya.

Kultur pop Korea mulai tumbuh di Asia Tenggara serta China pada akhir 1990-an. Perihal berikut membuat orang mengerti ungkapan *Hallyu* atau *Korea Wave*, sebaran kultur pop Korea ke penjuru dunia. Sebutan *Hallyu* diangkat oleh China setelah album musik pop Korea mulai disiarkan di China serta drama Korea mulai disiarkan di China, Vietnam, Jepang, Thailand, Filipin, Indonesia, dan negara lainnya. Drama korea juga mempunyai andil dalam menyebarkan Kpop ke penjuru dunia, dikarenakan pemerintahan dapat memandang prospek bisnis hiburan korea yang begitu memberi keuntungan.

Indonesia menjadi satu dari beberapa negara Asia Tenggara yang terdampak wabah *Korean Wave*. Kejadian itu bisa diketahui dari tingginya drama Korea yang kerap disiarkan di beragam stasiun televisi di Indonesia pada tahun 2000an layaknya *Endless Love*, *Winter Sonata*, *Full House* yang bisa memancing antusiasme warga Indonesia. Lewat keluarnya drama korea,

kultur Korea pun melebarkan *Korean wave* lewat kultur musiknya yakni Kpop. Perihal itu bisa diketahui lewat keluarnya kesukaan orang Indonesia dengan *boyband* serta *girlband* Korea seperti Super Junior, Big Bang, Shinee, 2NE1, Girls Generation hingga sekarang yang sangat digandrungi masyarakat adalah BTS, Blackpink, Twice, NCT dan lainnya.

Korean Wave menjadikan individu yang menggemarnya supaya lebih jauh mengetahui kultur korea tak cuma drama serta Kpop namun terlebih pariwisata, kuliner, gaya fasjion, serta gaya hidup di Korea. Fans Kpop pun mau mengeluarkan uang guna mendapatkan semua aksesoris Kpop, merasakan kuliner Korea yangmana terdapat di Indonesia serta membayar tiket konser ketika ada idolanya yang melangsungkan konser di Indonesia. Kesukaan itulah yang memunculkan berbagai tim fans ataupun kerap dikatakan sebagai *fandom*, perihal itu ada dikarenakan fans mau menyokong serta punya intensitas yang lebih guna memahami semua hal terkait idolanya. Bebrapa fandom itu yakni ELF (Super Junior), Army (BTS), Reveluv (Red Velvet) dan masih banyak fandom lainnya.

B. Pelaksanaan Penelitian

1. Waktu dan Tempat Penelitian

Kajian dilaksanakan melalui pelaksanaan pembagian skala dengan daring melalui sosial media Telegram lewat cara membagi link kuisioner kepada setiap anggota secara individual.

Penelitian ini dimulai pada tanggal 24 Agustus 2021 sampai dengan 17 April 2022. Responden dapat memberi jawaban pertanyaan lewat cara

melewati link yang diberikan. Skala online yang dibagi oleh peneliti, terdapat identitas dan item yang wajib diisi oleh responden. Setelah responden mengisi semua skala tanpa terlewat satu nomor pun dan mengikuti langkah selanjutnya, maka data tersebut bakal dengan langsung memasuki ke dalam memori *Google Drive* dan cuma dapat dimasuki oleh peneliti.

2. Jumlah Subjek Penelitian Beserta Alasan Menetapkan Jumlah

Kuantitas subyek pada kajian ini berjumlah 272 individu dengan ketentuan dalam menentukan jumlah subjek sesuai berdasarkan aturan tabel Krejcie-Morgan dengan tingkat keakuratan sebesar 90%.

3. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data

Pengambilan data daripada produk kajian dilaksanakan lewat menilik respon dari narasumber dari *Google Form*. Peneliti menyebar skala penelitian lewat internet dengan menggunakan *google form* yang telah dibentuk sebelumnya. Kemudian peneliti menyebarkan link daripada *google form* itu secara individual kepada anggota grup kpop yang ada di Telegram. Setelah responden yang masuk telah mencapai target daripada sampel yang mana ditetapkan peneliti, data tersebut bisa diolah.

4. Hambatan yang Dijumpai dalam Pelaksanaan Penelitian

Hambatan yang dijumpai peneliti adalah susahnyanya mencari subjek sesuai kriteria karena sebelumnya tidak mengenal subjek, sehingga peneliti menyebar kuisioer secara acak. Juga, peneliti sering terkena *ban* dari Telegram karena dianggap akun *boot*, sehingga peneliti tidak dapat

menggunakan akun Telegram dalam waktu tertentu. Dengan menyebarkan link *google form* membutuhkan waktu yang lama, sehingga peneliti harus menunggu sampai jawaban responden mencapai target sampel penelitian untuk selanjutnya dapat memproses data.

C. Pemaparan Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Asumsi

Pada pengujian asumsi yang dilaksanakan kajian ini ialah pengujian normalitas serta linearitas. Tujuan dilaksanakannya pengujian asumsi tersebut ialah sampel data yang didapat pada kajian terbebas dari pada *sampling error*.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji distribusi data yang digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi secara baik atau tidak. Metode statistik *Kolmogorov-Smirnov Tes* adalah uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat nilai signifikasni dengan bantuan SPSS 16. Bila angka signifikansi $> 0,05$ jadi dapat dikatakan data tersalurkan dengan normal. Bila kebalikannya, jika $< 0,05$ jadi data itu dinyatakan tersalurkan tidak normal. Hasil pengujian normalitas dipaparkan pada bagan di bawah ini:

Tabel 4. 1 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		272
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.16239192
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.029
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.689
Asymp. Sig. (2-tailed)		.729

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Hasil dari pada pengujian normalitas yang tercatat di bagan diatas menunjukkan angka yang didapatkan *Asymp. Sig (2-tailed)* senilai 0.729. jadi bisa ditarik simpulan bahwasanya variabel tersebut tersalur normal..

b. Uji Linearitas

Pengujian linearitas ialah guna memeriksa keberadaan sifat linear tiap dua variabel yang dikaji dengan teoritis, selaras ataupun tak selarasnya bersama hasil kajian serta kajian teori yang telah dilangsungkan oleh peneliti. Pengujian linearitas punya tujuan guna mengidentifikasi ada atau tidak hubungan atau secara tidak sigifikan antar kedua dua variabel. Uji tersebut guna mengetahui seperti apa variabel (X) berdampak ke variabel (Y), baik itu dampak selaras maupun berbanding kebalikannya.

Hasil dari pada pengujian linearitas ini bisa dipastikan lewat pendapatan angka signifikansi di *output* data yang telah dikeluarkan. Untuk pengujian linearitas, peneliti memakai sokongan SPSS 16 *for windows* lewat penggunaan *Tes for Linearity* dengan signifikansi 0,05.

Tabel 4. 2 Uji Linearitas

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
body image Between (Combined) * intesitas Groups	3370.312	44	76.598	1.184	.215
Linearity	.601	1	.601	.009	.923
Deviation from Linearity	3369.711	43	78.365	1.211	.188
Within Groups	14685.567	227	64.694		
Total	18055.879	271			

Berdasarkan tabel 4.2 dinyatakan bahwasanya ada relasi linear sebab nilai signifikansi di *deviation from linearity* $0.188 > 0,05$ jadi variabel itu dapat dikatakan melengkapi kriteria linier..

2. Hasil Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif diberlakukan guna menetapkan klasifikasi di subyek kajian untuk tiap variabel kajian. Tujuannya adalah untuk melihat berapa besar kuantitas daripada subyek yang punya skor angka rendah, sedang, serta tinggi di masing masing variabelnya.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
intensas	272	31	88	69.34	10.144
body image	272	18	65	41.33	8.163
Valid N (listwise)	272				

Dapat diketahui dari tabel diatas bahwa skala Intensitas Media Sosial mempunyai skor item terendah 31 dan skor tertinggi 88, untuk mean bernilai 69.34 dan stadar deviasi 10.144. Selanjutnya untuk skala *Body Image* memiliki skor terendah 18 dan tertinggi 65 dengan mean 41.33 dan stadar deviasi 8.163.

Setelah mendapatkan *mean empiric* dari tiap variabel, tindakan setelahnya ialah untuk mengklasifikasikan setiap variabel jadi tiga golongan yaitu golongan rendah, sedang, serta tinggi, serta mengukur persentasenya. Seperti ini kategori penilaian setiap variabel:

Tabel 4. 4 Norma kategorisasi

Klasifikasi	Skor
Tinggi	$X \geq (M + 1SD)$
Sedang	$(M - 1,0 SD) \leq X \leq (M + 1SD)$
Rendah	$X < (M - 1SD)$

a. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Kategorisasi tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial dapat dijelaskan dalam tabel dibawah:

Tabel 4. 5 Kategorisasi Intensitas Penggunaan Media Sosial

Kategori	Range	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	<60	51	18.8	18.8	18.8
Sedang	60-80	177	65.1	65.1	83.8
Tinggi	>80	44	16.2	16.2	100.0
Total		272	100	100	

Berdasarkan hasil tabel 4.5, bisa dilihat bahwasanya level intensitas pemakaian media sosial yang dilangsungkan oleh penggemar Kpop terbanyak berada di klasifikasi sedang dengan level presentase 65,1% atau sejumlah 177 individu. Selanjutnya sebanyak 51 individu dengan presentase 18,8% terdapat di klasifikasi rendah, sedangkan pada kategori tinggi memiliki presentase 16,2% dengan 44 individu.

b. *Body Image*

Kategorisasi tingkat *Body Image* dapat dijelaskan dalam tabel dibawah:

Tabel 4. 6 Kategorisasi *Body Image*

Kategori	Range	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rendah	<33	47	17.3	17.3	17.3
Sedang	33-49	182	66.9	66.9	84.2
Tinggi	>49	43	15.8	15.8	100.0
Total		272	100	100	

Berdasarkan hasil bagan tersebut, bisa dilihat bahwasanya level *Body Image* penggemar Kpop terbanyak berada di klasifikasi sedang dengan level presentase 66,9% atau sebanyak 182 individu. Selanjutnya sebanyak 47 orang dengan presentase 17,3% berada pada kategori rendah, sedangkan pada kategori tinggi memiliki presentase 15,8% dengan 43 individu.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesa pada kajian ini dilaksanakan guna melihat keberadaan dampak Intensitas Penggunaan Media Sosial bagi *Body Image* pada penggemar Kpop. Di kajian ini, peneliti memakai analisa regresi linier sederhana lewat bantuan SPSS 16 *for windows*. Hasil analisisnya yaitu:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	41.649	3.432		12.137	.000
intesisitas media sosial	-.005	.049	-.006	-.095	.925

a. Dependent Variable: body image

Berdasarkan tabel diatas bisa didapatkan data hasil angka signifikansi (sig) senilai 0,925 ($p > 0,05$) jadi bisa ditarik simpulan bahwasanya H_a (terdapat pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media

Sosial Instagram terhadap *Body Image* pada Penggemar Kpop) ditolak dan H_0 (tak ada dampak diantara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram bagi *Body Image* pada Penggemar Kpop) diterima. Jadi bisa berarti bahwasanya tidak terdapat dampak diantara kedua variabel. Presentase pengaruh diantara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image* bisa diuraikan pada bagan ini.

Tabel 4. 8 Presentase pengaruh intensitas media sosial terhadap *body image*

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.006 ^a	.000	-.004	8.177

a. Predictors: (Constant), intensitas media sosial

b. Dependent Variable: body image

Berdasarkan tabel 4.8 didapatkan hasil bahwa koefisien determinan yang diperlihatkan lewat angka *R Square* senilai 0,000. Jadi bisa dipahami *R Square* 0,000 ataupun samadengan 0%. Perihal ini artinya ada dampak 0% ataupun tidak terdapat dampak antara Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap *Body Image*.

D. Pembahasan

1. Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Penggemar Kpop Perempuan

Berdasarkan hasil kajian yang sudah dilaksanakan pada 272 subyek penggemar Kpop perempuan terdapat 177 individu dengan presentase 65,1% penggemar Kpop perempuan yang termasuk kedalam kategori

sedang untuk penggunaan media sosial. Lewat yang telah diuraikan jadi bisa tarik simpulan bahwasanya secara umum level intensitas penggunaan media sosial yang dilakukan oleh penggemar Kpop perempuan ialah klasifikasi sedang yangmana dibuktikan lewat skor mean hipotetik senilai 69,34. Melihat lewat hasil yang sudah diungkap, jadi umumnya penggemar Kpop perempuan lumayan sering mengakses media sosial.

Penggunaan media sosial dikalangan remaja tidak lepas dari fitur menarik yang ditawarkan oleh aplikasi Instagram sendiri. Selain hal tersebut, banyak penelitian yang menjumpai bahwa di usia remaja merupakan usia yang paling besar penggunaanya dalam menggunakan internet. Fakta ini menunjukkan sebesar apa peranan internet di kehidupan remaja. Media sosial dapat menolong pemakainya berhubungan bersama teman, kerabat, relasi ataupun menjadikan relasi teman dengan individu lain dari seluruh dunia serta membantu seseorang guna mewujudkan sebuah kelompok dengan kesukaan yang mirip (Amedie, 2015; Instagram, 2018).

Hasil penelitian juga memperlihatkan sebanyak 51 individu dengan presentase 18,8% memiliki intensitas penggunaan media sosial dengan kategori rendah. Hal ini dapat mengurangi dampak negatif media sosial yang dapat diderita oleh pengguna media sosial, karena para individu merasa bosan dan jarang membuka aplikasi media sosial. Efek samping lain dari media sosial yang mengarah ke depresi adalah pengalaman palsu keintiman. Terutama karena media sosial hanya menyoroti semua

kesenangan, kegembiraan dan kesuksesan yang sepertinya kita nikmati tetapi hanya menceritakan sedikit tentang di mana kita berjuang kehidupan kita sehari-hari pada tingkat yang lebih dalam. Pelepasan hormon stress kortisol secara konstan dari penggunaan media sosial yang berat, dapat menyebabkan kerusakan pada saluran pencernaan Anda (usus), yang dapat memberikan akses imun-inflamasi di tubuh dan otak merespon, yang dapat mengakibatkan kecemasan depresi (Amedie, 2015).

2. Tingkat *Body Image* pada Penggemar Kpop Perempuan

Mengacu hasil kajian yang didapatkan membuktikan bahwasanya frekuensi serta presentase level *body image* pada penggemar Kpop perempuan berkategori sedang. Adapun hasil penelitian dari 272 responden penggemar Kpop menunjukkan bahwa 43 individu (15,8%) memiliki *body image* tinggi, 182 individu (66,9%) memiliki *body image* sedang, dan 47 individu (17,3%) *body image* rendah. Hal ini menunjukkan bahwa penggemar Kpop memiliki presentase paling atas berada di *body image* kelas sedang.

Level *body image* sedang memperlihatkan bahwasanya penggemar-penggemar Kpop perempuan punya rasa puas pada situasi tubuhnya di level sedang. Memiliki level *body image* yang sedang memperlihatkan bahwasanya seorang individu kurang lebih mampu menghargai kondisi tubuh yang dimilikinya.

Faktor tampilan raga yang kelihatan menjandakan praktek *body image* di kehidupan sosial berlangsung dengan mendalam. Perempuan

digiring guna melakukan objektifikasi pada dirinya guna dipandang sebagai perempuan yang sesuai dengan standar yang terdapat dalam masyarakat. Oleh karena itu, perempuan berkompetisi guna mendapatkan standar raga yang mana telah diberlakukan dalam lingkungan sosialnya. Ketika perempuan tidak dapat menyesuaikan dengan standar kecantikan ditetapkan oleh masyarakat, hal tersebut dapat menimbulkan ketidakpuasan tubuh (*body dissatisfaction*), kecemasan terhadap penampilan (*appearance anxiety*) dan rasa malu pada tubuh (*body shame*), perempuan dapat mengalami gangguan psikologis seperti gangguan makan (*eating disorders*), disfungsi seksual (*sexual dysfunction*), dan depresi (*depression*) (Fredrickson & Roberts, 1997; McKinley & Hyde, 1996).

Tiggeman (dalam Cash dan Pruzinky, 2002) memaparkan bahwasanya media masa bisa membagikan potret bagi tiap pemakainya terkait seperti apa sosok serta potret perempuan dan lelaki yang sempurna sampai perihai itu bisa memicu dan memberi dampak deskripsi raga seseorang. Media masa seperti televisi, internet, dan majalah seringkali menggambarkan orang yang memiliki bentuk tubuh ideal dan menarik lebih mudah diterima daripada orang yang memiliki tubuh rata-rata, hal tersebut membuat remaja serta dewasa muda dengan gampang terdampak dengan pencitraan gambar raga sebagaimana tersebut.

Media masa bisa dengan cepat membuat potret perempuan kurus dan ramping lewat media majalah *fashion*, di mana telah sah memiliki dampak tak positif kepada perempuan yakni perempuan menjadi lebih

sensitif terhadap masa badan, perasaan hati negatif, rasa tidak puas terhadap raga mereka serta turunnya tanggapan daya tarik diri mereka (Cash dan Pruzinsy, 2002).

3. Pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image* pada Penggemar Kpop Perempuan

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana ditunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap *Body Image* pada penggemar Kpop perempuan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,925 ($p > 0,05$) dan nilai R square 0,000. Hal ini berarti ada pengaruh 0% atau tidak ada pengaruh yang signifikan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap *Body Image*. Berarti dapat disimpulkan bahwa H_0 (tidak terdapat pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image* pada Penggemar Kpop) diterima.

Koefisien korelasi antara kedua variabel sebesar 0,000. Berdasarkan pada tabel interpretasi koefisien korelasi dalam Sugiyono menyatakan bahwa koefisien korelasi berada pada interval korelasi 0,00-0,199 dikategorikan memiliki tingkat hubungan yang sangat rendah. Sehingga dapat diartikan bahwa tidak ada pengaruh diantara kedua variabel. Presentase pengaruh antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image*.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, yang menyatakan bahwa intensitas mengakses

media sosial menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi citra tubuh remaja perempuan. Tiggeman (dalam Cash dan Pruzinky, 2002) memaparkan bahwasanya media masa bisa membagikan persepsi bagi tiap pemakainya terkait seperti apa sosok serta potret perempuan dan pria yang sempurna jadi perihal itu bisa memicu dan memberi dampak ke potret raga seseorang.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian sebelumnya karena dapat dilihat dari karakteristik subjek yang berada dalam kategori normal. Mereka tidak terlalu memperhatikan perbandingan bentuk dan berat badan sesuai standar masyarakat. Aktivitas dalam Instagram diarahkan pada aktivitas positif seperti mengembangkan bakat, mencari informasi dan bersosialisai, sehingga mereka dapat mengurangi dampak negatif dari *body image*.

Hasil analisis ini relevan dengan riset Muhtar dkk. (2022) dengan hasil $B = -0,154$ dengan $p = 0.579$, dimana $p > 0,05$, ini artinya tak ada dampak negatif diantara intensitas pemakaian sosial media instagram bagi *body image*. Hasil analisis ini juga sejalan dengan kajian yang sudah dilaksanakan Mustikasari dan Rahayu (2020) memperlihatkan bahwasanya kegiatan memakai instagram tidaklah berdampak kepada *body image* remaja Berlandaskan hasil kajian Papadimitropoulou (2019) memaparkan bahwasanya menggunakan waktu berjam-jam guna bermain instagram tak berdampak kepada relasi potret raga serta pembentukan identitas.

Kajian ini berkorelasi dan sejalan dengan faktor-faktor yang memengaruhi *body image* yang dikemukakan Thompson (2000) yakni pengaruh berat badan dan persepsi gemuk/kurus, budaya, siklus hidup, sosialisasi, konsep diri, peran gender, dan pengaruh distorsi citra tubuh pada diri individu. Beberapa dari faktor tersebut juga ditemukan dalam riset Alfian dkk. (2020) yakni faktor jenis kelamin, perilaku konsumsi makanan, hubungan interpersonal dengan perilaku konsumsi makanan sebagai faktor paling dominan yang memengaruhi *body image* seseorang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini memperlihatkan bahwasanya tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram pada penggemar Kpop perempuan dikategorikan menjadi sedang, karena dari 272 subjek sebanyak 177 individu masih sering mengakses media sosial.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat intensitas *body image* pada penggemar Kpop perempuan dapat dikategorikan menjadi sedang, karena dari 272 subjek sebanyak 182 individu memiliki *body image* yang cukup bagus.
3. Tidak ada pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap *body image* pada penggemar Kpop perempuan, hal ini berdasarkan hasil uji regresi sederhana antara kedua variabel hasil nilai signifikansi (sig) sebesar 0,925 ($p > 0,05$) dan nilai R square 0,000.

B. Saran

1. Bagi subjek penelitian

Subjek perlu meningkatkan sikap positif dan kepercayaan diri untuk menerima kelebihan dan kekurangan diri sendiri sehingga individu mampu menjaga kestabilan emosi dan menemukan orang lain yang merasa nyaman dan memberikan dukungan untuk lebih mencintai diri sendiri.

2. Bagi Masyarakat

Masyarakat perlu memandang individu tidak hanya dari keindahan fisik, tetapi perlu melihat dari pribadi dan karakteristik seseorang. Masyarakat juga perlu memberikan dukungan positif agar seseorang mampu menerima dirinya dengan baik.

3. Bagi peneliti

Bagi peneliti selanjutnya bisa meneliti faktor-faktor yang belum diteliti seperti budaya, siklus hidup, sosialisasi, konsep diri dan peran gender atau menggunakan sampel yang lebih bervariasi karakteristiknya dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. (2015). Pengaruh media sosial Instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi Pekanbaru. *Jom FISIP*, 2(2).
- Alfian., A. Abdullah, dan Nurjannah. (2020). Faktor-faktor yang berhubungan dengan persepsi body image pada tenaga kesehatan di RSUD Meuraxa. *Jurnal SAGO: Gizi dan Kesehatan*, 2(1), 60-70.
- Amedie, J. (2015). The impact of social media on society. *Advanced Writing: Pop Culture Intersections*, 2.
- Andarwati, SR., & Sankarto, B. S. 2005. *Pemenuhan kepuasan pengguna internet oleh pengguna badan litban pertanian di Bogor*. Jurnal Perpustakaan Pertanian, 14.
- Andarwati, L. (2016). *Citra Diri Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Jejaring Sosial Instagram Pada Siswa Kelas Xi Sma N 9 Yogyakarta*. 1–12.
- Anjani, R. (2023). *Aktor Terobsesi jadi Jimin BTS, Meninggal Setelah 12 Kali Oplas*. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-6690343/aktor-yang-terobsesi-jadi-jimin-bts-meninggal-setelah-12-kali-oplas>, Diakses pada 14 Juli 2023, 16.13 WIB.
- Asyifa, Z. (2022). *Budaya Korea Menyebabkan Kualitas Pelajar Menurun*. <https://kumparan.com/zhrasyifa29/budaya-korea-menyebabkan-kualitas-pelajar-menurun-1zQQrBJWOGk>, Diakses pada 14 Juli 2023, 16.06 WIB.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram handbook tips fotografi ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Azwar, Saifuddin. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. (2011). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cash, T.F. (2002). Cognitive-behavioral perspectives on body image. In T.F. Cash & T. Pruzinsky (Eds), *Body Image : A handbook of theory, research and practice*. New York : Guilford Publications.
- Cash, F. Thomas & Pruzinsky, Thomas. (2002). *Body Image*. London: The Guilford Press.

- Creswell, W. J. (2013). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Departemen Pendidikan Nasional. (2011). Kamus besar Bahasa Indonesia. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dewing, M. (2012). Social media: an introduction. Canada : library of parliament.
- EGSA UGM. (2021). *Trend Budaya K-Pop di Kalangan Remaja Indonesia: BTS Meal Hingga Fanatisme*. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>, Diakses pada 14 Juli 2023, 16.08 WIB.
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media and Society*, 20(4), 1380–1395.
- Fredrickson, B.L., & Roberts, T.A. (1997). Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly* 21: 173–206.
- Gujarati, Damodar. (2006). *Dasar-Dasar Ekonometrika*, Jakarta : Erlangga.
- Honigman, R. J., dan Castle, D. J. (2004). *A review of psychosocial outcomes for patients seeking cosmetic surgery. Plastic and reconstructive surgery*, 113(4), 112-129.
- Horriagan, J B. (2002). New Internet Users: What They do Online, What They Don't and Implications for the Net's future. *Journal Pew Internet and American Life Project*. Melalui <http://www.pewinternet.org>.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta : Erlangga.
- Instagram, Inc. (2018). Layanan Instagram. Retrieved from <https://help.instagram.com/581066165581870>.
- Juditha, C. (2011). Hubungan Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Remaja Di Kota makasar. *Jurnal Penelitian IPTEKKOM* Volume13,No.1.
- Kaplan, A., & Haenlin, M. (2014). Collaborative projects (social media application): about Wikipedia, the free encyclopedia. *Business Horizons*, 57, 617-626.
- Kartono, K., & Gulo, D. (2000). *Kamus psikologi*. Bandung: Pionir Jaya.

- Mayfield, A. (2008). What is social media? –book from iCrossing.
- Muhtar, Z., H. Hamid, dan F. Firdaus. (2022). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Body Image Pada Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 2(2), 54-63.
- Mustikasari, D. S., dan Rahayu. E.W. (2020). What happened on instagram: Instagram usage activities and body image in adolescent. *Education and Humanities Research*, 395, 87- 90.
- Nissa, R. S. I. dan R. Suliastini. (2018). *Demi “Nikahi” Idol K-Pop Kangnam, Seorang Remaja Kabur dari Rumah*. <https://www.dewiku.com/lifestyle/2018/10/11/163000/demi-nikahi-idol-k-pop-kangnam-seorang-remaja-kabur-dari-rumah>, Diakses pada 14 Juli 2023, 16.17 WIB.
- Osterrieder, A. (2013). *The value and use of social media as communication tool in the plant sciences*. *Plant methods*, 9(26).
- Papadimitropoulou, V. (2019). *Body image and identity formation in emirging adulthood: The role of instagram*. (Thesis Publication). Greece: The American College of Greece.
- Putri, wilga S. R., Nurwati, R. N., & Buduarti, M. (2016). *Hubungan antara aktualisasi diri dengan intensitas penggunaan media sosial path pada remaja di SMA Negeri 2 Banjarbaru*. *Jurnal Ecopsy: Jurnal Ilmu Psikologi*, 3.
- Reber, Arthur S., & Reber, Emily S. (2010). *Kamus psikologi* (3rd ed.). Yogyakarta: pustaka pelajar.
- Salsabilla, R. (2023). *Miris! Remaja Curi Uang Rp 599 Juta Demi Merchandise K-Pop*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230309172820-33-420373/miris-remaja-curi-uang-rp559-juta-demi-merchandise-k-pop>, Diakses pada 14 Juli 2023, 15.49 WIB.
- Sari, V. A. dan R. Y. Setyani. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Body Image Remaja Perempuan di Yogyakarta. *Jurnal Prodi Psikologi, Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas ‘Aisyah Yogyakarta*, 1-15.
- Stice E. (2002). *Risk and maintenance factors for eating pathology: a meta-analytic review*. *Psychological Bulletin* 128: 825–848.

The Telegraph. (2016). The most popular Instagram accounts: in pictures. Retrieved from <http://www.telegraph.co.uk/technology/2015/12/14/the-ten-most-popular-instagram-accounts-inpictures/>.

Thompson, J.K. (1996). *Body Images, Eating Disorders, and Obesity: An integrative guide for assesment and treatment*. Washington, DC: American Psychological Association.

Thompson, J.K. (2000). *Body Image, Eating Disorders, and Obesity*. Washington, DC: Washington DC University Press.

We are social. (2018). Digital in 2018 in southeast asia. Retrieved from <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464>.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Penelitian

Dalam rangka penyelesaian skripsi, saya Ulfa Lutfiana bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap *Body Image* pada Penggemar K-POP". Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan ketersediaan saudara untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pernyataan pada kuisioner ini. Dan dimohon untuk mengisi secara cermat dan sebenar-benarnya sesuai keadaan yang dialami. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Ketentuannya pengisian :

1. Perempuan usia 18-21 tahun
2. Menyukai K-Pop
3. Aktif menggunakan Instagram

Petunjuk pengisian :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

Nama :

Umur :

Akun sosmed :

1. Kuisioner Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram:

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan Instagram				
2	Saya mengunggah foto dan video idola saya ke Instagram				
3	Saya menggunakan Instagram untuk mengikuti akun idola yang saya sukai				
4	Saya menggunakan Instagram untuk menyebarkan kegiatan yang sedang saya lakukan				
5	Saya tidak menggunakan Instagram karena lebih baik menyukai pertemanan secara langsung				
6	Bagi saya fitur-fitur instagram terlalu membingungkan untuk digunakan				
7	Media sosial Instagram lebih saya sukai daripada media sosial yang lain				
8	Saya senang ketika sedang mengakses Instagram				
9	Saya memeriksa unggahan foto saya apakah ada yang menyukai, berkomentar, serta ada pengikut baru dan lainnya				
10	Saya tidak memperdulikan fitur-fitur yang ada di instagram				
11	Saya memperbarui fitur konten yang ada di instagram				
12	Saya sering mengecek kumpulan foto dan video populer yang mendapat banyak like				
13	Ketika idola saya mengunggah foto saya segera memberikan komentar				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
14	Kadang saya merasa bosan bermain media sosial				
15	Setiap kali mengakses dan bermain istagram saya menghabiskan waktu rata-rata lebih dari 30 menit				
16	Dalam satu minggu saya mengijhabiskan waktu lebih dari 15 jam untuk bermain dan membuka instagram				
17	Jika mempunyai waktu luang saya mengakses instagram				
18	Saya mengakses instagram ketika berada di rumah				
19	Saya membuka dan mengakses instagram ketika berada di sekolah/kampus				
20	Saya membuka dan mengakses instagram dimanapun saya berada				
21	Saya mengakses instagram setiap sebelum tidur				
22	Ketika bangun tidur saya menggunakan dan mengakses instagram				
23	Saya tidak ada waktu membuka dan mengakses instagram				
24	Saya mengakses instagram lebih dari 2 kali sehari				
25	Apabila ditotal dalam satu minggu saya membuka dan mengakses instagram lebih dari 40 kali				

2. Kuisisioner *Body Image*

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya puas dengan penampilan saya yang sekarang				
2	Saya merasa memiliki penampilan yang menarik				
3	Saya merasa merasa memiliki penampilan yang kurang menarik dibanding dengan teman-teman yang lain				
4	Cara berpakaian saya kurang menarik dibanding dengan teman-teman				
5	Dibandingkan dengan teman-teman, penampilan saya jauh lebih menarik				
6	Saya menginginkan penampilan saya seperti model, artis atau orang terkenal lainnya				
7	Saya ingin memiliki tubuh tubuh seperti idola saya				
8	Saya rajin olah raga untuk mendapatkan tubuh yang indah				
9	Saya rajin merawat tubuh di salon maupun di rumah sendiri				
10	Saya tidak peduli dengan penampilan sehari-hari				
11	Saya mengikuti program perawatan tubuh atau pelangsingan tubuh				
12	Mengurus penampilan hanya buang-buang waktu				
13	Saya merasa percaya diri dengan bentuk hidung saya				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
14	Saya sudah puas dengan bentuk badan saya				
15	Saya tidak suka dengan bentuk wajah saya				
16	Mempunyai paha yang besar membuat saya tidak percaya diri dengan penampilan				
17	Menurut saya wajah saya tidak menarik				
18	Saya belum puas dengan bentuk badan saya				
19	Saya tidak masalah gemuk yang penting sehat				
20	Saya percaya diri dengan badan gemuk				
21	Menurut saya gemuk itu menarik				
22	Saya khawatir jika menjadi gemuk				
23	Menurut saya badan yang gemuk kurang menarik				
24	Saya tidak percaya diri dengan badan gemuk				
25	Saya mengatur pola makan agar tidak mudah sakit				
26	Saya khawatir jika makan banyak menjadi gemuk				
27	Saya merasa badan saya kurus				
28	Berat badan saya sesuai yang diinginkan				
29	Bentuk badan yang saya miliki sekarang sudah ideal				
30	Saya memiliki berat badan yang saya harapkan				
31	Saya tidak percaya diri jika badan kurus				
32	Bentuk badan saya tidak menarik jika dibandingkan dengan teman-teman				
-	-	-	-	-	-

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
33	Saya terobsesi ingin mengubah bentuk badan seperti yang saya inginkan				
34	Saya khawatir dengan berat badan yang belum ideal				
35	Saya merasa nyaman dengan tinggi badan yang sekarang				
36	Tinggi badan saya bukan kriteria tinggi badan yang ideal				
37	Saya tidak percaya diri dengan tinggi badan saya				

Lampiran 2 Keseluruhan Item

1. Intesitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Nama	Umur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Total
Ana	21	3	4	4	2	1	2	2	4	4	1	4	4	4	1	4	2	3	4	4	4	2	2	4	3	2	74
Amar	21	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	2	2	1	3	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	71
manda	18	4	4	2	4	3	4	2	3	4	1	3	2	2	1	2	2	4	4	4	3	2	2	3	4	2	71
Ninda	20	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	87
Harianti	18	3	4	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	1	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	85
Nur arifcy	20	3	4	4	4	3	4	3	4	3	1	4	3	4	1	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	84
Dikson	18	3	4	3	4	1	2	4	2	3	1	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	78
Oky	18	4	3	4	3	1	2	4	3	2	1	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	80
Stella	21	4	4	3	4	2	1	3	4	3	1	4	3	4	1	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	80
Yolla	18	3	4	4	3	3	2	4	3	4	1	3	4	3	1	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	80
Yana	19	4	3	4	3	3	1	3	4	4	2	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	82
Mahja	20	4	4	3	4	2	3	3	4	3	1	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	84
Phiyana	20	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	89
Sari	20	3	3	4	3	4	4	4	3	4	1	3	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	85
Rafanny	18	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	1	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	86
Malikya	21	3	3	4	3	4	1	3	4	3	1	3	4	4	1	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	80
Dini	19	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	3	3	1	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	85
Lestina	20	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	1	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	86

Amelia	21	4	3	4	1	4	3	4	4	3	1	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	84
Eka	20	3	4	4	3	4	2	3	3	4	2	4	3	4	1	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	83
Mutianaza	19	4	4	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	1	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	85
Ria dalena	19	4	4	3	4	4	3	4	3	4	1	3	4	3	1	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	84
Syaginara	18	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	89
Nana	19	4	1	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	68
Chevina	21	4	3	4	4	4	3	3	4	3	1	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	87
Rara	20	4	4	3	4	4	3	3	4	3	1	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	86
Melly	21	4	4	4	3	4	3	4	4	3	1	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	87
Dheayana	20	3	4	3	3	4	1	4	4	3	1	3	4	3	1	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	80
Syanita	18	4	4	3	4	4	2	4	3	4	2	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	87
Ciysna	21	4	4	3	4	3	1	4	3	4	2	4	3	3	1	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	83
Mulan	21	3	4	4	3	4	3	4	3	4	1	3	4	3	1	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	83
Sri widya	19	3	3	4	3	4	3	4	3	4	1	3	3	4	1	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	83
Nana	20	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	85
Niana	19	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	1	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	85
Ekarina	19	4	3	4	3	4	3	3	4	3	1	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	84
Titi	20	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	1	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	85
Andini	19	4	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	87
Anjalina	21	3	4	3	3	4	3	3	4	3	1	4	3	4	1	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	82
Dzayabi	20	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	1	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	84
Dwi anita	19	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	88
Suciani	21	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	1	4	3	4	3	4	3	4	3	1	3	84
Amelizana	21	4	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	1	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	85

Mika	19	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	86
Dilaz	21	4	4	4	3	4	3	4	3	4	1	3	4	3	1	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	84
Zakia	20	4	3	4	4	4	1	3	4	3	1	3	4	3	1	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	80
Nara	21	4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	1	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	86
Wilna	20	3	4	4	4	2	1	4	3	4	2	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	84
Anna	21	4	4	3	4	4	2	4	4	3	1	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	87
Elsa	20	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	1	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	85
Maya	18	4	3	4	3	4	1	4	3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	86
Dwi ayu	20	4	4	3	4	4	2	4	4	3	1	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	86
Amelia	18	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	85
Latifah	20	4	4	3	4	4	1	4	3	4	2	4	3	3	1	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	83
Gea	19	4	4	3	4	3	1	3	4	3	1	4	3	4	1	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	80
Sahra	19	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2	2	1	3	1	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	81
Yesi	18	4	2	4	1	3	4	2	3	4	4	4	4	2	1	4	3	3	3	2	4	3	2	4	4	4	78
Dini	21	4	4	4	3	3	4	2	4	4	2	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	87
bunga	20	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	3	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	88
nèshaa	18	4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	85
Intan	20	3	3	3	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	63
Indah	19	4	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	4	3	3	3	4	4	73
khumairo	19	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	66
Sunjaya	21	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	1	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	76
Erika	20	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	69
Sumira	20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	69
Meita	19	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	77

Mazia	18	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	86
Aisyah	18	3	2	3	2	3	4	2	3	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	3	2	1	1	4	2	1	50
Dinii	18	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	80
YULISTIKA	21	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	95
Aurora	18	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	4	3	74
Amel	21	3	3	4	2	2	3	1	3	2	3	4	3	3	1	1	1	3	4	4	3	1	2	3	2	1	62
clara	21	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	2	2	4	1	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	80
Tyara	21	3	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3	4	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	71
Putri	21	2	3	4	2	4	3	1	2	3	4	3	2	4	1	4	2	1	3	2	2	3	2	4	3	2	66
Lia	19	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	91
Chika	21	4	2	3	4	4	4	2	1	4	4	4	1	4	1	2	4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	75
Dea	21	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	4	1	4	4	79
Yolan	20	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	2	2	1	2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	77
Nurrrr	18	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	95
Luthfiya	21	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	83
nuriyana	21	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	1	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	76
Rahima	18	4	3	4	3	3	3	3	4	1	2	1	4	4	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	71
Irna	21	3	2	3	2	2	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	1	4	2	2	1	1	1	3	3	2	53
Bila	21	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	2	64
Putri	21	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	2	80
Aniisa	18	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94
Sintya	20	3	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	3	2	2	2	4	2	2	55
Alda	18	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	88
Nada	21	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92

Nesyaa	18	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	61
Nadya	21	2	2	4	2	2	3	2	3	1	2	2	3	3	1	1	1	4	3	3	3	3	3	4	3	2	62
chery	18	3	3	4	1	1	3	2	2	4	1	2	2	4	1	4	2	3	3	2	2	2	2	1	4	2	60
Andini	20	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
Kayila	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98
Alifia	19	3	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	70
Micellia	20	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
Malya	18	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	2	3	2	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83
Dayana	19	3	2	3	4	1	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	64
Devinia	21	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	4	2	2	3	4	4	73
Angelica	20	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	86
Anindya	18	2	1	2	3	1	1	1	3	1	1	3	1	2	1	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	2	46
Stephanny	19	4	4	4	4	3	4	3	3	4	1	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	1	2	3	4	4	81
Caca	18	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
Amanda	18	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	92
arrdel	18	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	94
putri	18	4	2	3	4	4	4	3	4	3	2	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	87
Nurul	21	3	3	4	4	4	2	2	3	3	2	3	2	4	1	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	2	70
Fatma	20	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	75
Aini	19	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	85
Sherlyn	19	4	2	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	80
Nadin	20	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	91
Aisyah	21	3	3	3	2	4	4	3	3	2	2	2	2	1	2	3	2	3	3	3	3	2	2	4	3	2	66
Pricillia	18	4	4	4	3	4	3	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94

Hayana	18	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3	2	1	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	71
Monica	21	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	2	2	2	4	4	4	4	3	2	4	4	3	82
Sisca	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	96
Syifa	20	4	4	4	1	2	2	2	3	3	2	2	2	4	1	4	2	3	3	2	2	3	4	3	3	3	68
Naila	18	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	86
livia	21	3	4	4	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	2	1	1	3	3	3	3	2	2	3	3	2	69
Mega	21	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	74
Mila	18	4	4	4	4	1	2	2	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	86
Vania	19	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	74
Bunga	18	4	4	4	4	2	1	3	4	3	4	3	4	3	1	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	83
Shafa	18	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	4	3	2	4	3	2	4	4	4	81
bila	21	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	2	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	72
TIARA	20	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	88
Nur	18	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
stevi	21	4	2	4	2	3	2	1	2	4	2	2	3	4	1	1	1	1	3	2	2	2	1	2	2	2	55
Bella	18	4	3	4	3	1	4	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
adel	18	3	1	1	4	2	4	2	2	4	3	3	2	1	2	4	1	4	4	4	3	4	3	4	4	2	71
Hanum	18	4	2	3	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	4	3	3	4	2	2	4	4	72
annis	21	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	2	4	4	1	4	1	4	3	3	2	4	3	3	4	2	79
Syefira	19	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	91
Michel	18	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	79
momo	19	4	3	3	3	1	2	2	2	3	1	2	2	3	1	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	60
Krisan	20	3	3	3	4	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	76
Farra	18	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	71

Arabella	18	4	4	4	1	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	2	76
Juni	18	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	4	1	2	4	4	3	3	2	68
rosalina	20	2	2	2	2	1	4	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	2	53
Shena	19	4	4	4	4	3	3	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
Vivi	20	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	62
Sella	18	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	93
Nameera	18	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	95
nai	18	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	79
Cindy	18	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94
Nesya	18	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	86
Dinda	21	4	2	3	4	3	3	4	4	3	2	4	3	2	1	2	2	4	4	1	2	4	3	2	4	3	73
zahwa	19	4	4	3	4	1	3	2	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	86
sinta	21	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	65
putri nabila	18	4	1	1	3	3	3	2	4	2	3	3	1	1	1	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	70
Alea	18	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	67
Miftah	21	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	88
Dewai	20	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	83
Yubian	21	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	76
Diah	19	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	82
Riris	18	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	79
Sopi	18	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	78
JENY	18	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	89
KEISHA	18	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	93
YUSVITA	18	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	86

Siti	18	4	2	4	1	4	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	2	4	4	1	1	2	2	3	1	1	70
Denika	20	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	68
Mecca	18	4	3	4	2	2	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	1	78
EUGENIA	18	3	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	1	3	1	1	4	1	1	3	2	2	49
AMANDA	18	3	2	4	1	1	3	3	3	2	2	2	2	3	1	1	1	3	3	1	1	2	2	3	3	2	54
Azizah	21	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	73
Raphita	18	3	2	4	1	3	4	3	3	4	4	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	2	4	3	4	67
Elisa	18	3	2	4	1	3	4	3	3	4	4	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	2	4	3	4	67
safrina	18	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	1	1	1	1	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	76
Kenia putri	18	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	64
Adinda	18	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	63
NOVI	18	2	1	2	1	1	3	2	2	2	3	2	2	1	3	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	40
Nisabila	18	4	3	4	2	2	3	2	3	2	3	3	4	2	1	2	2	2	3	4	3	2	2	3	3	4	68
Aleef	19	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	4	3	4	2	2	3	3	3	67
Haniva	18	4	1	4	2	2	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	2	3	3	2	78
DIAN	18	3	2	3	2	2	3	2	4	2	3	2	4	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	4	63
Anggi	19	3	2	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	1	1	1	2	3	4	3	3	2	3	4	3	74
Asqia	18	3	2	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	71
sari	18	3	2	1	4	1	1	2	2	4	1	4	4	2	1	4	2	2	4	2	2	2	2	2	1	2	57
Sintha	21	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	82
Eka	18	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	2	4	3	3	3	2	1	4	3	3	79
Diva	18	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	67
Fayolla	18	3	2	4	1	3	4	2	4	2	2	2	4	2	1	4	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	65
Adinda	18	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	1	1	3	2	2	59

Kenia	18	4	2	4	1	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	4	4	3	3	1	1	3	2	2	62
Sarah	18	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	77
Cyntia	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73	
Gracia	18	3	1	1	2	3	3	3	2	3	3	2	1	1	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	53	
safrina	18	4	1	3	4	3	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	4	4	3	3	4	2	1	3	4	64	
Khesa	18	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	57	
Ceysha	18	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	68	
Suci	18	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	4	4	3	2	2	2	4	3	79	
Eca	18	4	1	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	1	4	1	3	3	3	2	2	2	4	3	72	
Sasqia	18	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	67	
Amelia	19	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	74	
azzahra	20	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	80	
Bibi	19	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	73	
Lutfika	18	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	77	
Farach	19	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	83	
Dindaw	19	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	63	
Ana	21	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	83	
Lala	20	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	82	
Azizah H	19	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	84	
Shello	18	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	4	82	
Fitri Dini F	20	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	74	
Nabella	20	4	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	75	
Wilda	21	3	2	3	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	84	
Shello	18	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	77	

[illegible]

Intania	21	4	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	80
Mutya	19	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	71
Suci	21	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	76
Riska W	18	3	4	3	4	3	1	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	80
Siwi	18	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	78
Restu	19	3	2	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	72
Muthia	21	4	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	73
Shinta	19	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	73
santika	20	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	75
Rika F	20	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	72
Farida	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	72
Yunita	18	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	81
Dwi	18	3	2	4	2	2	3	4	3	2	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73
Windy	19	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	76
Ria	20	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	83
Denty	21	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	89
Alamanda	18	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	74
Hikmah A	19	4	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	88
Fiera S	20	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	75
Fitri	21	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	77
Nadya	21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	75
Anissa	20	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	81
Tiara	21	3	2	4	3	3	2	2	3	4	3	3	2	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	66
Tarlla	19	2	2	4	2	3	4	2	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	2	1	2	1	1	52

Imell	18	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	70
Candy	21	4	3	3	1	3	4	2	4	4	3	3	4	2	1	2	1	2	4	2	4	2	2	3	2	2	67
Putri	20	4	3	4	3	2	1	4	3	4	1	4	3	4	1	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	79
Rafikaa	21	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	81
Serly	20	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	84
el	21	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	69
Annisya	19	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	1	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	83
Bunga	21	4	3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	2	4	4	4	2	4	3	4	4	73
Pia	18	4	2	3	3	4	4	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	69
Aprilia	19	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	4	87
Sabine	21	4	4	4	2	3	3	3	2	1	3	2	1	4	1	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	66
Laeli	20	4	3	4	2	4	2	3	3	3	1	2	2	3	1	4	1	2	3	3	4	1	1	3	4	3	66
Selvy	20	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	1	1	2	2	4	3	2	1	1	1	3	2	2	59
Putri	20	4	3	4	1	4	4	1	4	1	2	2	4	3	1	3	1	4	4	2	2	3	2	3	4	4	70

2. Body Image

Nama	Umur	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ana	21	4	3	1	1	3	1	1	2	3	1	2	1	2	2	3	1	2	1	3	2
Amar	21	3	3	3	4	3	1	2	2	3	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	2
manda	18	4	4	4	4	4	4	1	2	2	1	1	1	4	4	3	3	3	3	4	4
Ninda	20	3	4	3	4	4	1	1	3	4	2	4	4	2	3	4	1	1	2	3	1
Harianti	18	4	3	3	3	4	1	2	4	4	2	1	3	4	1	2	1	2	1	1	2
Nur arifcy	20	3	4	3	4	4	1	2	4	3	1	4	4	2	4	4	2	1	2	4	3

Dikson	18	4	3	1	3	4	2	1	4	3	1	3	2	4	3	1	2	2	1	3	3
Okky	18	3	4	3	3	4	2	1	3	4	2	3	1	3	4	2	1	1	2	2	4
Stella	21	1	2	1	1	1	1	2	4	4	2	4	4	2	4	2	1	1	2	2	1
Yolla	18	3	4	3	2	4	2	1	3	4	4	4	4	4	3	1	2	1	2	2	1
Yana	19	3	4	2	1	4	2	1	3	3	1	3	1	4	3	1	1	2	1	4	3
Mahja	20	4	3	2	1	4	2	1	3	4	1	4	4	4	1	1	2	1	1	3	4
Phiyana	20	4	3	2	1	3	1	2	4	3	4	4	4	3	2	1	1	2	1	2	1
Sari	20	2	1	1	2	1	1	1	3	4	4	3	4	4	1	2	1	1	2	3	1
Rafanny	18	2	2	2	1	1	1	1	3	4	4	4	4	2	1	2	1	2	1	3	4
Malikya	21	2	1	1	2	1	1	1	3	4	3	4	4	2	1	3	1	2	1	2	1
Dini	19	1	2	1	2	1	1	2	4	3	4	4	4	4	3	4	1	3	1	3	2
Lestina	20	4	3	4	4	4	1	1	3	3	4	4	3	3	4	3	1	3	2	2	1
Amelia	21	1	2	2	1	1	1	2	4	3	3	4	4	3	1	3	1	2	1	3	1
Eka	20	3	3	1	1	2	1	1	3	4	3	3	4	2	3	3	1	4	1	3	4
Mutianaza	19	3	1	1	2	1	1	1	3	4	3	4	4	3	1	2	1	2	4	3	1
Ria dalena	19	2	3	1	2	1	1	2	4	3	3	4	4	2	1	3	1	2	1	2	1
Syaginara	18	3	3	1	2	4	1	1	3	4	3	4	3	4	3	4	1	3	1	3	4
Nana	19	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	3
Chevina	21	2	1	1	2	1	1	2	4	3	1	3	4	4	1	2	1	2	1	3	1
Rara	20	3	4	3	1	1	1	1	3	4	4	4	3	4	3	4	1	4	1	3	1
Melly	21	1	2	1	2	1	1	1	3	4	4	4	3	4	3	4	1	3	1	2	1
Dheayana	20	4	3	4	1	2	1	1	4	3	4	4	3	4	2	4	1	4	3	1	2
Syanita	18	4	3	4	3	4	1	1	3	4	4	4	4	4	3	4	1	4	3	1	2
Ciysna	21	4	4	4	3	3	1	1	4	3	4	4	4	2	4	4	1	4	1	1	2

Mulan	21	3	4	4	4	4	2	1	3	4	4	4	3	4	3	4	1	4	1	1	2
Sri widya	19	3	4	2	1	1	1	2	4	3	3	4	3	1	4	4	1	4	1	3	1
Nana	20	1	2	1	2	1	1	2	4	3	3	4	3	4	1	3	1	2	1	2	1
Niana	19	1	2	1	2	1	1	1	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	4	2	1
Ekarina	19	2	1	1	2	1	2	1	3	4	4	4	3	4	2	4	1	3	1	3	2
Titi	20	4	3	3	1	3	1	2	4	3	3	4	3	4	3	4	1	4	1	3	4
Andini	19	3	3	4	3	3	1	1	3	4	4	4	3	4	3	4	1	4	3	1	2
Anjalina	21	2	1	1	2	2	1	1	3	4	3	4	4	4	2	3	1	1	3	1	2
Dzayabi	20	3	4	4	3	4	2	1	4	3	4	4	3	1	4	4	1	4	3	1	2
Dwi anita	19	2	2	1	2	2	1	1	3	4	3	4	3	4	2	4	1	4	1	3	2
Suciani	21	3	4	4	3	4	1	2	4	3	3	4	3	4	3	4	1	4	1	1	3
Amelizana	21	1	2	1	2	1	1	2	4	3	4	4	3	3	1	3	1	4	1	3	1
Mika	19	4	3	4	4	4	1	2	4	3	3	4	4	4	4	4	1	4	1	3	1
Dilaz	21	4	3	4	3	4	1	2	4	3	3	4	4	4	3	4	1	3	1	4	3
Zakia	20	4	4	4	3	4	1	2	4	3	3	4	3	4	3	1	1	4	4	3	2
Nara	21	1	2	1	2	1	1	2	4	3	4	4	3	4	1	3	1	3	1	3	2
Wilna	20	4	3	4	3	4	2	1	4	3	3	4	4	4	3	4	1	4	1	4	1
Anna	21	1	2	1	2	1	1	2	4	3	4	4	3	4	1	4	1	4	3	4	2
Elsa	20	4	3	4	3	4	1	2	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	1	2	1
Maya	18	4	3	4	3	4	2	1	3	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1	2	1
Dwi ayu	20	4	3	4	3	4	2	1	3	4	3	4	3	4	4	4	1	4	1	1	2
Amelia	18	2	1	2	1	1	1	2	4	3	4	4	4	4	3	4	1	1	2	4	2
Latifah	20	4	3	3	1	1	2	1	4	3	4	4	4	4	3	4	1	4	1	3	1
Gea	19	1	2	1	1	1	1	2	4	3	3	4	4	4	1	4	2	4	3	3	1

Sahra	19	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	1	4	3	3	3	4	4	3	4	4
Yesi	18	2	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	3	2	1	2	1	2	1	3	2
Dini	21	4	4	1	3	3	3	4	3	3	2	1	4	3	2	4	2	4	2	3	3
bunga	20	4	4	4	2	1	2	1	3	4	3	1	4	3	4	3	2	2	4	4	2
nèshaa	18	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4
Intan	20	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1	2	2
Indah	19	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	2	2	2
khumairo	19	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
Sunjaya	21	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	4	3
Erika	20	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2
Sumira	20	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	4	4	4	4
Meita	19	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	2	3	4	2	2	2
Mazia	18	3	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1
Aisyah	18	2	2	2	2	1	3	2	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2
Dinii	18	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
YULISTIKA	21	2	3	2	3	3	1	1	3	4	3	3	2	3	2	3	2	4	1	1	1
Aurora	18	2	2	2	3	2	2	1	3	3	4	2	4	2	2	3	1	3	2	2	2
Amel	21	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	1	3	4	3	4	4	3	3
clara	21	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	4	4	4	2	4	3	2	3	3
Tyara	21	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2
Putri	21	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	1	4	2	1	3	4	3	2	2	2
Lia	19	3	2	3	3	3	4	4	2	2	1	2	3	3	3	4	4	3	2	4	2
Chika	21	4	4	4	4	2	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	2	4	1	1
Dea	21	4	3	2	3	3	2	2	4	4	2	2	3	3	3	4	2	4	3	4	3

Yolan	20	4	3	1	1	4	1	1	4	4	2	4	1	4	4	1	1	1	1	4	4
Nurrrr	18	4	4	3	4	1	3	1	4	4	2	4	3	4	3	4	3	1	4	1	4
Luthfiya	21	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	1	4	1	1	1	1	1	1	3	2
nuriyana	21	2	2	1	1	2	3	3	3	1	3	1	3	2	3	2	3	1	3	4	3
Rahima	18	3	3	4	4	3	3	1	2	4	4	2	4	4	3	4	2	3	1	2	1
Irna	21	4	3	4	4	2	4	3	3	1	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3
Bila	21	4	3	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	4	3
Putri	21	3	3	3	2	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	1	1
Aniisa	18	2	2	3	2	2	1	2	2	3	4	4	4	3	2	3	2	3	2	1	1
Sintya	20	3	3	4	4	3	3	4	3	1	4	1	3	3	3	4	1	4	3	1	1
Alda	18	3	3	3	3	3	2	1	2	3	4	2	2	3	3	4	3	4	2	2	2
Nada	21	3	3	3	4	3	1	1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	1	1
Nesyaa	18	4	3	3	3	3	2	1	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	2
Nadya	21	2	2	2	2	1	2	3	1	2	2	1	2	2	2	2	4	1	3	3	3
chery	18	4	4	3	3	4	1	1	4	4	3	1	4	4	4	3	3	1	3	3	3
Andini	20	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	2
Kayila	18	4	4	4	4	3	1	1	3	3	4	2	4	4	4	4	1	4	4	2	2
Alifia	19	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3	3	1	1
Micellia	20	4	4	2	3	4	1	1	4	4	4	4	4	2	4	3	1	2	1	2	3
Malya	18	2	1	1	1	1	1	1	1	3	4	1	4	3	1	2	1	2	1	1	2
Dayana	19	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	1	4	3	3	3	1	4	4	3	2
Devinia	21	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	1	3	3	3	4	2	3	3	4	2
Angelica	20	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	3	4	4	2	3	2	3	2	2	2
Anindya	18	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	3	3	2	4	4

Stephanny	19	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	1	3	3
Caca	18	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	1	1
Amanda	18	2	2	2	2	2	1	1	3	4	4	3	4	2	2	2	1	2	1	1	1
arrdel	18	4	4	3	3	3	1	1	2	3	3	2	3	2	4	3	4	3	1	2	1
putri	18	4	4	2	4	4	1	1	3	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4
Nurul	21	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	3	2	1	2	2	2	2	2
Fatma	20	2	2	2	2	2	1	1	4	4	3	3	4	2	2	2	4	2	2	2	2
Aini	19	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	2	2	2	4	2	2	1	1
Sherlyn	19	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3
Nadin	20	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	2	4	4	3	3	2	4	1	2	2
Aisyah	21	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	2	4	2	2	3	4	3	2	2	2
Pricillia	18	3	3	3	3	3	1	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3
Hayana	18	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	2
Monica	21	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	1	3	2	3	4	3	4	1	3	2
Sisca	18	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	1	1
Syifa	20	2	2	2	2	2	1	1	4	4	4	3	4	4	2	1	1	2	2	2	2
Naila	18	4	4	4	4	3	1	1	2	3	2	1	4	2	4	4	1	4	4	2	2
livia	21	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	1	3	3	2	3	3	4	1	3	3
Mega	21	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	4	3	2	3	2	3	2	2	2
Mila	18	4	4	3	3	3	1	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Vania	19	3	3	3	3	2	1	1	2	3	4	2	4	3	2	3	2	2	2	1	2
Bunga	18	2	3	2	3	4	1	1	1	4	1	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4
Shafa	18	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	1	4	3	1	4	4	4	2	3	3
bila	21	3	1	1	2	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	1	2	1	2	3	2

TIARA	20	3	3	2	2	3	2	2	4	3	3	1	4	3	3	4	3	3	1	3	3
Nur	18	4	4	3	4	3	1	1	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	1	3	1
stevi	21	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	4	1	1	3	1	2	1	2	1
Bella	18	4	4	1	1	4	2	3	3	4	1	4	1	4	4	1	1	1	1	4	3
adel	18	1	1	1	4	3	1	1	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1
Hanum	18	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	1	3	2	2	2	1	2	2	3	2
annis	21	4	4	3	3	3	3	1	2	1	4	2	4	4	1	3	1	4	2	4	4
Syefira	19	3	2	2	4	3	2	2	2	4	3	3	4	3	2	3	1	4	1	4	3
Michel	18	2	2	4	3	2	1	1	2	4	3	1	3	2	2	4	1	4	1	1	3
momo	19	4	4	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3
Krisan	20	3	3	3	3	4	1	1	3	4	3	3	4	3	4	3	1	3	2	2	2
Farra	18	2	2	2	2	2	3	1	4	3	3	3	3	3	1	3	1	2	1	3	2
Arabella	18	4	4	4	4	3	1	1	2	4	3	2	4	4	2	4	3	3	2	4	3
Juni	18	4	4	3	4	4	1	3	4	4	2	1	4	4	4	4	3	4	3	4	3
rosalina	20	3	3	3	3	3	1	3	4	3	4	1	4	2	2	3	2	3	2	2	2
Shena	19	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	1	4	3	4	2	4	3	3	4	2
Vivi	20	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2
Sella	18	4	3	2	2	2	1	1	4	4	2	1	3	2	3	2	2	3	1	4	2
Nameera	18	2	2	2	2	4	1	1	4	4	4	1	4	3	4	4	1	3	3	3	3
nai	18	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2
Cindy	18	4	4	3	4	3	1	1	3	3	3	2	4	3	2	3	2	2	2	2	3
Nesya	18	2	2	3	3	3	2	1	4	3	3	1	3	2	4	3	2	1	1	3	4
Dinda	21	4	4	3	3	3	1	1	3	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	3
zahwa	19	2	1	2	2	2	1	1	4	4	2	2	4	3	3	1	1	3	3	2	4

sinta	21	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	3	3	2	3
putri nabila	18	4	4	3	4	4	2	2	3	4	3	2	3	2	2	3	1	3	1	3	2
Alea	18	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	3
Miftah	21	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2
Dewai	20	2	2	2	2	2	1	1	3	2	4	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2
Yubian	21	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	1	2
Diah	19	3	4	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	1	1
Riris	18	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1
Sopi	18	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2
JENY	18	3	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2
KEISHA	18	3	2	2	3	1	1	1	4	2	4	3	2	1	1	2	1	2	1	4	2
YUSVITA	18	4	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	3	4	3	3	1	2	3	3	2
Siti	18	3	3	2	3	3	1	1	2	3	3	1	3	2	2	2	1	3	1	1	1
Denika	20	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3
Mecca	18	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	1	3	2	2	2	1	3	1	1	1
EUGENIA	18	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
AMANDA	18	2	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	3	2	2	3	2	1	1	3	2
Azizah	21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2
Raphita	18	2	3	2	3	2	2	1	2	3	4	1	3	3	2	2	1	2	1	3	1
Elisa	18	2	3	2	3	2	2	1	2	2	4	1	3	3	2	2	1	2	2	3	1
safrina	18	4	2	4	4	1	1	1	2	4	4	1	4	1	3	4	4	3	1	4	1
Kenia putri	18	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2
Adinda	18	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2
NOVI	18	1	1	1	3	1	4	2	2	2	2	1	2	2	2	3	3	2	3	3	2

Nisabila	18	3	2	1	2	2	1	1	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3
Aleef	19	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2
Haniva	18	4	4	2	3	2	1	1	2	4	4	2	4	4	4	1	3	1	1	4
DIAN	18	3	1	4	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3
Anggi	19	3	2	1	3	3	1	1	2	3	2	1	4	4	3	3	1	1	3	3
Asqia	18	4	3	2	3	4	1	1	3	3	2	2	3	4	3	3	2	3	2	3
sari	18	3	2	1	1	2	3	3	2	3	1	2	1	3	4	2	3	1	3	4
Sintha	21	3	4	3	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2
Eka	18	3	2	3	2	1	2	1	1	2	3	1	3	3	3	3	3	2	3	4
Diva	18	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
Fayolla	18	3	3	1	1	1	2	2	3	2	1	1	2	2	3	3	1	2	3	3
Adinda	18	3	3	3	3	2	1	1	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3
Kenia	18	3	3	3	3	2	1	1	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3
Sarah	18	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	1
Cyntia	18	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
Gracia	18	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	1	3	3	3	4	2	4	2	3
safrina	18	4	3	4	4	1	1	1	2	1	4	1	4	1	3	4	4	3	4	2
Khesa	18	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3
Ceysha	18	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3
Suci	18	3	2	3	2	2	2	1	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	2	2
Eca	18	2	1	1	1	1	2	2	4	3	3	2	4	2	2	3	1	1	1	3
Sasqia	18	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3
Amelia	19	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	3	3	1	3	2	2
azzahra	20	2	2	2	2	2	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	1	3

Bibi	19	2	3	4	3	3	1	2	4	4	3	4	3	3	3	2	1	2	1	2	2
Lutfika	18	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2
Farach	19	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	4	3	3	1	2	4	3	2	1
Dindaw	19	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2
Ana	21	3	3	4	3	2	2	1	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2
Lala	20	4	3	3	3	4	1	1	4	4	3	3	3	4	2	2	1	2	1	2	2
Azizah H	19	2	2	2	1	1	2	2	2	3	4	1	4	2	3	3	2	3	3	2	2
Shello	18	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3
Fitri Dini F	20	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	3	4	3	2	2	3	3	2	2
Nabella	20	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2
Wilda	21	3	3	4	3	3	1	2	3	3	4	3	4	3	2	3	1	3	2	2	1
Shello	18	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	2	4	2	2	2
van	19	4	3	4	4	4	1	1	4	4	3	3	4	2	3	3	1	3	1	3	2
Zahra	18	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
Dinar	18	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	4	3	3	2	1	2	3	1	2
Luciana	18	3	4	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	1	1
Maharani	19	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	1	2	2	1	1
Kharimatul	21	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3	1	4	2	2	3	1	4	2	4	2
cio	18	2	2	3	3	3	1	1	3	4	4	2	3	4	3	3	1	2	2	2	2
Amel	21	3	4	4	4	4	1	2	4	4	3	4	4	1	3	2	2	3	1	3	3
DIN	18	1	2	2	2	2	1	1	3	3	3	2	4	2	3	4	2	2	1	3	3
Rosi	19	4	3	4	4	4	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	1	4	1	1	1
puspita	19	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	1	4	2	2	3	2	1	1	4	2
Cheryl	19	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2

Rizky	21	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	3	2
jay gf	19	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2
mayesha	19	4	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	1	3	3	1	2	2	3	3
vina	21	2	2	1	1	2	1	1	2	1	4	1	4	1	2	4	2	4	2	4	3
Desyca	20	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2
Lorina	21	4	4	3	3	3	1	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2
Nuralita	21	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2
melinda	20	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2
Dwita	21	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	2
Agnes	19	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2
Karina	18	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2
Hanny	20	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2
Intania	21	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3
Mutya	19	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2
Suci	21	4	4	3	3	4	2	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	2	2
Riska W	18	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3
Siwi	18	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2
Restu	19	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	2
Muthia	21	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3
Shinta	19	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3
santika	20	4	4	3	3	3	2	2	2	3	4	2	4	3	2	2	2	2	2	1	2
Rika F	20	2	2	2	1	1	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3
Farida	21	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2
Yunita	18	2	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	2	3	2	2

Dwi	18	3	3	3	3	2	1	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
Windy	19	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2
Ria	20	2	2	1	1	1	2	1	4	2	2	3	4	3	2	3	1	3	2	2	2
Denty	21	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
Alamanda	18	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	2	3	3	2	3	1	3	2	1	1
Hikmah A	19	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2
Fiera S	20	3	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1
Fitri	21	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1	1
Nadya	21	4	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2
Anissa	20	4	3	3	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
Tiara	21	3	3	2	2	2	4	2	2	3	2	1	2	4	2	3	1	2	2	4	3
Tarlla	19	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	1	3	4	2	4	1	3	1	3	3
Imell	18	4	3	3	2	2	2	1	3	2	2	1	3	4	3	2	3	2	2	3	2
Candy	21	4	4	4	4	2	1	1	2	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4	4
Putri	20	3	3	3	2	3	2	2	4	3	4	2	4	2	2	3	3	3	2	3	2
Rafikaa	21	2	2	1	1	2	3	1	2	1	2	1	3	3	2	3	4	3	2	2	1
Serly	20	2	2	2	2	1	1	1	2	3	4	2	4	2	1	2	1	2	1	1	1
el	21	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2
Annisya	19	4	3	3	3	3	1	2	3	3	4	2	4	3	3	2	3	4	2	3	3
Bunga	21	2	2	2	2	3	4	4	1	1	2	2	3	2	2	1	1	2	1	1	1
Pia	18	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	1	2	1	3	2
Aprilia	19	4	3	3	3	3	1	1	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	2	3	2
Sabine	21	3	3	3	2	2	4	4	2	2	3	1	3	4	4	3	2	3	3	2	2
Laeli	20	3	2	3	2	1	3	2	3	2	2	1	3	2	3	2	1	3	2	2	2

Selvy	20	2	2	1	2	2	1	1	2	3	2	1	4	1	1	2	4	4	4	1	1
Putri	20	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2

Nama	Umur	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	Total
Ana	21	2	2	3	1	2	3	3	3	2	2	3	2	4	2	4	1	4	82
Amar	21	2	1	2	1	2	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	99
manda	18	4	2	2	4	3	3	1	2	2	2	4	4	3	2	2	1	2	103
Ninda	20	2	1	2	1	4	1	2	3	3	2	4	3	1	1	2	1	1	88
Harianti	18	4	2	1	2	4	1	1	4	3	3	2	2	1	1	4	2	1	86
Nur arifcy	20	4	3	2	3	4	3	4	1	2	4	1	1	2	1	3	2	1	100
Dikson	18	2	2	1	1	4	2	2	4	4	3	1	4	1	3	4	1	2	91
Oky	18	1	1	1	1	3	1	2	2	3	4	2	1	2	1	3	1	2	83
Stella	21	2	1	2	1	4	2	2	1	2	1	3	3	1	2	3	1	3	76
Yolla	18	3	1	2	1	4	1	2	3	4	3	1	2	1	1	3	3	2	91
Yana	19	4	4	4	4	4	3	2	1	2	3	2	2	1	1	3	1	3	91
Mahja	20	3	3	1	2	4	3	4	2	1	2	2	2	1	2	4	2	4	92
Phiyana	20	2	1	2	1	3	1	2	3	2	4	2	1	1	1	3	1	3	81
Sari	20	3	1	1	2	4	2	2	1	2	1	1	1	2	1	3	1	2	72
Rafanny	18	3	4	3	4	4	3	3	2	1	2	2	1	1	1	3	2	4	88
Malikya	21	2	1	2	1	4	1	2	3	2	2	1	2	1	1	3	1	2	71
Dini	19	2	1	1	2	4	1	2	3	1	2	2	2	1	2	4	2	3	85
Lestina	20	2	1	4	1	4	2	3	4	2	1	3	1	1	2	4	4	3	99
Amelia	21	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	1	1	2	4	2	4	75

Eka	20	2	1	2	1	4	2	2	1	4	4	3	2	1	1	3	1	3	87
Mutianaza	19	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	3	1	1	2	4	2	4	78
Ria dalena	19	2	1	2	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	2	4	2	4	75
Syaginara	18	3	4	4	3	4	3	1	3	4	3	4	2	1	4	4	3	4	109
Nana	19	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	131
Chevina	21	2	2	1	1	3	1	2	1	1	4	2	1	1	2	4	4	3	75
Rara	20	2	1	2	1	3	1	3	2	1	4	4	4	1	1	3	1	3	90
Melly	21	1	1	1	2	4	1	3	2	1	2	4	1	1	2	2	1	4	79
Dheayana	20	1	1	1	2	4	2	3	2	1	2	4	2	1	1	3	1	4	90
Syanita	18	2	1	2	1	3	1	3	4	4	3	4	3	2	3	4	2	4	107
Ciysna	21	2	1	2	1	3	1	3	4	3	4	2	4	1	2	4	3	4	102
Mulan	21	1	1	2	4	4	1	4	3	4	4	4	3	1	3	4	4	3	110
Sri widya	19	2	1	3	1	3	1	3	4	1	4	2	3	1	2	4	2	4	91
Nana	20	2	1	2	1	4	2	4	3	1	3	4	1	1	2	4	2	3	82
Niana	19	2	1	1	2	4	2	4	3	4	2	4	3	1	2	4	2	4	96
Ekarina	19	3	1	3	1	3	1	3	3	2	4	4	1	2	1	4	2	4	90
Titi	20	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	1	2	4	2	3	110
Andini	19	1	1	2	1	3	1	3	3	1	3	4	2	1	1	4	2	3	94
Anjalina	21	1	1	3	1	3	1	3	4	1	3	4	1	2	1	3	1	4	82
Dzayabi	20	1	1	2	1	3	1	3	4	3	4	4	3	1	2	4	4	3	103
Dwi anita	19	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	4	1	1	2	4	2	3	80
Suciani	21	1	1	2	1	3	1	3	4	1	4	4	2	1	1	3	1	3	95
Amelizana	21	2	1	1	2	4	2	4	1	2	3	4	2	1	2	4	2	3	85
Mika	19	2	1	1	2	4	2	4	3	4	3	4	1	2	1	3	4	4	107

Dilaz	21	4	4	3	4	4	3	1	4	3	4	4	3	2	1	3	1	3	113
Zakia	20	3	1	4	1	4	2	4	3	1	4	4	1	1	2	4	2	3	105
Nara	21	1	1	2	1	3	1	4	3	1	3	4	2	1	2	4	2	4	85
Wilna	20	2	1	2	1	3	1	3	4	2	4	4	4	1	2	4	4	3	106
Anna	21	1	3	1	1	3	1	3	4	1	3	4	2	1	2	4	3	4	92
Elsa	20	2	1	1	2	4	1	4	4	1	3	1	2	1	3	4	2	3	98
Maya	18	2	1	1	1	3	1	4	3	1	4	4	1	2	1	3	1	2	93
Dwi ayu	20	1	1	1	2	4	2	4	2	4	3	4	3	1	2	4	3	4	104
Amelia	18	1	1	1	2	4	2	4	3	1	3	4	1	2	1	3	4	3	90
Latifah	20	1	1	1	4	4	1	3	3	4	3	4	4	2	1	4	3	4	102
Gea	19	3	1	1	2	4	2	4	3	1	3	4	1	2	1	3	1	3	88
Sahra	19	4	2	3	2	4	1	1	2	3	2	2	4	4	3	3	1	4	113
Yesi	18	2	2	2	1	3	3	1	1	1	1	3	1	2	2	4	2	2	69
Dini	21	3	2	3	1	4	4	4	2	1	2	2	2	4	2	3	1	1	99
bunga	20	1	2	2	2	1	4	2	4	4	3	2	2	2	4	2	1	2	97
nèshaa	18	4	1	1	1	4	1	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1	4	106
Intan	20	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	65
Indah	19	3	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	85
khumairo	19	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	96
Sunjaya	21	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	95
Erika	20	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	3	2	3	2	2	88
Sumira	20	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	3	4	3	4	122
Meita	19	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	92
Mazia	18	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	4	3	1	2	4	4	4	87

Aisyah	18	2	2	2	2	2	1	4	1	1	4	3	1	2	1	2	1	1	71
Dinii	18	2	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	99
YULISTIKA	21	1	2	1	1	4	2	2	1	1	2	3	2	1	1	4	1	3	79
Aurora	18	2	2	3	2	2	4	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	84
Amel	21	2	2	3	3	4	3	4	2	2	2	3	3	4	4	3	4	4	117
clara	21	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	1	1	3	3	2	104
Tyara	21	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	2	4	4	2	2	2	97
Putri	21	3	3	4	4	3	4	4	3	2	1	4	3	4	2	2	1	2	103
Lia	19	2	3	3	2	1	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	1	4	106
Chika	21	1	1	2	1	4	1	1	1	4	2	1	1	3	4	4	4	4	94
Dea	21	3	3	2	2	4	1	2	4	4	4	2	2	1	1	3	4	2	104
Yolan	20	4	1	1	1	4	1	4	4	4	4	1	1	1	1	4	1	1	88
Nurrrr	18	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	125
Luthfiya	21	2	2	1	1	3	1	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	57
nuriyana	21	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	1	3	96
Rahima	18	1	1	2	1	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	97
Irna	21	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	2	4	2	120
Bila	21	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	79
Putri	21	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	95
Aniisa	18	1	4	4	4	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	91
Sintya	20	1	4	4	1	3	2	2	3	3	3	4	4	3	2	3	2	2	102
Alda	18	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	101
Nada	21	1	2	2	2	3	2	2	3	3	4	2	3	1	2	3	2	2	100
Nesyaa	18	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	109

Nadya	21	3	4	3	3	1	4	4	2	2	2	1	1	3	4	3	2	4	88
chery	18	3	2	2	2	4	2	4	4	4	4	3	3	1	1	4	1	3	107
Andini	20	2	2	2	2	4	2	1	3	2	2	2	3	1	2	4	1	4	102
Kayila	18	1	2	3	1	4	1	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	114
Alifia	19	1	2	2	2	3	2	1	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	92
Micellia	20	3	1	3	1	4	2	2	4	4	3	4	4	1	1	4	2	2	102
Malya	18	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	4	1	1	1	2	1	1	58
Dayana	19	2	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	109
Devinia	21	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	100
Angelica	20	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	4	2	2	2	3	2	4	85
Anindya	18	3	3	3	3	4	4	2	4	2	2	2	3	4	4	3	4	4	111
Stephanny	19	3	2	3	1	4	1	2	2	2	3	3	2	2	2	4	1	2	92
Caca	18	2	2	1	1	4	1	1	4	4	4	2	4	1	1	4	3	4	107
Amanda	18	2	1	1	1	4	1	4	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	73
arrdel	18	3	2	3	1	4	2	3	3	2	3	4	3	2	2	3	1	2	95
putri	18	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4	4	119
Nurul	21	2	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	87
Fatma	20	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	81
Aini	19	1	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	87
Sherlyn	19	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	103
Nadin	20	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	3	3	89
Aisyah	21	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	89
Pricillia	18	1	2	2	2	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	118
Hayana	18	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	105

Monica	21	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	1	2	94
Sisca	18	1	2	2	2	4	1	3	4	4	4	3	3	1	1	4	3	3	112
Syifa	20	2	3	1	1	4	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	81
Naila	18	2	1	1	1	4	1	2	4	3	2	3	3	3	3	4	1	4	98
livia	21	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	95
Mega	21	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	3	2	95
Mila	18	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	4	3	4	4	4	122
Vania	19	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	85
Bunga	18	1	4	1	2	4	1	4	4	4	4	1	2	3	2	3	2	3	98
Shafa	18	4	3	4	3	4	3	4	1	1	1	1	3	2	1	1	1	2	97
bila	21	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	80
TIARA	20	3	1	3	2	4	1	1	3	2	2	2	2	1	1	2	1	1	87
Nur	18	3	1	1	1	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	3	1	1	82
stevi	21	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	4	1	1	1	3	1	1	58
Bella	18	4	1	1	1	4	1	4	4	3	3	1	2	2	1	4	1	1	89
adel	18	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	2	68
Hanum	18	3	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	88
annis	21	4	1	4	2	4	2	2	2	2	2	4	3	3	4	3	1	3	103
Syefira	19	2	1	2	1	4	1	1	3	2	2	4	4	1	1	3	1	2	90
Michel	18	2	1	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	92
momo	19	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	1	3	102
Krisan	20	1	1	1	1	4	1	4	2	2	2	2	3	2	2	3	4	4	94
Farra	18	3	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	2	3	77
Arabella	18	2	1	2	1	4	1	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	98

Juni	18	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	2	4	116
rosalina	20	2	2	2	2	4	2	3	4	2	2	3	3	1	2	2	1	2	92
Shena	19	2	1	2	1	4	1	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	100
Vivi	20	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	89
Sella	18	2	1	2	1	4	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	93
Nameera	18	4	4	3	3	4	3	2	2	2	2	4	3	1	1	2	1	1	97
nai	18	3	2	3	2	4	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	94
Cindy	18	2	1	1	1	4	4	2	3	2	2	3	3	2	3	4	2	3	96
Nesya	18	2	3	2	3	4	1	4	2	3	4	4	4	4	1	4	4	4	103
Dinda	21	2	3	2	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	1	4	119
zahwa	19	1	1	1	1	4	1	4	2	2	2	4	3	1	3	4	4	3	88
sinta	21	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	91
putri nabila	18	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	2	1	1	1	1	4	4	99
Alea	18	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	82
Miftah	21	1	2	2	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	93
Dewai	20	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	82
Yubian	21	2	1	3	2	3	1	2	3	3	3	2	2	2	4	3	2	4	96
Diah	19	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	91
Riris	18	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	3	3	1	1	3	3	3	77
Sopi	18	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	87
JENY	18	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	1	86
KEISHA	18	3	3	4	1	4	2	3	2	4	1	4	4	1	1	4	4	1	88
YUSVITA	18	1	1	2	1	4	1	2	3	3	4	3	3	1	2	3	3	4	93
Siti	18	1	4	1	1	2	1	1	1	2	1	4	1	1	1	4	3	4	74

Denika	20	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	4	3	97
Mecca	18	1	1	2	1	4	2	1	1	1	1	3	3	1	1	2	4	4	73
EUGENIA	18	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1	3	3	4	4	3	2	3	99
AMANDA	18	2	2	1	1	4	3	4	2	2	2	1	1	1	1	3	1	1	73
Azizah	21	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	78
Raphita	18	1	1	3	1	3	1	2	2	1	1	4	1	2	1	4	2	4	77
Elisa	18	1	1	2	1	3	1	2	2	2	1	4	1	2	1	3	2	3	75
safrina	18	1	2	3	3	1	4	4	3	2	2	1	4	4	2	1	1	1	92
Kenia putri	18	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	1	2	2	2	83
Adinda	18	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	86
NOVI	18	2	2	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	4	4	2	3	3	89
Nisabila	18	3	2	3	2	4	1	1	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	98
Aleef	19	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	102
Haniva	18	2	1	2	1	4	1	3	4	2	4	3	1	1	1	4	1	1	91
DIAN	18	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	4	2	4	82
Anggi	19	1	1	2	1	1	1	3	3	3	1	2	2	1	2	4	3	4	80
Asqia	18	2	2	2	1	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	91
sari	18	3	3	3	3	4	3	3	2	4	2	3	1	3	1	4	4	4	97
Sintha	21	2	1	2	3	4	2	2	4	4	4	2	3	1	3	4	4	3	102
Eka	18	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	1	4	2	4	4	4	101
Diva	18	2	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	1	4	2	4	4	4	103
Fayolla	18	3	1	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	3	4	4	2	3	82
Adinda	18	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	3	87
Kenia	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	3	84

Sarah	18	1	1	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	88
Cyntia	18	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	96
Gracia	18	1	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	92
safrina	18	1	2	2	2	1	4	4	2	1	3	4	3	3	3	1	1	1	91
Khesa	18	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	86
Ceysha	18	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	87
Suci	18	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	89
Eca	18	2	1	2	1	4	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	67
Sasqia	18	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	92
Amelia	19	2	2	2	2	4	1	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	4	95
azzahra	20	3	2	3	3	4	2	2	3	1	2	3	2	1	1	3	3	3	92
Bibi	19	2	1	2	1	4	1	2	3	3	2	3	3	1	1	4	1	2	88
Lutfika	18	2	1	2	2	3	1	1	2	2	2	3	2	2	1	3	3	3	78
Farach	19	2	1	2	2	4	1	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	104
Dindaw	19	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	90
Ana	21	2	3	2	2	4	2	4	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	93
Lala	20	3	2	3	1	4	2	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3	3	94
Azizah H	19	2	2	1	1	3	2	2	4	3	4	3	3	2	4	1	2	2	87
Shello	18	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	1	4	4	4	94
Fitri Dini F	20	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	98
Nabella	20	1	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	92
Wilda	21	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4	4	95
Shello	18	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	3	2	4	2	4	4	4	95
van	19	3	1	3	1	4	1	2	2	2	2	3	3	1	1	3	3	4	96

[illegible]

Mutya	19	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	87
Suci	21	2	1	2	2	4	1	2	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	101
Riska W	18	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	1	1	1	1	3	3	3	94
Siwi	18	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	96
Restu	19	2	1	1	1	4	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99
Muthia	21	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	91
Shinta	19	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	1	2	3	3	98
santika	20	2	3	1	2	2	2	2	1	1	1	3	1	1	1	3	3	3	84
Rika F	20	2	3	3	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	2	4	3	3	90
Farida	21	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	92
Yunita	18	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	95
Dwi	18	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	100
Windy	19	2	1	1	1	3	1	1	2	2	2	3	3	2	2	3	4	4	89
Ria	20	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	4	88
Denty	21	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	106
Alamanda	18	1	1	2	1	3	1	2	4	4	4	2	3	2	3	3	4	4	91
Hikmah A	19	1	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	100
Fiera S	20	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	85
Fitri	21	1	4	4	3	3	2	2	4	4	4	2	3	2	3	3	4	4	102
Nadya	21	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	99
Anissa	20	2	2	2	2	4	2	2	3	3	3	4	3	1	2	3	3	3	96
Tiara	21	3	3	2	2	3	3	2	1	2	2	4	2	3	2	4	3	4	94
Tarlla	19	2	3	3	2	2	3	1	2	1	1	4	2	3	2	4	3	4	93
Imell	18	3	2	2	1	4	2	2	3	2	2	3	2	1	2	4	3	3	90

Candy	21	4	4	1	4	4	1	4	3	4	2	4	4	1	1	4	1	3	104
Putri	20	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	98
Rafikaa	21	2	2	3	1	2	2	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	67
Serly	20	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	4	1	1	1	2	1	1	61
el	21	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	4	2	3	2	2	3	3	87
Annisya	19	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	104
Bunga	21	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	4	3	1	1	1	4	4	74
Pia	18	2	3	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	75
Aprilia	19	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	4	1	2	3	3	4	105
Sabine	21	3	2	4	2	3	4	2	2	2	2	2	3	4	4	1	2	1	98
Laeli	20	3	2	4	1	3	2	3	3	2	3	3	2	1	2	1	2	1	82
Selvy	20	1	4	2	2	1	1	1	1	1	3	4	2	2	2	4	1	4	77
Putri	20	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	85

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reabilitas *Body Image*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	272	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	272	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	17

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	38.78	60.968	.583	.838
Y2	38.94	61.173	.591	.838
Y3	39.18	59.964	.594	.837
Y4	39.15	61.206	.557	.839
Y5	39.28	62.593	.409	.846
Y7	39.58	64.437	.411	.846
Y14	39.04	60.519	.604	.837
Y15	38.83	63.917	.338	.850
Y16	39.72	63.455	.331	.851
Y17	38.98	62.745	.395	.847
Y18	39.54	61.976	.439	.845
Y28	39.12	62.014	.470	.843
Y29	39.31	60.989	.518	.841
Y30	39.12	62.899	.414	.846

Y32	39.30	60.794	.548	.839
Y33	39.67	63.537	.323	.851
Y34	39.62	63.150	.386	.847

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas

Intesitas Penggunaan Media Sosial

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	272	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	272	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	22

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	65.86	97.154	.477	.907
X2	66.38	93.513	.524	.906
X3	65.94	98.141	.322	.910
X4	66.27	93.238	.537	.906
X5	66.36	96.262	.337	.911
X7	66.37	92.484	.602	.904
X8	66.04	96.013	.531	.906
X9	66.12	94.867	.511	.906
X11	66.22	93.528	.613	.904
X12	66.32	92.793	.578	.905
X13	66.35	92.885	.524	.906

X15	66.20	92.804	.561	.905
X16	66.40	89.046	.723	.901
X17	65.99	96.184	.504	.907
X18	65.95	96.142	.512	.907
X19	66.17	94.840	.553	.906
X20	66.14	95.267	.492	.907
X21	66.29	90.605	.700	.902
X22	66.45	90.507	.696	.902
X23	66.06	96.959	.392	.909
X24	66.07	95.486	.467	.907
X25	66.23	92.769	.594	.904

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Varibel Penelitian

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		272
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.16239192
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.029
	Negative	-.042
Kolmogorov-Smirnov Z		.689
Asymp. Sig. (2-tailed)		.729

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

2. Uji Linearitas

ANOVA Table

				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
body image intesitas	* Between Groups	(Combined)		3370.312	44	76.598	1.184	.215
		Linearity		.601	1	.601	.009	.923
		Deviation from Linearity		3369.711	43	78.365	1.211	.188
	Within Groups			14685.567	227	64.694		
	Total			18055.879	271			

Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	41.649	3.432		12.137	.000
intesitas media sosial	-.005	.049	-.006	-.095	.925

a. Dependent Variable: body image

Lampiran 7 Tabel Krejcie-Morgan

Population	Confidence level 90 per cent			Confidence level 95 per cent			Confidence level 99 per cent		
	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence	Confidence
30	27	28	29	28	29	29	29	29	30
50	42	45	47	44	46	48	46	48	49
75	59	64	68	63	67	70	67	70	72
100	73	81	88	79	86	91	87	91	95
120	83	94	104	91	100	108	102	108	113
150	97	111	125	108	120	132	122	131	139
200	115	136	158	132	150	168	154	168	180
250	130	157	188	151	176	203	182	201	220
300	143	176	215	168	200	234	207	233	258
350	153	192	239	183	221	264	229	262	294
400	162	206	262	196	240	291	250	289	329
450	170	219	282	207	257	317	268	314	362
500	176	230	301	217	273	340	285	337	393
600	187	249	335	234	300	384	315	380	453
650	192	257	350	241	312	404	328	400	481
700	196	265	364	248	323	423	341	418	507
800	203	278	389	260	343	457	363	452	558
900	209	289	411	269	360	468	382	482	605
1,000	214	298	431	278	375	516	399	509	648
1,100	218	307	448	285	388	542	414	534	689
1,200	222	314	464	291	400	565	427	556	727
1,300	225	321	478	297	411	586	439	577	762
1,400	228	326	491	301	420	606	450	596	796
1,500	230	331	503	306	429	624	460	613	827
2,000	240	351	549	322	462	696	498	683	959
2,500	246	364	581	333	484	749	524	733	1,061
5,000	258	392	657	357	536	879	586	859	1,347
7,500	263	403	687	365	556	934	610	911	1,480
10,000	265	408	703	370	566	964	622	939	1,556
20,000	269	417	729	377	583	1,013	642	986	1,688
30,000	270	419	738	379	588	1,030	649	1,002	1,737
40,000	270	421	742	381	591	1,039	653	1,011	1,762
50,000	271	422	745	381	593	1,045	655	1,016	1,778
100,000	272	424	751	383	597	1,056	659	1,026	1,810
150,000	272	424	752	383	598	1,060	661	1,030	1,821
200,000	272	424	753	383	598	1,061	661	1,031	1,826
250,000	272	425	754	384	599	1,063	662	1,033	1,830
500,000	272	425	755	384	600	1,065	663	1,035	1,837
1,000,000	272	425	756	384	600	1,066	663	1,036	1,840