

BAB 1

PENDAHULUAN

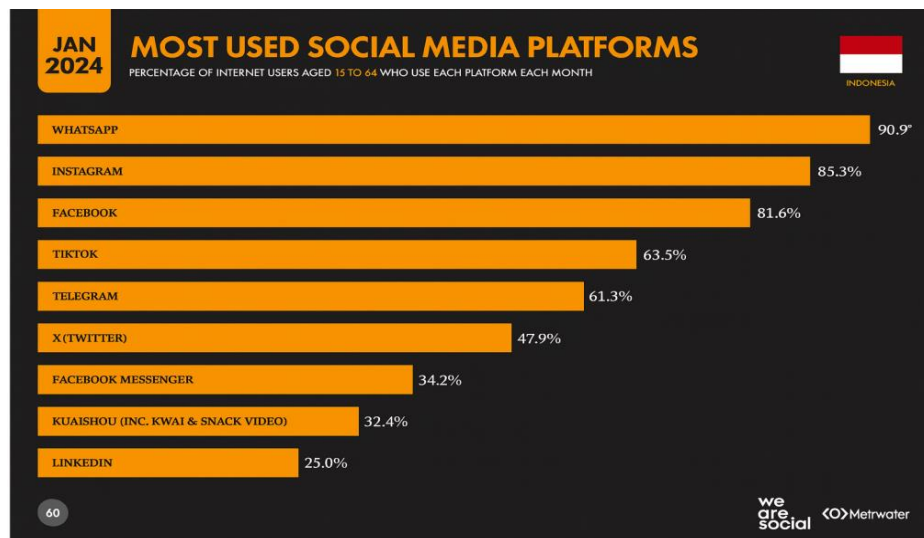
1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkembang sangat pesat, internet sebagai alat komunikasi utama yang sangat diminati oleh masyarakat. Dalam hal inilah yang melatar belakangi perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern dan serba digital. Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telepon seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (*smartphone*). Hadirnya *smartphone* dilengkapi dengan fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi semakin beraneka macam, mulai dari *chatting*, *email*, SMS, MMS, browsing serta fasilitas sosial media (Rafiq, 2020).

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat Indonesia. Salah satu wujud nyata dari fenomena tersebut adalah meningkatnya intensitas penggunaan media sosial di berbagai kalangan, terutama pada usia produktif. Berdasarkan laporan yang dirilis oleh *We Are Social* dan *Meltwater* pada Januari 2024, tercatat bahwa WhatsApp menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase pengguna sebesar 90,9%, diikuti oleh Instagram (85,3%), Facebook (81,6%), dan TikTok (73,5%). Selain itu, aplikasi lain seperti Telegram (61,3%) dan X atau Twitter (57,5%) juga menunjukkan tingkat penggunaan yang cukup tinggi di kalangan pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun (*We Are Social & Meltwater*, 2024). Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, termasuk di kalangan remaja dan mahasiswa. Tingginya penggunaan berbagai platform media sosial tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang semakin besar dalam mendukung aktivitas komunikasi, pertukaran informasi, serta interaksi sosial masyarakat. Untuk memberikan

gambaran mengenai platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, data tersebut disajikan pada Gambar 1.1 berikut.

Gambar 1. 1 Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia



Sumber: We Are Social & Meltwater (2024)

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat, terutama dalam hal interaksi sosial. Salah satu bentuk perubahan tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah untuk membentuk identitas diri dan citra pribadi di ruang digital. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook kini menjadi bagian penting dalam kehidupan mahasiswa. Melalui platform tersebut, individu dapat menampilkan citra diri dan memperoleh umpan balik sosial berupa komentar, “like”, dan pengikut. Namun, di balik kemudahan tersebut, media sosial juga menjadi sarana yang membentuk persepsi seseorang terhadap tubuh dan penampilan mereka (Sutini dkk., 2022).

Media sosial adalah salah satu faktor yang memiliki hubungan dengan terjadinya hal tersebut. Pada saat seorang wanita membagikan potret dirinya di media sosial, baik dengan potret seluruh badan, atau hanya sekedar *selfie*, tentu mereka telah memilih potret terbaik yang mereka miliki agar dilihat orang lain. Salah satu akibat yang muncul dari fenomena ini adalah rasa iri dari orang lain

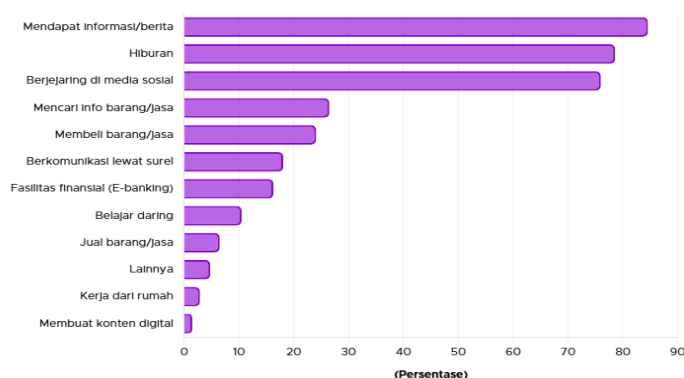
atas bentuk tubuh, warna kulit, serta penampilan yang orang lain miliki. Perempuan merasa ketika ada yang lebih menarik daripada dirinya sendiri maka ia akan merasa tubuhnya tidak semenarik dengan perempuan lain yang dilihatnya (Ariani, 2022).

Surabaya merupakan salah satu kota dengan jumlah mahasiswa terbesar di Indonesia. Kota ini sering kali menjadi pilihan para mahasiswa untuk menempuh pendidikan, serta banyak fasilitas yang bisa dinikmati ketika berada di Kota Surabaya. Di kota metropolitan kedua setelah Jakarta ini tentu penggunaan *smartphone* adalah suatu hal umum dan bukan suatu hal baru di kota ini. Surabaya memiliki akses prioritas sebagai kota dengan kecepatan internet dan jaringan terbesar di Indonesia. Kondisi tersebut sejalan dengan tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat di Kota Surabaya. Media sosial menjadi salah satu sarana yang banyak dimanfaatkan untuk berbagi informasi, berkomunikasi, serta mendokumentasikan berbagai aktivitas dalam kehidupan sehari-hari (Maimunah, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Timur pada Maret 2023, mayoritas warga Surabaya memanfaatkan internet untuk memperoleh informasi atau berita dengan persentase sebesar 84,6%. Selain itu, internet juga digunakan sebagai sarana hiburan oleh 78,6% warga Surabaya serta sebagai media berjejaring sosial dengan persentase 76%. Pemanfaatan internet untuk mencari informasi barang atau jasa mencapai 26,5%, sementara kegiatan membeli barang atau jasa secara daring dilakukan oleh 24,1% responden. Selanjutnya, penggunaan internet digunakan untuk berkomunikasi melalui surat elektronik sebesar 18,1% dan untuk mendukung aktivitas finansial melalui layanan perbankan elektronik (*e-banking*) sebesar 16,3%. Di sisi lain, pemanfaatan internet sebagai penunjang pembelajaran daring tercatat sebesar 10,5%, diikuti oleh kegiatan menjual barang atau jasa sebesar 6,5%. Sebagian responden juga menyatakan penggunaan internet untuk keperluan lain sebesar 4,8%. Adapun penggunaan internet untuk bekerja dari rumah (*work from home*) tercatat sebesar 2,9%, sedangkan pemanfaatan untuk membuat konten digital merupakan yang paling rendah, yaitu sebesar 1,5%. Data tersebut menunjukkan bahwa internet telah dimanfaatkan masyarakat

Surabaya untuk berbagai kebutuhan, mulai dari memperoleh informasi, hiburan, hingga menjalin interaksi sosial melalui media digital. Tingginya pemanfaatan internet, khususnya untuk aktivitas yang berkaitan dengan media sosial, menunjukkan bahwa media digital telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai tujuan pemanfaatan internet oleh masyarakat Surabaya, data tersebut disajikan pada Gambar 1.2 berikut.

Gambar 1. 2 Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur

GoodStats

Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2023 (diolah oleh GoodStats)

Media sosial merupakan media online yang saat ini semakin populer dan memungkinkan para penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, serta berkomunikasi, baik dalam bentuk kolaborasi maupun hiburan (Daulay dkk., 2023). Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, keberadaan berbagai platform media sosial turut membentuk dan memperkuat standar tubuh ideal yang banyak ditampilkan kepada penggunanya. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi menurunnya kepercayaan diri individu, khususnya akibat paparan teknologi dan informasi yang berlebihan. Dalam hal ini, media massa dan media sosial kerap menampilkan gambaran fisik tertentu, seperti kegantengan atau kecantikan, tubuh yang dianggap ideal, berkulit putih, dan berpenampilan menarik, sehingga membentuk persepsi mengenai tubuh ideal di kalangan masyarakat (Fitri et dkk., 2018).

Dampak dari kondisi tersebut terlihat pada perilaku sebagian individu yang mengalami rasa kurang percaya diri ketika akan mengunggah foto di media sosial. Rasa kurang percaya diri tersebut mendorong individu untuk melakukan berbagai penyesuaian, seperti mengedit foto agar pipi terlihat lebih tirus, menggunakan filter agar wajah tampak lebih cerah dan mulus, serta memilih berfoto setengah badan karena merasa tubuh terlalu gemuk atau terlalu kurus. Oleh karena itu, banyak individu berlomba-lomba memperbaiki bentuk tubuh dan warna kulit agar merasa lebih puas dan percaya diri saat menampilkan diri di media sosial (Daulay dkk., 2023).

Wanita dewasa awal merupakan kelompok yang aktif dalam penggunaan media sosial. Dalam menjalani tugas perkembangan di masa dewasa, wanita semakin terhubung dengan media social (Dewi dkk., 2020). Menurut Santrock (2011), masa dewasa awal merupakan masa transisi dari remaja menuju dewasa pada rentang usia 18–25 tahun yang ditandai dengan eksplorasi diri. Pada fase ini, wanita mulai lebih memperhatikan penampilan fisik sebagai bagian dari pembentukan identitas dan kepercayaan diri. Seiring dengan perubahan fisik yang dialami, wanita dewasa awal cenderung membentuk persepsi terhadap tubuh ideal dan berupaya menyesuaikan penampilannya. Paparan standar tubuh ideal di media sosial dapat memperkuat persepsi tersebut dan berpotensi memengaruhi tingkat kepercayaan diri wanita dewasa awal (Ifdil dkk., 2017).

Fenomena perubahan pada penampilan dan komposisi tubuh, seperti bentuk tubuh, berat badan, serta kondisi fisik lainnya, berpotensi memengaruhi kepercayaan diri pada wanita dewasa awal karena berkaitan dengan citra tubuh (*body image*) yang dimiliki. Pada masa dewasa awal, meskipun tidak lagi mengalami pertumbuhan fisik secara biologis, individu mulai menunjukkan tingkat kematangan emosi yang semakin berkembang, di mana respons emosional sering kali berkaitan dengan penilaian terhadap perubahan penampilan fisik yang dialami. Bagi wanita, penampilan fisik merupakan aspek yang dianggap penting dalam kehidupan sosial. Penilaian terhadap penampilan, baik sesuai maupun tidak sesuai dengan standar yang diharapkan, dapat memperluas atau justru membatasi ruang gerak pergaulan sosial pada wanita dewasa awal. (Malau & Rosito, 2023).

Menurut Lauster (2006) kepercayaan diri yaitu salah satu aspek kepribadian yang dimiliki seorang individu yang dapat mempengaruhi kualitas hidupnya. Jikalau seseorang bergantung pada persepsi yang dibuat oleh orang lain, maka orang tersebut akan kehilangan atau mendapatkan kepercayaan dirinya tergantung dengan situasi yang diberikan. Fenomena yang ada selama ini banyak yang tidak mampu berbuat apa-apa karena tidak adanya rasa percaya diri dengan kondisi fisiknya saat ini. Bagi sebagian orang penampilan merupakan faktor yang penting dalam pembentukan rasa percaya diri terhadap seseorang. Santrock (2002) berpendapat bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi penerimaan individu dalam lingkungan sosial adalah rasa percaya diri yang memotivasi individu untuk berani dalam menghadapi orang lain (Laili, 2024).

Lauster (2012) menjelaskan bahwa kepercayaan diri merupakan sikap atau keyakinan terhadap kemampuan yang dimiliki individu, sehingga individu tidak selalu cemas dalam bertindak, bebas melakukan hal yang disukai, bertanggung jawab terhadap setiap perbuatan, hangat dan sopan saat berinteraksi dengan orang lain, serta mampu mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri (Hidayati, S. R. N., & Savira, 2021). Menurut Hakim (2002) Kepercayaan diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya secara menyeluruh, baik kelebihan maupun keterbatasan yang dimiliki, sehingga individu merasa mampu menghadapi tantangan, mencapai tujuan hidup, serta menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Individu dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi mampu mengembangkan pikiran positif dan realistis terhadap dirinya, sehingga dapat mengelola berbagai kebutuhan hidup secara efektif, termasuk kebutuhan dalam proses belajar (Pratiwi & Laksmiwati, 2016).

Terdapat hal yang menjadi ciri-ciri dari kepercayaan diri yaitu, orang yang percaya diri adalah tidak mementingkan diri sendiri, cukup toleran, cukup berambisi, tidak perlu dukungan orang lain, tidak berlebihan, optimistik, mampu bekerja secara efektif, bertanggung jawab atas pekerjaannya, dan bergembira. Dapat disimpulkan bahwa orang yang percaya diri mempunyai hubungan sosial yang baik, mempunyai aspirasi yang sehat, mampu bekerja dengan efektif, dan bertanggung jawab, dan sehat secara emosional. Dengan kemampuan-kemampuan

tersebut, individu mempunyai kemungkinan untuk sukses bila dibandingkan dengan individu yang kurang atau tidak percaya diri (Malau & Rosito, 2023).

Santrock (2003) mengungkapkan kepercayaan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu penampilan fisik, konsep diri, hubungan dengan orang tua, dan hubungan dengan teman sebaya. Selanjutnya, Hakim (2002) menjelaskan sumber penyebab timbulnya rasa tidak percaya diri, yaitu cacat atau kelainan fisik, buruk rupa, ekonomi lemah, status sosial, status perkawinan, sering gagal, kalah bersaing, kurang cerdas, pendidikan rendah, perbedaan lingkungan, tidak supel, tidak siap menghadapi situasi tertentu, sulit menyesuaikan diri, mudah cemas dan penakut, tidak terbiasa, mudah gugup, bicara gagap, pendidikan keluarga kurang baik, sering menghindari, mudah menyerah, tidak bisa menarik simpati orang, dan kalah wibawa dengan orang lain. Dari pernyataan di atas, salah satu yang mempengaruhi kepercayaan diri adalah penampilan fisik atau bentuk tubuh yang dimilikinya. Mangunhardjana (1987) mengungkapkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri adalah citra tubuh (*body image*) yaitu bagaimana cara individu tersebut mempersepsikan bentuk tubuhnya atau penampilan fisiknya (Handayani, 2018).

Citra perempuan ideal yang didasarkan pada penampilan maupun kemampuan terbentuk melalui proses internalisasi dari media sosial hingga akhirnya menjadi bagian dari budaya masyarakat. Budaya ini dikenal sebagai objektifikasi, yaitu suatu sistem sosial di mana perempuan diperlakukan sebagai objek yang dinilai atau dievaluasi terutama dari segi fisiknya (Fredrickson & Roberts, 1997). Budaya objektifikasi menjadikan perempuan dipandang semata-mata sebagai objek yang dapat diperhatikan, dinilai, dan dihakimi berdasarkan penampilan. Paparan budaya tersebut mendorong perempuan melakukan objektifikasi diri, yaitu kecenderungan untuk memandang dan menilai tubuhnya dari sudut pandang orang lain. Menurut teori Fredrickson dan Roberts (1997), objektifikasi diri dapat meningkatkan risiko berbagai masalah kesehatan mental seperti rasa malu, kecemasan, gangguan makan, hingga depresi. Selain itu, objektifikasi diri juga berkontribusi terhadap terbentuknya *body image* negatif,

yang ditandai dengan ketidakpuasan perempuan terhadap tubuh dan kondisi fisiknya sendiri (Camila dkk., 2023).

Penilaian individu terhadap bentuk tubuh dan penampilannya dikenal dengan istilah citra tubuh (*body image*). Citra tubuh menggambarkan bagaimana individu menilai, merasakan, serta memandang dirinya secara fisik. Dalam konteks psikologis, citra tubuh memiliki peranan penting terhadap tingkat kepercayaan diri seseorang, karena persepsi positif terhadap tubuh biasanya akan mendorong individu untuk merasa lebih nyaman, berani, dan percaya diri dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Sebaliknya, apabila seseorang memiliki citra tubuh yang negatif, ia cenderung merasa kurang percaya diri dan lebih mudah membandingkan dirinya dengan orang lain. Sebagian besar individu, khususnya wanita dewasa awal, menunjukkan bahwa menjaga citra tubuh merupakan hal penting untuk menunjang rasa percaya diri, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam aktivitas di media sosial, di mana penampilan sering kali menjadi sorotan utama (Laili, 2024)

Body image atau citra tubuh merupakan pengalaman individu yang berkaitan dengan persepsi terhadap bentuk tubuh dan berat badan, serta perilaku yang muncul sebagai hasil evaluasi individu terhadap penampilan fisiknya. Pada fase dewasa awal, khususnya pada mahasiswa, individu tetap menghadapi tuntutan sosial terkait penampilan fisik dan cenderung melakukan perbandingan sosial dengan figur yang ditampilkan di media sosial maupun lingkungan sekitarnya. Paparan tersebut dapat memengaruhi cara individu menilai dan menerima kondisi tubuhnya. Oleh karena itu, penting bagi individu pada masa dewasa awal untuk memiliki *body image* yang positif agar mampu menerima diri secara utuh dan tidak mudah terpengaruh oleh standar kecantikan yang dibentuk oleh pandangan masyarakat (Ifdil dkk., 2017).

Cash & Pruzinsky (2002) berpendapat bahwa penilaian seseorang terhadap penampilannya sendiri adalah yang dia sebut sebagai citra tubuh. Citra tubuh seseorang akan mempengaruhi berbagai aspek kehidupannya, termasuk tingkat kepercayaan diri. Kesan seseorang tentang tubuh yang sempurna dan apa yang diinginkan seperti berat badan atau bentuk tubuh tergantung pada bagaimana

orang lain memandang mereka dan seberapa baik mereka dapat berubah sesuai dengan persepsi tersebut. Ini dikenal sebagai citra tubuh. Citra tubuh juga mengacu pada bagaimana perasaan seseorang tentang penampilan fisik dan kondisi tubuhnya.

Menurut Cash dan Pruzinsky (2002), *body image* merupakan representasi mental individu terhadap tubuhnya sendiri yang mencakup aspek persepsi, evaluasi, dan perasaan terhadap penampilan fisik. Dimensi *body image* meliputi evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, persepsi bentuk tubuh, serta kekhawatiran terhadap ukuran tubuh. Individu dengan *body image* positif cenderung memiliki penerimaan diri yang baik dan kepuasan terhadap tubuhnya, sedangkan individu dengan *body image* negatif sering kali merasa tidak puas terhadap bentuk atau ukuran tubuh (Sari & Widyastuti, 2018). Individu dengan *body image* positif umumnya memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi karena merasa puas dengan penampilannya, memiliki persepsi diri yang sehat, dan lebih yakin dalam interaksi sosial (Suryadi, 2018) .

Beberapa faktor dapat memengaruhi *body image* seseorang, antara lain jenis kelamin, paparan media, budaya, serta perbandingan sosial (Cash & Pruzinsky, 2002). Dalam konteks mahasiswa, terutama pengguna aktif media sosial, tekanan untuk memenuhi standar kecantikan digital sering kali lebih besar karena adanya kecenderungan untuk menampilkan citra ideal secara daring. Hal ini sesuai dengan *Objectification Theory* yang menyatakan bahwa individu, khususnya perempuan, sering kali melihat tubuhnya sebagai objek evaluasi sosial, sehingga lebih rentan mengalami ketidakpuasan terhadap tubuh (Angelin & Umar, 2025). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Amalia & Vebrian, 2022) yang mengkaji ketidakpuasan bentuk tubuh dan kepercayaan diri ditinjau dari jenis kelamin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 57 responden (47,9%) memiliki tingkat ketidakpuasan bentuk tubuh yang tinggi, terdiri atas 21 responden laki-laki (17,6%) dan 36 responden perempuan (30,3%). Sementara itu, ketidakpuasan bentuk tubuh yang rendah ditemukan pada 62 responden (52,1%), yang terdiri dari 35 responden laki-laki (29,4%) dan 27 responden perempuan (22,7%). Selain itu, hasil uji univariat menunjukkan bahwa kepercayaan diri

rendah dialami oleh 39 responden (32,8%), yang terdiri dari 13 responden laki-laki (10,9%) dan 26 responden perempuan (21,8%), sedangkan kepercayaan diri tinggi dimiliki oleh 80 responden (67,2%), yang terdiri dari 43 responden laki-laki (36,1%) dan 37 responden perempuan (31,1%).

Dalam beberapa tahun terakhir, isu *body image* atau citra tubuh menjadi perhatian serius di berbagai negara, termasuk Indonesia. *Body image* merujuk pada persepsi, sikap, dan perasaan seseorang terhadap tubuhnya, baik secara positif maupun negatif (Mubayana, 2025). Menurut Melina dkk. (2025), persepsi terhadap tubuh seseorang (*body image*) dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri, sehingga *body image* yang positif berkorelasi dengan kepercayaan diri yang lebih baik.

Lebih lanjut, pandangan individu mengenai tubuhnya dapat berkontribusi pada tingkat kepercayaan diri yang dimiliki. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa individu dengan *body image* positif cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan individu dengan *body image* negatif. Penelitian yang dilakukan oleh Mubarakah (2023) menemukan bahwa individu yang memiliki *body image* positif cenderung menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan individu yang memiliki *body image* negatif di lingkungan sekolah. Sejalan dengan hal tersebut, Mubayana (2025) mengungkapkan bahwa *body image* berperan penting dalam membentuk kepercayaan diri pada individu yang aktif menggunakan media sosial. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang penting, karena individu dengan kepercayaan diri rendah cenderung mengalami berbagai permasalahan dalam dirinya, khususnya dalam konteks sosial dan interaksi dengan lingkungan sekitar.

Penelitian mengenai *body image* dan kepercayaan diri telah banyak dilakukan, namun sebagian besar studi berfokus pada remaja atau mahasiswa secara umum tanpa mempertimbangkan konteks spesifik wilayah perkotaan besar seperti Surabaya yang memiliki dinamika sosial, budaya, serta paparan media digital yang lebih intens. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *body image* berhubungan signifikan dengan kepercayaan diri, seperti temuan

Abdillah & Masykur (2021) bahwa terdapat hubungan positif antara citra tubuh dan kepercayaan diri pada remaja. Demikian pula, Sembiring, Saliato, dan Yunisa (2024) menemukan korelasi kuat antara *body image* dan kepercayaan diri ($r = 0,826$) pada siswa SMK. Meski demikian, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji mahasiswa di kota metropolitan seperti Surabaya, yang memiliki dinamika psikososial berbeda dibandingkan daerah lain. Hingga kini, penelitian yang secara khusus menelaah mahasiswa pengguna media sosial di Kota Surabaya masih terbatas, padahal sebagai kota metropolitan, Surabaya memiliki intensitas penggunaan media digital yang tinggi sehingga mahasiswa lebih sering terpapar standar penampilan di media sosial yang berpotensi memengaruhi persepsi tubuh dan kepercayaan diri. Oleh karena itu, kebaruan penelitian ini terletak pada analisis pengaruh *body image* terhadap kepercayaan diri pada mahasiswa pengguna media sosial di Kota Surabaya.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana *body image* memengaruhi kepercayaan diri pada mahasiswa pengguna media sosial di Kota Surabaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh antara *body image* dan kepercayaan diri pada mahasiswa pengguna media sosial di era digital, serta menjadi dasar awal bagi upaya peningkatan kesejahteraan mental mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang sebelumnya. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Apakah *body image* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan diri pada mahasiswa pengguna media sosial di Kota Surabaya ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *body image* terhadap kepercayaan diri pada mahasiswa pengguna media sosial di Kota Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini beberapa manfaat teoritis dan manfaat praktis dari diadakannya penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi sosial dan psikologi kepribadian. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang pengaruh *body image* terhadap kepercayaan diri dalam konteks budaya Indonesia dan penggunaan media sosial di era digital.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi subjek penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya memiliki *body image* yang positif dan kepercayaan diri yang baik. Dengan demikian, mahasiswa diharapkan mampu menerima dirinya secara positif, menggunakan media sosial secara lebih bijaksana, serta mengurangi kecenderungan melakukan perbandingan sosial yang dapat berdampak negatif terhadap dirinya.

b. Bagi Lembaga Pendidikan (Universitas)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Universitas Trunodjoyo Madura dalam mengembangkan program yang mendukung pembentukan *body image* positif dan peningkatan kepercayaan diri mahasiswa. Kedua aspek tersebut diharapkan dapat membantu mahasiswa beradaptasi dengan lingkungan akademik, berpartisipasi aktif dalam perkuliahan, serta mendukung keberhasilan mahasiswa dalam menyelesaikan masa studi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan rujukan atau dasar bagi penelitian berikutnya yang ingin meneliti variabel serupa dengan menambahkan faktor-faktor lain, seperti *self-esteem*, *social comparison*, atau *fear of missing out* (FoMO), sehingga hasilnya dapat memberikan pemahaman

yang lebih komprehensif mengenai dinamika psikologis mahasiswa pengguna media sosial.