

Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Kecenderungan *Body Shaming* Pada Remaja Di SMK X

^{(1)*}Mita Dwi Wijayanti, ⁽²⁾Fx. Wahyu Widianoro, ⁽³⁾Amin Al Adib

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi
Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta
*Email: mitadw2010@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between the intensity of social media use and the tendency for body shaming among teenagers at Vocational School physically yourself or others. This research uses a quantitative method with a purposive sampling technique. The sample for this research was 86 students of SMK X. The research instruments used were a social media usage intensity scale and a body shaming tendency scale which had been tested for validity and reliability. The results of data analysis show that there is a positive and significant relationship between the intensity of social media use and the tendency for body shaming among teenagers at SMK X ($r = 0.446$). This means that the higher the intensity of social media use, the higher the tendency for body shaming, and vice versa.

Keywords: *Intensity of Social Media Use, Body Shaming Tendencies, Teenagers*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memudahkan para remaja untuk mengakses berbagai sumber pengetahuan tentang gaya hidup yang sedang populer di kalangan selebriti. Salah satu hal yang menjadi perhatian remaja saat ini adalah bentuk tubuh yang sesuai dengan standar kecantikan. Strandbu dan Kvaalem (dalam Widiastuti, 2016) mengatakan bahwa wanita ideal memiliki tubuh yang langsing, berlekuk, kuat, dan sehat, sedangkan pria ideal memiliki tubuh yang ramping, berotot, dan sehat. Beberapa di antara mereka mungkin merasa tidak nyaman dengan perubahan fisik yang terjadi pada diri mereka. Mereka bisa menjadi sasaran ejekan dari teman sebaya karena fisik yang berbeda, misalnya terlalu tinggi, terlalu pendek, terlalu gemuk, terlalu kurus, berkulit gelap, dan sebagainya. Selain itu, standar ketampanan juga dianggap penting di kalangan masyarakat, sehingga tidak jarang laki-laki yang tidak memenuhinya seperti tidak putih, tidak tampan, tidak sixpack, tidak tinggi dan lain sebagainya akan mendapatkan perlakuan diskriminasi (Sayekti, 2022). Remaja cenderung mudah terpengaruh oleh tren gaya hidup yang populer di kalangan sebaya mereka, namun hal ini juga bisa menimbulkan risiko perundungan bagi mereka yang tidak mengikuti atau dianggap menyimpang dari tren. Perundungan yang berhubungan dengan penampilan fisik seseorang disebut dengan *body shaming*.

Hasil wawancara yang dilakukan pada salah satu siswa laki-laki dan perempuan di SMK X, berdasarkan dari pandangan siswa laki-laki didapatkan hasil bahwa menurutnya, laki-laki dan perempuan mungkin memiliki pengalaman yang sedikit berbeda dengan *body shaming*, tetapi dampaknya bisa sama-sama merusak kepercayaan diri. Laki-laki mungkin merasa tertekan untuk memiliki tubuh yang sispax dan berotot, sementara pada perempuan mungkin merasa tertekan untuk memiliki tubuh yang langsing dan cantik. Sedangkan pada pandangan siswa perempuan didapatkan hasil bahwa menurutnya, Perempuan lebih sering menjadi sasaran *body shaming* dari pada laki-laki, karena tuntutan untuk memiliki penampilan fisik yang sempurna sehingga membuat mereka merasa tidak aman dan tidak dihargai, mereka beranggapan bahwa hanya perempuan cantik yang selalu diprioritaskan oleh laki-laki.

Body shaming adalah istilah yang merujuk pada ejekan atau celaan terhadap seseorang karena bentuk tubuhnya, yang sering dijadikan bahan lelucon oleh siswa-siswi atau remaja

zaman sekarang (Serni, 2020). *Body shaming* merupakan fenomena yang umum terjadi tetapi tidak disadari oleh pelakunya. *Body shaming* dapat dikategorikan sebagai bentuk *bullying* karena *body shaming* adalah perilaku yang memberikan kekerasan verbal kepada orang lain (Sakinah, 2018). *Body shaming* adalah perilaku yang menghina bentuk tubuh seseorang dengan kata-kata yang mungkin dianggap sepele oleh beberapa orang, tetapi sangat menyakiti perasaan dan psikologis orang lain (Achmad, 2021). Orang-orang yang menjadi korban *body shaming* biasanya memiliki penampilan fisik yang berbeda dari standar kecantikan atau kesehatan yang umum, seperti disebut gemuk, pesek, kurus, dan sebagainya (Fauzia & Rahmijati, 2019). Secara singkat *body shaming* adalah dampak dari perbuatan seseorang yang membuat individu lain merasa tubuhnya buruk berdasarkan standar kecantikan pada umumnya (Atsila, dkk (2021). Geofani (2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa *body shaming* seringkali terjadi secara tidak sadar karena terselubung dalam bentuk lelucon atau sindiran.

Faktor penyebab terjadinya *body shaming* menurut (Damanik, dkk (2021) yaitu konformitas atau meniru orang lain. Menurut (Rastati, 2016) faktor penyebab *body shaming* adalah intensitas penggunaan media sosial, intensitas penggunaan dan ketergantungan seseorang terhadap media sosial dapat menjadi faktor penyebab terjadinya perilaku *body shaming*. Faktor *body shaming*, diantaranya yaitu *bullying*, peran media, dan standar kecantikan. Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti tentang faktor-faktor penyebab *body shaming*. Salah satu faktornya yaitu konformitas atau meniru orang lain, pada penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Muslikah (2021), menemukan bahwa, konformitas berperan sebesar 6,2% terhadap perilaku *body shaming*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Islamiyah (2020), menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berperan sebesar 34% terhadap perilaku *body shaming*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Libing, Lerik, & Kiling (2021), menunjukkan bahwa *bullying* berperan sebesar 10,2% terhadap perilaku *body shaming*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ramadhany dan Putri (2021), menunjukkan bahwa media berperan sebesar 6,9% terhadap perilaku *body shaming*.

Media sosial merupakan sarana yang memudahkan manusia untuk berkomunikasi dan berbagi informasi. Motivasi penggunaan media sosial berasal dari keinginan untuk memenuhi kebutuhan atau kepuasan tertentu, yang berkaitan dengan tujuan penggunaan media sosial (Sartika, 2019). Media sosial menawarkan berbagai fasilitas yang menarik bagi penggunanya, terutama remaja (Udayana, 2015). Remaja adalah usia peralihan, dimana individu sudah tidak lagi menjadi anak-anak yang lemah dan bergantung, namun juga belum mencapai usia dewasa yang kuat dan bertanggung jawab baik untuk diri sendiri maupun masyarakat. Usia remaja menjadi semakin panjang seiring dengan kemajuan masyarakat, karena remaja harus mempersiapkan diri untuk beradaptasi dengan lingkungan dan tuntutan yang kompleks (Hurlock, 2003).

Masa remaja adalah masa pubertas atau masa perubahan fisik yang membuat mereka rentan terhadap *body shame* yaitu rasa malu karena fisiknya dicemooh oleh orang lain (Dolezal, 2015). Menyindir atau menghina seseorang karena bentuk tubuh, berat badan, atau penampilan fisiknya adalah bentuk pelecehan yang dapat merusak harga diri, kepercayaan diri, dan kesehatan mental seseorang. Orang-orang yang melakukan pelecehan ini mungkin memiliki motif yang berbeda-beda, seperti merasa iri, merasa superior, suka menggoda, atau bahkan karena mereka sendiri pernah menjadi korban pelecehan serupa di masa lalu. Oleh karena itu, pelaku menganggap perbuatannya hanya sebagai hal biasa dan lelucon semata (Khairun, et al. (2023). Berdasarkan uraian di atas tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan *body shaming* pada remaja di SMK X.

METODE

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh siswa SMK X yang tercatat dan aktif sebanyak 623 siswa. Mengingat jumlah populasi yang relatif banyak, maka penelitian ini menggunakan teknik sampling, yaitu mengambil sebagian siswa untuk dijadikan sampel subjek penelitian.

Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik penentuan sampel ini berdasarkan pertimbangan atau karakteristik tertentu. Penelitian

ini memfokuskan pada rentang usia 15-19 tahun sebagai subjek penelitian karena pada periode ini individu mengalami kebutuhan atau tanda-tanda akan sesuatu dan melakukan eksplorasi, merasakan kesepian, dan merasakan ketidakcocokan dengan orang lain (Hurlock, 2003). Rumus Slovin digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini dengan toleransi kesalahan $\pm 10\%$ dan diperoleh hasil sebanyak 86 siswa.

Penelitian ini menggunakan uji validitas konstruk (*construct validity*). Menurut Sugiyono (2013) validitas konstruk (*construct validity*) adalah validitas dengan menggunakan pendapat dari ahli (*judgement experts*). *Judgment experts* pada penelitian ini dilakukan oleh dosen pembimbing. Uji validitas dalam penelitian ini di bantu dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Stastistical Program of Social Scene*). Uji reliabilitas dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan program SPSS (*Stastistical Program of Social Scene*). Nilai minimum koefisien keandalan yang dianggap memadai adalah jika nilai alpha lebih dari 0,60, jika nilai koefisien kurang dari 0,60 maka dianggap tidak memadai, karena interpretasi skor menjadi tidak meyakinkan jika digunakan oleh perorangan (Supratiknya, 2014).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala. Penelitian ini diukur dengan menggunakan dua skala yaitu skala kecenderungan *body shaming* dan skala intensitas penggunaan media sosial. Metode yang digunakan dalam penskalaan adalah metode Linkert dengan distribusi jawaban terdiri 5 (lima) kategori jawaban, diantaranya yaitu: "Sangat Sesuai" (SS), "Sesuai" (S), "Netral" (N), "Tidak Sesuai" (TS), "Sangat Tidak Sesuai" (STS). Butir aitem bersifat *favorable* dan *unfavorable*. Skala kecenderungan *body shaming* mengacu pada teori Doeleezal (2015) dengan aspek mengkritik diri sendiri, mengkritik orang lain di depan orangnya, dan mengkritik orang lain tanpa sepengetahuan mereka. Skala intensitas penggunaan media sosial mengacu pada teori Ajzen (2005) dengan aspek perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*. Peneliti menggunakan teknik korelasi ini untuk melihat hubungan antara satu variable bebas (intensitas penggunaan media sosial) dengan satu variabel terikat (kecenderungan *body shaming*). Untuk keseluruhan analisis data yang digunakan menggunakan fasilitas perangkat komputerisasi dengan program *Stastistical Program of Social Scene* (SPSS).

HASIL

Uji coba alat ukur dilakukan pada 60 siswa dari kelas 10 hingga kelas 12 dengan mengisi butir skala uji coba kecenderungan *body shaming* yang berjumlah 24 butir pernyataan dan skala intensitas penggunaan media sosial yang berjumlah 32 butir pernyataan. Setelah di uji coba pada skala kecenderungan *body shaming*, jumlah butir gugur sebanyak 13 butir dan jumlah butir valid sebanyak 11 butir, dengan butir validitas 0,343 sampai 0,759. Pada skala intensitas penggunaan media sosial, jumlah butir yang gugur sebanyak 10 butir dan jumlah butir valid sebanyak 22 butir, dengan butir validitas 0,325 sampai 0,722.

1. Skala Kecenderungan *Body Shaming*

Tabel 3.1. Uji Validitas Skala Kecenderungan *Body Shaming*

No	Aspek	Butir		Butir Gugur	Butir Valid
		F	UF		
1.	Mengkritik diri sendiri	1, 4, 13, 16	7, 10, 19, 22	7, 10, 19, 22	1, 4, 13, 16
2.	Mengkritik orang lain di depan orangnya	2, 5, 14, 17	8, 11, 20, 23	8, 11, 20, 23	2, 5, 14, 17
3.	Mengkritik orang lain tanpa sepengetahuan mereka	3, 6, 15, 18	9, 12, 21, 24	3, 9, 12, 21, 24	6, 15, 18
Total		12	12	13	11

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Tabel 3.2. Uji Validitas Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

No	Aspek	Butir		Butir Gugur	Butir Valid
		F	UF		
1.	Perhatian	1, 5, 17, 21	9, 13, 25, 29	1, 13, 29	5, 9, 17, 21, 25
2.	Penghayatan	2, 6, 18, 22	10, 14, 26, 30	2, 6, 10, 18, 22, 30	14, 26
3.	Durasi	3, 7, 19, 23	11, 15, 27, 31		3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31
4.	Frekuensi	4, 8, 20, 24	12, 16, 28, 32	32	4, 8, 12, 16, 20, 24, 28
Total		16	16	10	22

Responden dalam penelitian ini adalah siswa aktif SMK X yang berusia 15 – 19 tahun. Dari hasil penelitian usia responden terbanyak ada pada usia 17 tahun yakni berjumlah 39 orang dengan persentase 45,34%, untuk responden usia 18-16 tahun berjumlah 22 orang dengan persentase 25,58%, dan responden pada usia 18-19 tahun berjumlah 25 orang dengan persentase 29,06%. Pada penelitian ini responden laki-laki termasuk responden terbanyak yakni berjumlah 66 orang dengan persentase sebanyak 76,74% dan perempuan hanya berjumlah 20 orang dengan persentase 23,25%. Media sosial yang paling banyak digunakan oleh responden dalam penelitian ini adalah instagram yakni sebanyak 77 orang dengan persentase 89,53%, *facebook* berjumlah 41 orang dengan persentase 46,67%, dan *tiktok* berjumlah 70 orang dengan persentase 81,39%

Uji deskriptif statistik data intensitas penggunaan media sosial dan kecenderungan *body shaming* pada remaja di SMK X dihitung sesuai dengan mean hipotetik maupun mean empirik skor skala.

Tabel 3.3. Deskripsi Data Penelitian

Variabel	\sum Butir	Nilai Hipotetik				Nilai Empirik			
		Max	Min	Mean	SD	Max	Min	Mean	SD
KBS	11	55	11	33	22	44	17	30,95	7,326
IPMS	22	110	22	66	14,67	88	36	65,22	10,821

Uji asumsi yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas terpenuhi dikarenakan kedua variabel dinyatakan berdistribusi normal ($p > 0,05$). Pada uji normalitas variabel kecenderungan *body shaming* memperoleh nilai sebesar $p = 0,384$. Sedangkan pada variabel intensitas penggunaan media sosial diperoleh nilai sebesar $p = 0,678$.

Tabel 3.4. Uji Kolmogorov- Smirnov

Variabel	K-S-Z	Sig.	Keterangan
Kecenderungan <i>Body Shaming</i>	0,906	0,384	$p > 0,05$ (Normal)
Intensitas Penggunaan Media Sosial	0,720	0,678	$p > 0,05$ (Normal)

Uji lineritas pada penelitian ini terpenuhi dikarenakan kedua variabel dinyatakan berdistribusi dengan nilai 0,313 ($p > 0,05$).

Tabel 3.5. Uji Linearitas

Variabel			P	Kaidah Linearitas	Keterangan
Intensitas Penggunaan Media Sosial*	Penggunaan	Media Body Shaming	0,313	$p > 0,05$	Linear

Hasil dari perhitungan uji hipotesis variabel intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan *body shaming* diperoleh nilai r (koefisien korelasi) antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan *body shaming* sebesar 0,446, r^2 0,198 dan nilai signifikan 0,000 ($p < 0,01$) yang artinya kedua variabel memiliki hubungan yang sangat signifikan sehingga hipotesis diterima, serta terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan *body shaming*.

Tabel 3.6. Koefisien Korelasi *Pearson Product Moment*

Variabel		R	R Square	Sig. F Change	Ket
Intensitas Penggunaan Media Sosial*	Penggunaan Media Body Shaming	0,446	0,198	0,000	Signifikan

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan *body shaming* pada remaja di SMK X. Hasil dari uji deskriptif statistik menggunakan nilai hipotetik pada variabel kecenderungan *body shaming* dapat diketahui bahwa rata-rata subjek dalam penelitian ini berada pada kategori sedang dengan tingkat persentase 84,9% dari keseluruhan sampel penelitian. Hasil uji deskriptif statistik menggunakan nilai hipotetik pada variabel intensitas penggunaan media sosial dapat diketahui bahwa rata-rata subjek dalam penelitian ini berada pada kategori sedang dengan tingkat persentase 53,5% dari keseluruhan sampel penelitian.

Hasil uji normalitas pada variabel kecenderungan *body shaming*, didapatkan hasil dengan nilai $p = 0,384$ ($p > 0,05$) maka data tersebut berdistribusi normal. Uji normalitas pada variabel intensitas penggunaan media sosial, didapatkan hasil dengan nilai $p = 0,678$ ($p > 0,05$) maka data tersebut berdistribusi normal. Uji linearitas penelitian ini didapatkan nilai $p = 0,313$ ($p > 0,05$), yang artinya kedua variabel yaitu intensitas penggunaan media sosial dan kecenderungan *body shaming* dinyatakan berdistribusi linear.

Berdasarkan hasil uji korelasi pada pengaruh perhatian terhadap kecenderungan *body shaming* diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,446 yang positif dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,01$) dan nilai R^2 sebesar 0,198 yang berarti memiliki pengaruh sebesar 19,8%. Berdasarkan hasil tersebut maka intensitas penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kecenderungan *body shaming*. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin tinggi kecenderungan *body shaming*. Sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan media sosial maka semakin rendah kecenderungan *body shaming*.

Media sosial menjadikan individu mendapatkan pengalaman melihat gambar atau unggahan lain mengenai gambaran kecantikan yang ideal (Islamiyah, 2020). Standar tentang penampilan, keindahan, dan mode yang merupakan gagasan palsu tidak hanya dipakai oleh seseorang untuk menunjukkan dirinya di depan publik, tetapi juga sebagai acuan bahkan panduan pandangannya untuk menilai penampilan, keindahan, dan mode orang lain. Standar tentang penampilan, atau apa yang bisa diterima sebagai penampilan, lalu dipakai untuk menyingkirkan gambaran-gambaran yang dilihat dan berubah menjadi tindakan. Tindakan ini lalu disebut sebagai tindakan *body shaming* (Islamiyah, 2020). Selaras dengan ungkapan dari

Ranny (2016), bahwa intensitas penggunaan, dan ketergantungan seseorang terhadap media sosial dapat menjadi faktor penyebab terjadinya perilaku *body shaming*.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Ramadhany dan Putri (2021) menunjukkan bahwa media memiliki peran sebesar 6,9% terhadap perilaku *body shaming*. Kemudian berdasarkan penelitian Islamiyah (2020), menunjukkan hasil bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara penggunaan media sosial (TikTok) terhadap *body shaming* pada anak-anak. Sebagian besar anak-anak sangat aktif dalam menggunakan TikTok, mulai dari membuka aplikasi, menonton video, hingga membuat video Tik Tok sendiri. Anak-anak yang sering melakukan *body shaming* cenderung merasa lebih rendah dari orang lain dalam hal penampilan. Mereka tidak segan-segan mengkritik atau mengejek orang lain karena pakaian atau penampilannya, bahkan membahasnya di belakang orang tersebut dengan teman-temannya.

Hasil dari uji korelasi atau uji hipotesis pada intensitas penggunaan media sosial yang berpengaruh terhadap kecenderungan *body shaming* memiliki sumbangan efektif sebesar 19,8%, sehingga terdapat faktor lain yang mempengaruhi kecenderungan *body shaming* sebesar 80,2%. Adapun faktor lain diluar intensitas penggunaan media sosial yang dapat berpengaruh terhadap *body shaming*, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Muslikah (2021), menemukan bahwa, konformitas berperan sebesar 6,2%. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Libing, Lerik, & Kiling (2021), menunjukkan bahwa *bullying* berperan sebesar 10,2% terhadap perilaku *body shaming*. Dan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhany dan Putri (2021), menunjukkan bahwa media berperan sebesar 6,9% terhadap perilaku *body shaming*.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel intensitas penggunaan media sosial mempengaruhi kecenderungan *body shaming*, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,446 dengan nilai sangat signifikan 0,000 ($p < 0,01$) dengan sumbangan efektif sebesar 19,8%. Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan *body shaming* di SMK X, sehingga hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Berdasarkan nilai koefisien korelasi yang bernilai positif dapat menunjukkan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan kecenderungan *body shaming* adalah positif. Hal ini berarti apabila intensitas penggunaan media sosial semakin tinggi, maka kecenderungan *body shaming* juga akan semakin tinggi. Sebaliknya, apabila intensitas penggunaan media sosial semakin rendah, maka kecenderungan *body shaming* juga akan semakin rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour*. McGraw-hill education (UK).
- Achmad D. (2021). Peningkatan Kesadaran Hukum Mahasiswa terhadap Kejahatan Body Shaming dan Cyber Bullying di Universitas Muhammadiyah Metro. *Jurnal Sumbangsih*, 2(1), 105-111.
- Atsila, R. I., Satriani, I., & Adinugraha, Y. (2021). Perilaku Body Shaming dan dampak psikologis pada Mahasiswa kota Bogor. *KOMUNIKATIF: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 10(1), 84-101.
- Damanik, M. J., Syafrudin Kalo, S. H., Ekaputra, M., SH, M., & Jelly Leviza, S. H. (2021). Problematika Body Shaming Pada Media Sosial Dikaitkan Dengan Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Sebagaiman Diubah Dengan Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016. *Jurnal Justiqqa*, 3(2), 64-76.
- Dolezal, L. (2015). *The body and shame: Phenomenology, feminism, and the socially shaped body*. Lexington Books.
- Fauzia, T. F., & Rahmiaji, L.R. (2019). Memahami Pengalaman Body Shaming Pada Remaja Perempuan. *Interaksi Online*, 7(3), 238-248.

- Geofani, D. (2019). Pengaruh cyberbullying body shaming pada media sosial instagram terhadap kepercayaan diri wanita karir di Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 6(2), 1-15.
- Hurlock, Elizabeth B. (2003). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Islamiyah, H. (2020). Pengaruh Intensitas Menggunakan Tik Tok terhadap Perilaku Body Shaming Anak. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11, 205.
- Khairun, A. A., Equatora, M. A., Zulyadi, T., & Saputra, H. (2023). Penyuluhan Body Shaming di SMA Negeri 1 Darul Imarah Aceh Besar. *Indonesian Journal of Community Services*, 2(1), 5-8.
- Libing, V., Lerik, M. D. C., & Kiling, I. Y. (2021). The Experience as a Victim of Bullying and Body Image Perception in Adolescents. *Journal of Health and Behavioral Science*, 3(1), 58-68.
- Ramadhany, H. N. S., & Putri, K. Y. S. (2021). The Effect of Body Shaming on Instagram on Student's Confidence. *HUMANISMA: Journal of Gender Studies*, 5(2), 184-192.
- Sakinah. (2018). Ini Bukan Lelucon "Body Shaming, Citra Tubuh, Dampak dan Cara Mengatasinya". *eJurnal Emik Vol. 1, No. 12018*, 60.
- Sartika, Nyimas.Y. (2019). Pengaruh Efikasi Diri, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sayekti, E. K. (2022). MITOS MALE BEAUTY STANDRAD DALAM IKLAN MS GLOW MEN VERSI BABE CABITA DAN MARSHEL WIDIANTO DI INSTAGRAM. *The Commercium*, 5(02), 78-84.
- Serni, S., Harmin, S., & Amin, H. (2020). Dampak body shaming siswa SMPN 17 Kendari terhadap perilaku komunikasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 5(2), 132-140.
- Supratiknya. (2014). *Pengantar Psikologis*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Udayana, J. P. (2015). Hubungan kebutuhan afiliasi dengan intensitas penggunaan jejaring sosial twitter pada remaja akhir. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 48-58.
- Widiastuti, N. L. R. (2016). Profil Citra Tubuh (*Body Image*) Pada Remaja dan Implikasinya Bagi Bimbingan Konseling: (*Studi Deskriptif terhadap Peserta Didik Kelas XI SMA Negeri 1 Sukaresmi Kabupaten Cianjur Tahun Ajaran 2015-2016*) (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Yuliana, Y., & Muslikah, M. (2021). Hubungan antara Empati dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perundungan Verbal Siswa. *ENLIGHTEN: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 4(1), 14-19.