
ARTIKEL PENELITIAN

Peran *Body Dissatisfaction* sebagai Mediator dalam Hubungan antara *Social Comparison* di Media Sosial dan Intensi Melakukan Bedah Kosmetik pada *Emerging Adulthood*

Angelika Riwanda Abileva*

Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

ABSTRAK

Fenomena bedah kosmetik semakin meningkat pada kelompok usia *emerging adulthood* (18–25 tahun). Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris peran *body dissatisfaction* sebagai mediator dalam hubungan antara *social comparison* di media sosial dan intensi melakukan bedah kosmetik pada individu usia *emerging adulthood*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain survei korelasional. Subjek penelitian berjumlah 119 individu berusia 18–25 tahun yang merupakan pengguna aktif media sosial. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan adalah Skala *Social Comparison*, *Body Shape Questionnaire* (BSQ-34), dan Skala Sikap Menerima Bedah Kosmetik (SSMBK). Analisis data dilakukan menggunakan analisis mediasi dengan metode *bootstrapping* melalui modul *medmod* pada perangkat lunak Jamovi versi 2.5.3. Hasil analisis menunjukkan hubungan positif yang sangat kuat antara *social comparison* dan *body dissatisfaction* ($r = 0,947$; $p < 0,001$), serta hubungan signifikan antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik ($r = 0,942$; $p < 0,001$). Selain itu, *body dissatisfaction* juga berhubungan signifikan dengan intensi melakukan bedah kosmetik ($r = 0,976$; $p < 0,001$). Analisis mediasi menunjukkan bahwa *body dissatisfaction* berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik ($\beta = 0,0989$; $p = 0,005$), sementara pengaruh langsung *social comparison* tetap signifikan ($\beta = 0,5020$; $p < 0,001$).

Kata kunci: *intensi melakukan bedah kosmetik, emerging adulthood, media sosial*

ABSTRACT

The phenomenon of cosmetic surgery is increasingly prevalent among the emerging adulthood age group (18–25 years). This study empirically examines the mediating role of body dissatisfaction in the relationship between social comparison on social media and the intention to undergo cosmetic surgery among emerging adults. A quantitative approach with a correlational survey design was employed. The study involved 119 participants aged 18–25 years who were active social media users, selected via purposive sampling. Instruments used were the Social Comparison Scale, the Body Shape Questionnaire (BSQ-34), and the Acceptance of Cosmetic Surgery Scale (SSMBK). Mediation analysis using bootstrapping via the medmod module in Jamovi 2.5.3 was applied. Results revealed a strong positive correlation between social comparison and body dissatisfaction ($r = 0.947$, $p < 0.001$), between social comparison and cosmetic surgery intention ($r = 0.942$, $p < 0.001$), and between body dissatisfaction and cosmetic surgery intention ($r = 0.976$, $p < 0.001$). Mediation analysis confirmed that body dissatisfaction significantly mediated the relationship ($\beta = 0.0989$, $p = 0.005$), while the direct effect of social comparison remained significant ($\beta = 0.5020$, $p < 0.001$), indicating partial mediation.

Keywords: *cosmetic surgery intention, emerging adulthood, social media*

PENDAHULUAN

Masa *emerging adulthood* merupakan tahap perkembangan yang berlangsung pada rentang usia 18–25 tahun, yang ditandai oleh eksplorasi identitas, ketidakstabilan, serta pencarian arah hidup sebelum memasuki fase dewasa penuh (Arnett, 2000; Arnett, 2014). Pada fase ini, individu mulai membangun konsep diri secara lebih kompleks, termasuk dalam hal penilaian terhadap tubuh dan penampilan fisik sebagai bagian dari identitas diri. Perubahan peran sosial, tuntutan lingkungan, serta meningkatnya kesadaran akan citra diri menjadikan individu pada tahap ini lebih sensitif terhadap evaluasi diri. Kondisi tersebut menjadikan *emerging adulthood* sebagai periode yang rentan terhadap berbagai dinamika psikologis yang berkaitan dengan pembentukan identitas dan persepsi diri.

Sejalan dengan dinamika tersebut, fenomena bedah kosmetik menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam dua dekade terakhir, khususnya pada kelompok usia dewasa muda. Laporan *International Society of Aesthetic Plastic Surgery* (ISAPS, 2022) menunjukkan bahwa jumlah prosedur bedah kosmetik terus meningkat secara global, dengan proporsi pengguna terbesar berasal dari kelompok usia muda. Peningkatan ini mencerminkan pergeseran makna bedah kosmetik, dari yang semula dipahami sebagai tindakan medis, menjadi sarana untuk mencapai standar penampilan tertentu yang dianggap ideal. Bedah kosmetik diketahui berdampak pada berbagai aspek kesehatan mental individu, termasuk *body image*, *self-esteem*, kecemasan, depresi, dan kualitas hidup psikologis (Osikowicz dkk., 2025). Pada individu dengan kerentanan psikologis tertentu, tindakan bedah kosmetik tidak selalu menghasilkan perbaikan kesejahteraan psikologis dan bahkan berpotensi memperburuk kondisi mental yang sudah ada (Osikowicz dkk., 2025).

Dalam konteks psikologis, intensi melakukan bedah kosmetik berkaitan erat dengan bagaimana individu mengevaluasi tubuh dan penampilannya. Menurut Ajzen (1991), intensi merepresentasikan faktor-faktor motivasional yang memengaruhi perilaku, yaitu sejauh mana individu memiliki kesiapan, keinginan, serta perencanaan untuk melakukan suatu tindakan. Henderson-King dan Brooks (2009) menambahkan bahwa kecenderungan individu terhadap bedah kosmetik dipengaruhi oleh motivasi personal serta tekanan sosiokultural, seperti standar kecantikan yang disampaikan melalui media dan lingkungan sosial. Dalam penelitian ini, intensi melakukan bedah kosmetik dipahami sebagai kecenderungan psikologis individu yang mencerminkan penerimaan, evaluasi, dan pertimbangan terhadap kemungkinan menjalani prosedur bedah kosmetik sebagai upaya mencapai penampilan yang dianggap ideal.

Ketika individu menilai tubuhnya secara negatif dan memersepsikan adanya kesenjangan antara kondisi aktual dan standar ideal, kondisi tersebut dapat memunculkan *body dissatisfaction*. Ogden (2007) mendefinisikan *body dissatisfaction* sebagai perbedaan antara persepsi individu mengenai tubuh yang dimiliki dengan tubuh ideal yang diinginkan. Cash dan Smolak (2011) lebih lanjut menjelaskan bahwa *body dissatisfaction* merujuk pada evaluasi negatif terhadap tubuh yang muncul akibat kesenjangan antara kondisi tubuh aktual dengan standar tubuh ideal yang diinternalisasi. *Body dissatisfaction* berperan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani evaluasi diri negatif dan kecenderungan individu untuk mempertimbangkan perubahan penampilan fisik, termasuk melalui prosedur bedah kosmetik (Sarwer, Cash, & Magee, 2019). Perlu ditegaskan bahwa intensi melakukan bedah kosmetik dalam penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai kesiapan kognitif dan afektif individu untuk mempertimbangkan prosedur bedah kosmetik sebagai opsi yang mungkin dilakukan di masa mendatang, bukan sebagai rencana perilaku yang bersifat langsung atau segera.

Dalam konteks sosial modern, dinamika *body dissatisfaction* pada dewasa muda tidak dapat dilepaskan dari peran media sosial. *Social comparison* pertama kali diperkenalkan oleh Festinger (1954) melalui *Social Comparison Theory*, yang menyatakan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapat dirinya dengan membandingkannya dengan orang lain, terutama ketika standar objektif tidak tersedia. Fardouly dan Vartanian (2015) menjelaskan bahwa media sosial, khususnya platform berbasis visual, mendorong proses *self-presentation* dan *curation of self*, di mana pengguna cenderung menampilkan representasi diri yang telah dipilih dan disesuaikan. Kondisi ini memfasilitasi terjadinya *social comparison* di media sosial, yaitu kecenderungan individu untuk mengevaluasi diri berdasarkan informasi dan representasi visual yang dikonsumsi melalui

platform digital (Vogel dkk., 2014). Paparan berulang terhadap konten visual yang menampilkan standar penampilan dan gaya hidup ideal meningkatkan kecenderungan individu melakukan *upward comparison*, khususnya terkait penampilan fisik. Studi eksperimental oleh Vogel dkk. (2014) menunjukkan bahwa *upward comparison* di media sosial berhubungan dengan penurunan harga diri dan evaluasi diri yang lebih negatif.

Penelitian menunjukkan bahwa individu yang aktif menggunakan media sosial cenderung mengalami peningkatan ketidakpuasan tubuh akibat paparan standar kecantikan yang ideal dan tidak realistis (Fardouly dkk., 2015; Holland & Tiggemann, 2016). Dalam konteks Indonesia, temuan Nisa dan Rifani (2022) menunjukkan bahwa *social comparison* di media sosial berhubungan signifikan dengan *body dissatisfaction* pada dewasa awal. Selain itu, Saputra dan Sosialita (2023) menemukan bahwa paparan visual di media sosial berkaitan dengan tingginya tingkat ketidakpuasan tubuh pada remaja dan dewasa muda perempuan. *Body dissatisfaction* yang muncul akibat proses *social comparison* tersebut selanjutnya dapat mendorong munculnya intensi melakukan bedah kosmetik. Individu yang merasa tidak puas terhadap tubuhnya cenderung mencari cara untuk mengurangi kesenjangan antara tubuh aktual dan tubuh ideal yang diinternalisasi, sehingga bedah kosmetik dipersepsikan sebagai salah satu alternatif yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut (Sarwer, Cash, dan Magee, 2019). Dengan demikian, *body dissatisfaction* menempati posisi penting sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *social comparison* di media sosial dan intensi melakukan bedah kosmetik.

Meskipun sejumlah penelitian telah mengkaji hubungan antara *social comparison* di media sosial, *body dissatisfaction*, dan sikap atau penerimaan terhadap bedah kosmetik, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada hubungan langsung antarvariabel. Penelitian yang secara khusus menguji *body dissatisfaction* sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *social comparison* di media sosial dan intensi melakukan bedah kosmetik masih sangat terbatas, khususnya pada kelompok usia *emerging adulthood* di Indonesia. Padahal, pemahaman mengenai mekanisme psikologis yang menjembatani pengaruh perbandingan sosial terhadap niat melakukan bedah kosmetik menjadi penting untuk menjelaskan secara lebih komprehensif dinamika pengambilan keputusan individu terkait perubahan penampilan pada dewasa muda. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji peran *body dissatisfaction* sebagai mediator dalam hubungan antara *social comparison* di media sosial dan intensi melakukan bedah kosmetik pada individu usia *emerging adulthood*.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan survei korelasional untuk pengumpulan data. Penulis mengumpulkan data menggunakan survei dengan cara menyebarkan kuesioner daring kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria partisipan penelitian. Desain korelasional dipilih karena fokus penelitian adalah mengetahui arah dan kekuatan hubungan antar variabel, sekaligus menguji peran mediasi *body dissatisfaction*. Kuesioner tersebut disebarkan melalui berbagai platform media sosial agar partisipan dapat mengisi secara mandiri atau dalam bentuk *self-report*. Di dalam kuesioner tersebut terdapat *informed consent*, informasi data demografis, serta instrumen penelitian.

Partisipan

Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria partisipan dalam penelitian ini meliputi: (1) berusia 18–25 tahun (kategori *emerging adulthood*); (2) pengguna aktif media sosial; (3) berdomisili di Indonesia. Penentuan jumlah sampel penelitian dilakukan menggunakan bantuan software G*Power pada analisis regresi linear berganda (*fixed model, R² increase*) dengan *effect size* f^2 0,15; α *error probability* 0,05; *power* ($1-\beta$ *error probability*) 0,80; dan jumlah prediktor 2, sehingga diperoleh kebutuhan minimal sampel sebanyak 77 partisipan. Proses pengambilan data menghasilkan 145 subjek yang sesuai dengan kriteria inklusi. Setelah dilakukan penghapusan *outlier*, jumlah data yang dianalisis menjadi 119 responden. Responden didominasi oleh perempuan sebanyak 140 orang (96,55%) dan laki-laki sebanyak 5 orang (3,45%).

Pada kategori usia, mayoritas responden berusia 21 tahun sebanyak 36 orang (24,83%) dan kelompok usia 25 tahun memiliki jumlah paling sedikit dengan 6 orang (4,14%).

Pengukuran

Penelitian ini mengukur variabel intensi melakukan bedah kosmetik menggunakan Skala Sikap Menerima Bedah Kosmetik (SSMBK) yang merupakan adaptasi dari *Acceptance of Cosmetic Surgery Scale* (ACSS) yang dikembangkan oleh Henderson-King dan Henderson-King (2005) dan telah diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia oleh Alfiana (2016). Instrumen terdiri dari 6 item yang merepresentasikan dimensi *consideration* dengan skala Likert 6 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 6 = Sangat Setuju). Seluruh item bersifat *favourable*. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,918 dengan koefisien validitas item antara 0,485 hingga 0,877 (Alfiana, 2016).

Untuk mengukur variabel *body dissatisfaction*, penulis menggunakan alat ukur *Body Shape Questionnaire* (BSQ-34) yang dikembangkan oleh Cooper dkk. (1987), versi bahasa Indonesia yang telah diadaptasi dan diuji validitas serta reliabilitasnya oleh Sitepu (2020). BSQ-34 terdiri dari 34 item pernyataan yang menggambarkan berbagai pengalaman ketidakpuasan terhadap tubuh dengan skala Likert enam poin (1 = Tidak Pernah hingga 6 = Selalu). Hasil uji validitas menunjukkan korelasi Pearson sebesar $r = 0,69$ ($p < 0,001$) dengan instrumen kriteria EAT-26, dan nilai *Cronbach alpha* sebesar $\alpha = 0,937$ (Sitepu, 2020).

Untuk mengukur variabel *social comparison* di media sosial, penulis menggunakan Skala *Social Comparison* yang diadaptasi dari instrumen yang dikembangkan oleh Setiawati (2020) dengan mengacu pada *Social Comparison Theory* oleh Festinger (1954). Skala ini terdiri dari 13 item yang merepresentasikan dua arah utama *social comparison*, yaitu *upward comparison* (6 item) dan *downward comparison* (7 item), dengan skala Likert empat poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 4 = Sangat Setuju). Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach alpha* sebesar $\alpha = 0,840$ (Sari, 2023).

Analisis Data

Untuk mengidentifikasi hubungan antara ketiga variabel dalam penelitian ini, peneliti menjalankan analisis statistik mediasi karena terdapat dugaan adanya *indirect effect* dalam hubungan antar variabel. Metode yang digunakan adalah *statistical bootstrapping* dan *path analysis* (Hayes & Scharkow, 2013). Sebelum melakukan uji hipotesis, penulis melakukan analisis statistik deskriptif dan uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, uji homoskedastisitas, dan uji multikolinieritas. Analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak Jamovi versi 2.5.3 melalui modul *medmod*.

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan analisis deskriptif pada 119 responden (setelah penghapusan *outlier*), variabel Intensi Melakukan Bedah Kosmetik memiliki nilai rata-rata sebesar 21,6 dengan nilai median 24, standar deviasi 6,00, nilai minimum 6, dan maksimum 30. Variabel *Body Dissatisfaction* memiliki nilai rata-rata 146, median sebesar 170, standar deviasi 44,1, nilai minimum 36, dan maksimum 202. Pada variabel *Social Comparison*, nilai rata-rata sebesar 40, median 45, standar deviasi sebesar 9,90, nilai minimum 13, dan maksimum 48.

Berdasarkan hasil klasifikasi skor pada variabel Intensi Melakukan Bedah Kosmetik, mayoritas responden sebanyak 113 responden (77,9%) berada pada kategori sedang, 29 responden (20%) pada kategori rendah, dan 3 responden (2,1%) termasuk kategori tinggi. Hasil klasifikasi skor pada variabel *Body Dissatisfaction* menunjukkan sebanyak 30 responden (20,7%) termasuk ke dalam kategori rendah, 112 responden (77,2%) pada kategori sedang, dan 3 responden (2,1%) tergolong kategori tinggi. Pada variabel *Social Comparison*, mayoritas responden sebanyak 115 responden (79,3%) berada pada kategori sedang, 30 responden (20,7%) pada kategori rendah, dan tidak ada responden yang berada pada kategori tinggi (0%). Dengan kata lain, mayoritas responden memiliki kecenderungan yang cukup moderat pada ketiga variabel penelitian ini.

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data penelitian memenuhi asumsi distribusi normal. Hasil uji normalitas pada data akhir menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,082 ($p > 0,05$), yang berarti bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas. Grafik Q-Q *Plot* juga menunjukkan bahwa titik-

titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, yang mendukung bahwa data penelitian berdistribusi secara normal. Uji homoskedastisitas melalui *scatterplot* menunjukkan titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah serta tidak membentuk pola tertentu, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel *body dissatisfaction* dan variabel *social comparison* masing-masing memiliki nilai VIF sebesar 9,75 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,103. Berdasarkan hasil tersebut, nilai VIF kedua variabel masih berada di bawah 10 dan nilai toleransi berada sedikit di atas 0,10, sehingga tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model regresi.

Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara *social comparison* dan *body dissatisfaction* pada mahasiswa ($p < 0,001$; Pearson's $r = 0,947$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *social comparison*, maka semakin tinggi pula *body dissatisfaction*. Selanjutnya, *body dissatisfaction* juga memiliki hubungan positif yang sangat kuat dengan intensi melakukan bedah kosmetik ($p < 0,001$; Pearson's $r = 0,942$). Artinya, semakin tinggi tingkat *body dissatisfaction*, semakin tinggi pula intensi individu untuk melakukan bedah kosmetik. Selain itu, terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik ($p < 0,001$; Pearson's $r = 0,976$). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan *social comparison* diikuti oleh peningkatan intensi melakukan bedah kosmetik.

Hasil analisis uji mediasi menunjukkan bahwa nilai signifikansi *indirect effect* sebesar $0,005 < 0,05$ sehingga hubungan antara *social comparison* terhadap intensi melakukan bedah kosmetik melalui *body dissatisfaction* signifikan ($\beta = 0.0989$, $SE = 0.0356$, $Z = 2.78$, $p = 0.005$). Hal ini berarti bahwa *body dissatisfaction* mampu memediasi hubungan antara *social comparison* terhadap intensi melakukan bedah kosmetik. Selain itu, nilai signifikansi *direct effect* menunjukkan sebesar $< 0,001$, yang berarti terdapat hubungan secara langsung antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik dengan kontribusi ($\beta = 0.5020$, $SE = 0.0374$, $Z = 13.41$, $p < 0.001$). Persentase kontribusi efek tidak langsung sebesar 16,5%, sedangkan efek langsung sebesar 83,5%, yang menunjukkan bahwa pengaruh *social comparison* terhadap intensi melakukan bedah kosmetik lebih dominan melalui jalur langsung dibandingkan melalui *body dissatisfaction*. Nilai *total effect* menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$ ($\beta = 0.6009$, $SE = 0.0124$, $Z = 48.54$), yang berarti bahwa *social comparison* secara keseluruhan memiliki pengaruh positif terhadap intensi melakukan bedah kosmetik.

Lebih lanjut, berdasarkan *path analysis* menunjukkan bahwa jalur $SC \rightarrow BD$ memiliki pengaruh yang signifikan ($\beta = 4.2751$, $SE = 0.1325$, $Z = 32.26$, $p < 0.001$), yang berarti *social comparison* berpengaruh positif terhadap *body dissatisfaction*. Jalur $BD \rightarrow IMK$ juga menunjukkan signifikan sebesar $0,005 < 0,05$ ($\beta = 0.0231$, $SE = 0.0083$, $Z = 2.79$), sehingga *body dissatisfaction* berpengaruh positif terhadap intensi melakukan bedah kosmetik. Selain itu, jalur langsung $SC \rightarrow IMK$ juga memiliki pengaruh yang signifikan ($\beta = 0.5020$, $SE = 0.0374$, $Z = 13.41$, $p < 0.001$), yang menunjukkan bahwa *social comparison* secara langsung berpengaruh positif terhadap intensi melakukan bedah kosmetik. Dengan demikian, efek langsung maupun efek tidak langsung menunjukkan signifikansi secara statistik sehingga dapat disimpulkan bahwa mekanisme mediasi yang terjadi dalam model penelitian ini bersifat mediasi parsial.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran *body dissatisfaction* sebagai mediator dalam hubungan antara *social comparison* di media sosial dan intensi melakukan bedah kosmetik pada *emerging adulthood*. Berdasarkan analisis deskriptif, mayoritas responden berada pada kategori sedang baik pada variabel *social comparison*, *body dissatisfaction*, maupun intensi melakukan bedah kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan yang cukup moderat dalam melakukan perbandingan sosial di media sosial, merasakan ketidakpuasan terhadap tubuh, serta memiliki intensi terhadap prosedur bedah kosmetik.

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat kuat antara *social comparison* dan *body dissatisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan individu melakukan perbandingan sosial di media sosial, semakin tinggi pula tingkat ketidakpuasan individu terhadap tubuhnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fardouly dan Vartanian (2016) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan kecenderungan individu

melakukan *upward social comparison*, yaitu membandingkan diri dengan individu yang dianggap memiliki penampilan lebih ideal. Proses perbandingan tersebut dapat memicu evaluasi diri yang negatif terhadap tubuh sehingga meningkatkan *body dissatisfaction*.

Selain itu, penelitian ini juga menemukan hubungan positif antara *body dissatisfaction* dan intensi melakukan bedah kosmetik. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat ketidakpuasan terhadap tubuh yang lebih tinggi cenderung memiliki keinginan lebih besar untuk melakukan perubahan pada penampilan fisiknya melalui prosedur bedah kosmetik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sarwer dkk. (2019) yang menyatakan bahwa *body dissatisfaction* merupakan salah satu faktor psikologis utama yang mendorong individu mempertimbangkan prosedur kosmetik. Individu yang merasa tidak puas terhadap tubuhnya cenderung mencari berbagai cara untuk mencapai standar kecantikan yang dianggap ideal. Penelitian ini juga menemukan adanya hubungan positif yang sangat kuat antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik, yang menunjukkan bahwa semakin sering individu melakukan perbandingan sosial di media sosial, semakin tinggi pula intensi individu untuk melakukan bedah kosmetik.

Hasil analisis mediasi menunjukkan bahwa *indirect effect* antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik melalui *body dissatisfaction* signifikan, yang menunjukkan bahwa *body dissatisfaction* berperan dalam menjelaskan mekanisme hubungan antara kedua variabel tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa kecenderungan individu melakukan *social comparison* di media sosial dapat meningkatkan *body dissatisfaction*, yang pada akhirnya berkontribusi pada meningkatnya intensi individu untuk melakukan bedah kosmetik. Dengan kata lain, sebagian pengaruh *social comparison* terhadap intensi melakukan bedah kosmetik terjadi melalui meningkatnya ketidakpuasan individu terhadap tubuhnya. Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *direct effect* antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik tetap signifikan, sehingga mekanisme mediasi yang terjadi dalam penelitian ini dapat dikategorikan sebagai *partial mediation*.

Menurut Hayes (2018), mediasi parsial terjadi ketika variabel mediator mampu menjelaskan sebagian hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, namun pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen tetap signifikan setelah mediator dimasukkan dalam model analisis. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kemungkinan faktor psikologis lain yang juga berperan dalam menjelaskan hubungan antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik, seperti standar kecantikan sosial, tekanan sosial, maupun persepsi terhadap ideal *body image*. Secara konseptual, kondisi ini mengindikasikan bahwa pengaruh *social comparison* terhadap intensi tidak sepenuhnya dijelaskan oleh *body dissatisfaction*, melainkan masih terdapat jalur langsung yang memengaruhi pembentukan intensi tersebut. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa proses psikologis individu dalam merespons paparan sosial di media tidak hanya bekerja melalui satu mekanisme tunggal, tetapi melibatkan berbagai faktor yang saling berinteraksi (Baron & Kenny, 1986; Hayes, 2018).

Terjadinya *partial mediation* dapat disebabkan oleh adanya variabel lain yang turut berperan dalam menjelaskan hubungan antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor seperti *self-esteem*, internalisasi standar kecantikan, tekanan sosial, serta kebutuhan akan penerimaan sosial dapat secara langsung memengaruhi intensi tanpa melalui *body dissatisfaction* (Swami, 2010; Markey & Markey, 2010). Selain itu, dalam konteks media sosial, individu dapat mengembangkan keinginan untuk melakukan prosedur estetika tidak hanya karena ketidakpuasan terhadap tubuh, tetapi juga karena dorongan untuk meningkatkan citra diri atau mengikuti tren yang berkembang. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *social comparison* di media sosial memiliki peran penting dalam membentuk evaluasi individu terhadap tubuhnya, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan individu terkait perubahan penampilan fisik melalui prosedur kosmetik.

Pelaksanaan penelitian ini tidak terlepas dari beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah responden berdasarkan gender belum seimbang, di mana partisipasi responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki, sehingga dapat memengaruhi representativitas hasil penelitian, khususnya dalam menggambarkan kondisi pada laki-laki. Kedua, penelitian ini hanya mempertimbangkan *body dissatisfaction* sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik. Padahal, hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme mediasi yang

terjadi bersifat parsial, sehingga terdapat kemungkinan faktor lain yang juga berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel mediator lain yang relevan agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme psikologis yang mendasari intensi melakukan bedah kosmetik.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, seluruh hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan terdukung. *Social comparison* di media sosial terbukti berhubungan positif dengan *body dissatisfaction* dan intensi melakukan bedah kosmetik pada individu usia *emerging adulthood*. Selain itu, *body dissatisfaction* juga berhubungan positif dengan intensi melakukan bedah kosmetik. Lebih lanjut, *body dissatisfaction* terbukti berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara *social comparison* dan intensi melakukan bedah kosmetik, yang menunjukkan bahwa pengaruh *social comparison* terhadap intensi tidak sepenuhnya melalui *body dissatisfaction*, tetapi juga melibatkan faktor lain di luar model penelitian. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi hubungan antara *body dissatisfaction* dan intensi melakukan bedah kosmetik, seperti *self-esteem*, *body image internalization*, atau tekanan sosial dari lingkungan, serta menggunakan jumlah sampel yang lebih beragam, khususnya dengan menyeimbangkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, dosen pembimbing, keluarga, teman-teman, para partisipan penelitian, dan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan artikel ilmiah ini.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Angelika Riwanda Abileva tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi mana pun yang mungkin akan mengambil keuntungan dari diterbitkannya naskah ini.

PUSTAKA ACUAN

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Arnett, J. J. (2014). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed.). Guilford Press.
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, C. G. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485–494.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1. *Behavior Research Methods*, 41, 1149–1160.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Social media and body image concerns. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

-
- Henderson-King, D., & Henderson-King, E. (2005). Acceptance of cosmetic surgery scale: Development and validation. *Body Image*, 2(2), 137–149.
- Henderson-King, D., & Brooks, K. D. (2009). Materialism, sociocultural appearance messages, and cosmetic surgery attitudes. *Journal of Applied Social Psychology*.
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.12.004>
- Ogden, J. (2007). *Health psychology: A textbook* (4th ed.). McGraw-Hill.
- Sarwer, D. B., Cash, T. F., & Magee, L. (2019). Cosmetic surgery and body image. *Clinical Psychology Review*.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222.