

# HUBUNGAN ANTARA *BODY IMAGE* DENGAN *IMAGINARY AUDIENCE* PADA REMAJA PEREMPUAN DI KOTA MAKASSAR

**Nurul Maulida Arsi**  
Universitas Negeri Makassar

**Ahmad Ridfah**  
Universitas Negeri Makassar

**Novi Yanti Pratiwi**  
Universitas Negeri Makassar

Journal of Correctional Issues  
2025, Vol. 8 (1)  
Politeknik Ilmu  
Pemasaryakatan

Review  
05-06-2025

Accepted  
23-06-2025

## **Abstract**

*Adolescent girls undergo a developmental stage marked by significant physical and social changes that influence how they perceive themselves, particularly in relation to body image. During this period, they often feel as though they are constantly being observed and judged by others, a psychological phenomenon known as the imaginary audience. These perceptions can shape either a positive or negative body image. This study aimed to examine the relationship between body image and the imaginary audience among adolescent girls in Makassar City. This study aims to determine the relationship between body image and imaginary audience in adolescent girls in Makassar City. The subjects in this study were adolescent girls in Makassar City aged 15 to 17 years. The sample technique used was quota sampling. Body Image was measured using the Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scales (MBSRQ-AS), imaginary audience was measured using the New Imaginary Audience Scale (NIAS). Hypothesis testing using Spearman Rank correlation analysis. The results of the analysis obtained are  $p = 0.000 < 0.005$  or there is a very significant relationship between body image and imaginary audience in adolescent girls in Makassar City. The correlation coefficient of body image variable with imaginary audience is 0.476 or classified as moderate. These findings suggest that the more positive the body image, the greater the tendency to experience an imaginary audience. The implications highlight the importance to helping adolescent girls develop a positive body image so they can become more confident and less concerned about how others judge them.*

**Keywords** : *Body Image, Imaginary Audience, Adolescent Girls*

## **Abstrak**

*Remaja perempuan berada pada fase perkembangan yang ditandai oleh perubahan fisik dan sosial yang signifikan, yang memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri, terutama terkait dengan citra tubuh. Pada masa ini, remaja kerap merasa bahwa dirinya menjadi pusat perhatian, sebuah kondisi psikologis yang dikenal sebagai imaginary audience. Persepsi terhadap penilaian orang lain dapat membentuk body image yang positif maupun negatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara body image dengan imaginary audience pada remaja perempuan di Kota Makassar. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja perempuan di Kota Makassar yang berusia 15 hingga 17 tahun. Teknik sampel yang digunakan adalah quota sampling. Body Image diukur menggunakan skala Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scales (MBSRQ-AS), imaginary audience diukur menggunakan New Imaginary Audience Scale (NIAS). Uji hipotesis menggunakan analisis*

korelasi Rank Spearman. Hasil analisis yang diperoleh adalah  $p = 0,000 < 0,005$  atau terdapat hubungan yang sangat signifikan antara *body image* dengan *imaginary audience* pada remaja perempuan di Kota Makassar. Koefisien korelasi variabel *body image* dengan *imaginary audience* sebesar 0,476 atau tergolong sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin positif citra tubuh seorang remaja perempuan, maka semakin besar kecenderungan mengalami *imaginary audience*. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya membantu remaja perempuan membangun citra diri yang positif agar mereka lebih percaya diri dan tidak terlalu khawatir terhadap penilaian orang lain.

**Kata kunci :** *Body Image, Imaginary Audience, Remaja Perempuan.*

## Pendahuluan

Individu khususnya pada kalangan remaja pada era yang serba modern ini sangat menilai penting suatu penampilan. *World Health Organization* (2024) mengatakan bahwa tahap perkembangan pada masa peralihan dari kanak-kanak menuju dewasa pada remaja ditandai dengan adanya perubahan dari segi fisik, fisiologis dan sosial secara signifikan. Remaja mengalami pertumbuhan fisik yang akan berlangsung dengan cepat, sehingga mereka sangat memperhatikan perubahan-perubahan apa saja yang terjadi pada tubuhnya. Perubahan fisik yang terjadi ini akan mempengaruhi penampilannya, seperti berat badan dan tinggi badan yang meningkat. Bagi remaja, masalah penampilan menjadi hal yang penting dalam membentuk *body image* mereka (Santrock, 2011).

Baik pada remaja perempuan maupun laki-laki yang berusia 13 hingga 18 tahun menaruh perhatian pada gambaran tubuhnya (Santrock, 2002). Ditemukan bahwa sebanyak 45% anak-anak dan remaja mengalami kekhawatiran terkait *body image*. Prevalensi *body image* negatif pada anak-anak dan remaja di negara maju yang ditinjau dalam *survey cross-sectional* dari beberapa negara, seperti Amerika Serikat, Kanada, Eropa, Pakistan, Korea, dan China sangat beragam, yaitu antara 35% dan 81% pada anak perempuan dan 16% hingga 55% pada anak laki-laki (Hosseini & Padhy, 2022).

Pembentukan *body image* dipengaruhi oleh jenis kelamin, karena baik laki-laki maupun perempuan melihat tubuhnya dengan cara yang berbeda. Perempuan cenderung lebih kritis terhadap penampilannya dibandingkan dengan laki-laki (Lupitasari, 2019). Rief, dkk. (2006) melakukan penelitian di Jerman menemukan bahwa persepsi *body image* antara remaja laki-laki dan perempuan memiliki hasil yang berbeda. Hasil yang didapatkan yaitu sebanyak 41% perempuan disibukkan dengan memikirkan penampilan dan untuk laki-laki hanya sekitar 21% yang memikirkan mengenai penampilannya. Dapat dilihat bahwa perempuan lebih memikirkan *body image* yang dimiliki.

Individu dengan penampilan yang menarik akan merasakan kepuasan pribadi. Kepuasan pribadi pada *body image* sangat berkaitan dengan cara individu memandang dirinya. *Body image* menggambarkan sikap seseorang terhadap penampilan fisiknya, baik itu dalam bentuk yang positif maupun negatif. Hal tersebut berkaitan dengan 5 aspek dari *Multidimensional Body Self Relation Questionnaire-Appearance Scale* (MBSRQ-AS), yang mencakup *appearance evaluation* (menilai presentasi fisik secara keseluruhan dalam hal daya tarik), *appearance orientation* (individu sering kali fokus pada penampilan, yang menunjukkan kecenderungan untuk meningkatkan dan memperbaiki penampilan mereka), *body area*

*satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh yang mengacu pada pengukuran tingkat kepuasan individu mengenai setiap bagian-bagian tubuhnya secara spesifik), *overweight preoccupation* (menilai kekhawatiran dan keprihatinan mengenai obesitas, pandangan pribadi tentang fluktuasi berat badan, kecenderungan untuk berdiet, dan pola makan yang dibatasi), dan *self-classified weight* (menilai cara individu memandang berat badan mereka dengan mengklasifikasikan ukuran tubuh) (Cash & Pruzinsky, 2002). Dalam penelitian sebelumnya, ditemukan sekitar 82% siswa SMA mengalami ketidakpuasan terhadap tubuh yang dimilikinya. Ketidakpuasan tersebut membuat mereka akan melakukan berbagai macam cara untuk memperbaiki penampilannya, seperti melakukan diet, perawatan di klinik kecantikan, serta selalu memeriksa penampilannya.

Remaja sangat menyadari tanggapan yang ditimbulkan oleh penampilan atau perilaku mereka dari orang-orang di sekitar mereka. Ini menunjukkan bahwa egosentrisme yang ditunjukkan oleh remaja biasanya berada pada fase awal perkembangan (Santrock, 2001). Pada remaja perempuan, kondisi ini sering kali menyebabkan penurunan kepercayaan diri dalam interaksi sosial, terutama terkait dengan *body image* yang dianggap cacat. Mereka khawatir bahwa orang-orang di sekitar mereka akan mengamati penampilan mereka dan memberikan komentar yang tidak menguntungkan (Mukhlis, 2013).

Remaja sering menilai respons orang lain terhadap penampilan atau tindakan mereka sebagai sebuah fenomena yang disebut *imaginary audience*. Elkind (1967) mengungkapkan bahwa remaja menunjukkan kesadaran terhadap *imaginary audience* melalui

cara interaksi dengan teman sebaya, yang bertujuan untuk mengungkapkan atau menyembunyikan informasi pribadi. Dalam beberapa penelitian, ditemukan bahwa *imaginary audience* cenderung lebih tinggi terjadi pada remaja perempuan karena remaja perempuan lebih memperhatikan penampilan mereka (Elkind & Bowen, 1979; Goossens, 1984; Ryan, Kuczkowski, 1994; & Galanaki, 2012).

Lapsley (1993) yang menyatakan bahwa kemunculan *imaginary audience* ditandai dengan mulai meningkatnya perhatian remaja terhadap bagaimana orang lain menilai penampilan dan perilaku mereka. Terdapat beberapa aspek utama dari *imaginary audience* yang mencerminkan bagaimana remaja merasa bahwa mereka selalu diperhatikan dan dinilai oleh orang lain, yaitu *object relational ideation* (pemikiran remaja tentang bagaimana orang lain melihat mereka, termasuk anggapan bahwa tindakan dan penampilan mereka menjadi fokus perhatian orang lain), fantasi interpersonal (imajinasi remaja tentang interaksi sosial dan fantasi tentang hubungan dengan orang lain dalam situasi di mana mereka sering merasa diperhatikan atau dinilai), dan *self-consciousness* (peningkatan kesadaran diri di mana remaja merasa cemas atau tidak nyaman karena mereka percaya bahwa orang lain mengawasi mereka setiap saat. Hal ini dapat menyebabkan perilaku yang lebih berhati-hati dalam situasi sosial).

Dalam budaya Indonesia, standar kecantikan sering kali menjadi tekanan sosial bagi remaja perempuan. Remaja perempuan cenderung akan membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain. Kemudian, *imaginary audience* akan memperbesar rasa tidak

nyaman terhadap tubuh, karena remaja merasa selalu diawasi dan dinilai, sehingga memperkuat ketidakpuasan terhadap citra tubuhnya (Handayani, 2018).

Hasil penelitian pada studi pendahuluan yang dilakukan pada 05 Januari 2024, dengan mewawancarai 15 subjek. Ditemukan bahwa remaja perempuan menggunakan skincare dan makeup untuk menutupi kekurangan pada wajahnya agar tidak dibicarakan oleh orang lain, membeli banyak produk meskipun belum habis, merasa khawatir tentang penampilan dan pakaian yang dikenakannya, rela menghabiskan tabungan untuk membeli berbagai produk *skincare*, *makeup* dan pakaian, karena khawatir penampilannya tidak sesuai dengan standar sosial yang ada. Sebagian besar subjek juga merasa bahwa mereka sering diejek atau dikritik terkait penampilannya. Pengalaman tersebut mendorong mereka untuk melakukan diet, perawatan wajah, serta membeli banyak produk kecantikan dan pakaian untuk meningkatkan penampilan. Mereka merasa perlu memenuhi standar kecantikan yang ada agar tidak memberikan kesan negatif tentang diri mereka, terutama saat menghadapi masa pubertas dengan perubahan tubuh dan wajah. Namun, ada juga sebagian subjek yang memilih untuk mengabaikan perhatian orang lain terhadap penampilannya. Dari temuan ini, masalah utama yang dihadapi oleh remaja terkait *body image* meliputi rasa percaya diri yang rendah, harga diri yang terganggu, konformitas terhadap standar sosial, rasa iri terhadap penampilan orang lain, dan fenomena *imaginary audience*, yaitu perasaan bahwa orang lain terus-menerus memperhatikan penampilan mereka.

Remaja yang sudah mampu berpikir secara abstrak dan mengembangkan skenario imajinatif akan membentuk *imaginary audience*. Sebagian kecil remaja merasa puas dengan bentuk tubuhnya. *Body image* mencakup persepsi individu terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, serta penilaian orang lain dan dirinya sendiri terhadap persepsi tersebut. Hal ini kemudian membentuk penilaian mereka terhadap bagaimana mereka merasakan dan memikirkan mengenai ukuran dan bentuk tubuhnya (Castle, Rossell, & Kyrios, 2006).

Ketidakpuasan individu terhadap bentuk tubuh mereka sering kali berasal dari pengaruh eksternal dan penggambaran ideal dalam media massa, yang sebagian besar menekankan fisik yang kurus dan ramping (Hurlock, 1980). Ketika *imaginary audience* terlalu kuat pada remaja, terutama remaja perempuan yang sudah rentan terhadap gangguan *body image*, perasaan terobsesi dengan penampilan fisik dapat menyebabkan stres, kecemasan, dan bahkan gangguan makan (Prakash, 2015).

Peneliti sangat ingin mengeksplorasi dan memahami hubungan antara *body image* dengan konsep *imaginary audience*, seperti yang diungkapkan oleh fenomena yang dibahas. Selain itu, alasan lain peneliti ingin melakukan penelitian pada kedua variable tersebut adalah karena masih sangat sedikit penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai hubungan antara *body image* dengan *imaginary audience* terhadap remaja perempuan khususnya di Kota Makassar.

### Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara *body image* dengan *imaginary*

*audience* pada remaja perempuan di Kota Makassar, sehingga desain penelitian yang digunakan adalah korelasional untuk melihat hubungan antar variabel. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu *body image*, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu *imaginary audience*.

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja perempuan di Kota Makassar. Karakteristik subjek dalam penelitian ini adalah (1) Remaja Perempuan, (2) Berusia 15-17 tahun, (3) Berdomisili di Kota Makassar.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu teknik *quota sampling*. Jumlah responden dalam *quota sampling* ditentukan berdasarkan kuota yang telah ditetapkan untuk setiap strata, dengan beberapa ketentuan yang harus dipenuhi untuk memenuhi kuota tersebut (Azwar, 2017). Dengan merujuk pada populasi remaja perempuan di Kota Makassar dengan menetapkan tingkat kesalahan sebanyak 5% atau 0,05. Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan 400 responden melalui pengambilan data secara daring (*Online*).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dikumpulkan menggunakan skala psikologi. Penelitian ini menggunakan model skala *Likert*. Skala *body image* yang digunakan adalah *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire-Appearance Scales (MBSRQ-AS)* berdasarkan aspek-aspek *body image* yang telah dikemukakan oleh Cash & Pruzinsky (2002). Skala *imaginary audience* yang digunakan adalah *New Imaginary Audience Scale (NIAS)* berdasarkan aspek-aspek *imaginary audience* yang telah dikembangkan oleh Lapsley & Rice (1989).

Hasil uji pada skala *body image* yang diukur dengan melakukan uji validitas isi menggunakan rumus *Aiken's*

*V* yang menunjukkan bahwa semua aitem dinyatakan valid, dimana nilai koefisien *Aiken's V* bergerak dari 0,80 hingga 0,90. Uji daya diskriminasi aitem dari skala *body image* yang berjumlah 50 aitem, terdapat 32 aitem yang gugur dan 18 aitem yang valid dengan koefisien korelasi aitem total berkisar antara 0,080 hingga 0,613. Adapun nilai dari validitas faktorial skala *body image* bergerak dari 0,372 hingga 0,733 dan nilai reliabilitas skala *body image* yaitu 0,891.

Hasil uji pada skala *imaginary audience* yang diukur dengan melakukan uji validitas isi menggunakan rumus *Aiken's V* yang menunjukkan bahwa semua aitem dinyatakan valid, dimana nilai koefisien *Aiken's V* bergerak dari 0,80 hingga 0,90. Uji daya diskriminasi aitem dari skala *imaginary audience* yang berjumlah 30 aitem yang diujikan terdapat 8 item yang gugur dengan koefisien korelasi aitem total berkisar antara -0,315 hingga 0,644. Adapun nilai dari validitas faktorial skala *imaginary audience* bergerak dari 0,460 hingga 0,683 dan nilai reliabilitas skala *imaginary audience* yaitu 0,925.

Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan uji hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik *Rank Spearman*.

### Hasil

Subjek dalam penelitian ini sebanyak 400 subjek dengan kriteria remaja perempuan yang berdomisili di Kota Makassar dan berusia 15 hingga 17 tahun. Adapun gambaran mengenai karakteristik subjek dalam penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** Deskripsi Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
15 tahun	133	33%
16 tahun	169	42,30%

17 tahun	98	24,50%
<b>Total</b>	<b>400</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan pada hasil tabel di atas menunjukkan bahwa usia responden penelitian adalah 15 hingga 17 tahun. Mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 16 tahun dengan total sebanyak 169 responden.

**Tabel 2. Kategorisasi Body Image**

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Sangat Rendah	< 30	0	0,00%
Rendah	30 - 41	52	13,00%
Sedang	42 - 65	109	27,25%
Tinggi	66 - 78	44	11,00%
Sangat Tinggi	78 <	195	48,75%
<b>Total</b>		<b>400</b>	<b>100%</b>

Data pada tabel di atas menunjukkan hasil bahwa responden dalam penelitian ini memiliki tingkat kecenderungan *body image* yang sangat tinggi dengan pesentase 48,75% atau sebanyak 195 responden.

**Tabel 3. Kategorisasi Imaginary Audience**

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Persen
Sangat Rendah	< 37	0	0,00%
Rendah	37 - 50	2	0,50%
Sedang	51 - 80	194	48,50%
Tinggi	81 - 95	76	19,00%
Sangat Tinggi	95 <	128	32,00%
<b>Total</b>		<b>400</b>	<b>100%</b>

Data pada tabel di atas menunjukkan hasil bahwa responden dalam penelitian ini memiliki tingkat kecenderungan *imaginary audience* yang sedang dengan pesentase 48,50% atau sebanyak 194 responden.

**Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis**

Variabel	r	p	Keterangan
<i>Body Image</i> dan	0,476	0,000	Sangat signifikan

### *Imaginary Audience*

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai  $r = (0,476)$  dan nilai  $p = 0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, hasil dari uji korelasi menunjukkan bahwa variabel *body image* memiliki hubungan positif yang sangat signifikan dengan *imaginary audience* dengan tingkat korelasi yang sedang.

**Tabel 5. Hasil uji korelasi antar aspek**

	BI	BI1	BI2	BI3	BI4	BI5
	0,47					
<b>IA</b>	6*					
<b>IA 1</b>	0,36	0,22	0,32	0,26	0,22	0,22
<b>2</b>	2	6	5	1	3	0
<b>IA 2</b>	0,44	0,34	0,37	0,36	0,32	0,33
<b>3</b>	3	7	7	2	5	5
<b>IA 3</b>	0,80	0,75	0,60	0,74	0,75	0,75
<b>5*</b>	5*	1*	7*	4*	3*	5*

\* = Memiliki nilai signifikan  $p < 0,05$

BI = *Body Image*

BI1 = *Body Image (Appearance Evaluation)*

BI2 = *Body Image (Appearance Orientation)*

BI3 = *Body Image (Body Area Satisfaction)*

BI4 = *Body Image (Overweight Preoccupation)*

BI5 = *Body Image (Self-Classified Weight)*

IA = *Imaginary Audience*

IA1 = *Imaginary Audience (Object Relational Ideation)*

IA2 = *Imaginary Audience (Fantasi Interpersonal)*

IA3 = *Imaginary Audience (Self-Consciousness)*

Berdasarkan hasil uji korelasi antar aspek dari *body image* dan *imaginary audience* menunjukkan bahwa kelima aspek dari *body image* hanya memiliki hubungan yang signifikan dengan aspek *self-consciousness* dari variabel *imaginary audience*. Hal ini dapat dilihat pada tabel diatas, dimana pada aspek ketiga dari

*imaginary audience* memiliki nilai  $r = (>0,476^*)$  dan  $p = (<0,05)$ . Sedangkan, dua aspek lain dari *imaginary audience* memiliki nilai  $r = (<0,476)$  pada empat aspek lain dari *body image*. Hal ini menunjukkan bahwa keempat aspek lain dari *body image* tidak memiliki korelasi dengan aspek *object relational ideation* dan *fantasi interpersonal* dari *imaginary audience*.

### Pembahasan

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan telah divalidasi. Temuan dari uji hipotesis yang menggunakan analisis korelasi *Spearman's Rank* menunjukkan korelasi positif sebesar 0,476 antara *body image* dan *imaginary audience*, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ), yang mengarah pada penolakan  $H_0$ . Temuan studi ini sejalan dengan penelitian oleh Fitriyani (2021) yang melaporkan nilai  $p$  sebesar 0,000, yang menunjukkan penolakan terhadap hipotesis  $H_0$ . Ini menunjukkan adanya hubungan signifikan antara *imaginary audience* dan *body image* di kalangan remaja putri.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara *body image* dan konsep *imaginary audience* terukur sebesar 47,6%, sementara 52,4% dari *imaginary audience* mengalami pengaruh dari faktor tambahan pada remaja putri. Penelitian yang dilakukan oleh Rosyada (2023) menunjukkan bahwa *body image* dan konsep *imaginary audience* berkontribusi sebesar 37,1% terhadap kepercayaan diri, dengan sisa 62,9% disebabkan oleh berbagai faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini.

Temuan penelitian menunjukkan adanya korelasi di mana persepsi tubuh yang lebih tinggi berhubungan dengan peningkatan rasa akan *imaginary audience*, dan sebaliknya, hubungan ini

juga berlaku. Ini sejalan dengan penelitian Handayani (2018), yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara *body image* dan konsep *imaginary audience* di kalangan remaja di SMA Panca Budi Medan. Penemuan ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam persepsi diri siswa berkorelasi dengan peningkatan dalam persepsi mereka terhadap *imaginary audience*. Hal ini terjadi karena remaja memiliki kesadaran atau kepekaan yang tinggi terhadap lingkungan sekitarnya, di mana mereka merasakan bahwa orang di sekitarnya memperhatikan dan membicarakan mereka.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2019) yang menunjukkan bahwa *body image* berhubungan secara positif terhadap *imaginary audience*. Hal ini dikarenakan keadaan yang memengaruhi cara remaja memandang diri mereka sendiri. Dalam situasi ini, *imaginary audience* berperan bukan sebagai sumber tekanan atau kecemasan, melainkan sebagai dorongan bagi remaja untuk lebih percaya diri, dan bisa melihat dirinya dengan lebih objektif dan tidak mudah terpengaruh oleh standar sosial yang ekstrem atau tidak realistis, karena *body image* mereka sudah cukup kuat dan positif (Marita dkk, 2014).

Dalam penelitian ini, teori perkembangan kognitif Jean Piaget dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *body image* dengan *imaginary audience* pada remaja perempuan. Remaja perempuan cenderung mengalami fluktuasi emosi yang lebih intens dibandingkan laki-laki, terutama karena pengaruh perubahan hormon. Mereka menjadi lebih sensitif terhadap bagaimana diri mereka dipersepsikan oleh orang lain, termasuk dalam hal penampilan fisik. Perubahan emosional

ini sering kali membuat mereka lebih rentan mengalami kecemasan, ketidakpuasan terhadap tubuh, serta kekhawatiran akan penilaian sosial. Hal ini merupakan tahap pencarian identitas diri pada masa remaja, di mana individu mulai memahami peran sosialnya dalam masyarakat (Hurlock, 2019).

David Elkind (1967) yang mengembangkan teori Piaget lebih lanjut, memperkenalkan konsep egosentrisme remaja, yang mencakup keyakinan bahwa mereka menjadi pusat perhatian orang lain. Konsep ini menjelaskan mengapa remaja sering merasa cemas atau tidak percaya diri terhadap penampilan mereka, karena mereka berasumsi bahwa lingkungan sosial terus mengawasi dan memberikan penilaian. Ketika remaja mulai lebih sadar akan tanggapan orang lain terhadap penampilan fisik mereka, mereka menjadi lebih peduli terhadap citra tubuhnya.

Dalam proses ini, remaja perempuan sering kali terpengaruh oleh standar kecantikan yang ditetapkan oleh lingkungan sosial, baik itu keluarga, teman sebaya, maupun media. Remaja perempuan lebih rentan mengalami *imaginary audience* dibandingkan remaja laki-laki, karena mereka lebih sering menerima tekanan sosial mengenai standar kecantikan. Remaja perempuan cenderung lebih kritis terhadap bentuk tubuhnya dan lebih mudah merasa tidak puas apabila merasa tidak sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku di masyarakat (Erikson, 1968).

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa korelasi dua variabel dari *body image* dan *imaginary audience* memiliki hubungan yang cukup kuat. Hasil uji korelasi antar aspek menunjukkan bahwa kelima aspek *body image* memiliki hubungan dengan satu aspek dari

*imaginary audience* yaitu *Self-Consciousness*. *Self-Consciousness* merujuk pada ketakutan atau kekhawatiran individu mengenai persepsi orang lain terhadap citra dirinya (Gogolinski, 2010).

Studi ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Safitri, Fitriani, dan Izzati (2023), yang menyoroti bahwa remaja sangat peka terhadap presentasi diri mereka, sering kali *self-consciousness* dan *body image* mereka dalam kaitannya dengan orang lain. Ini menunjukkan kesadaran mereka akan status mereka sebagai entitas sosial, yang mendorong mereka untuk mengkurasi presentasi mereka dengan hati-hati. *Self-consciousness* yang memiliki hubungan dengan *body image* dan *imaginary audience* karena keduanya melibatkan kecenderungan individu untuk mengamati diri mereka sendiri melalui lensa persepsi orang lain.

Tingkat *self-consciousness* yang tinggi memperkuat keyakinan bahwa ada penonton khayalan yang terus-menerus mengamati dan mengkritik penampilan mereka. Dalam situasi ini, perubahan emosional seperti rasa cemas, rendah diri, dan ketakutan akan penilaian negatif dapat semakin memperkuat keyakinan bahwa mereka selalu diawasi oleh orang lain. Hal ini berkaitan dengan teori Elkind (1967) mengenai *fenomena imaginary audience*, yang menjelaskan bahwa remaja sering kali merasa bahwa orang lain memperhatikan mereka secara intens, meskipun itu tidak terjadi. Jika *body image* yang sangat tinggi dan *imaginary audience* yang sedang berhubungan kuat dengan *self-consciousness*, maka remaja perempuan cenderung merasa cukup percaya diri dengan penampilan fisik mereka, namun tetap merasa sadar diri dalam situasi sosial. Meskipun remaja perempuan

merasa puas dengan tubuhnya, ada kecenderungan untuk tetap memperhatikan bagaimana orang lain melihat mereka, meskipun tidak merasa diawasi secara berlebihan.

Remaja perempuan yang memiliki *Self-consciousness* yang kuat akan membuat remaja perempuan lebih waspada terhadap penilaian orang lain, meskipun hal tersebut tidak membuatnya merasa tertekan untuk selalu tampil sempurna. Hal ini memungkinkan mereka untuk berinteraksi sosial dengan kenyamanan yang lebih besar tanpa perasaan terobsesi atau tertekan untuk memenuhi standar kecantikan atau ekspektasi orang lain (Elkind, 1967; Lundgren & Albers, 2003; Cash & Pruzinsky, 2002; Prakash & Shroff, 2017).

Remaja akan merasa bahwa orang lain juga melihat mereka dengan cara yang sama, hal tersebut akan memperkuat keyakinan remaja bahwa dirinya diperhatikan secara baik oleh penonton khayalan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ryan & Kuczkowski (1994) yang menyebutkan bahwa semakin besar perhatian remaja pada *body image*, semakin kuat perasaan bahwa mereka diperhatikan oleh orang lain yang juga memperkuat *imaginary audience* mereka. Remaja perempuan mungkin merasa bahwa perhatian dari orang lain bukanlah hal yang harus dihindari atau dikhawatirkan, tetapi merupakan kesempatan untuk mengekspresikan diri dengan lebih baik.

### Kesimpulan

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *body image* dengan *imaginary audience* pada remaja perempuan di Kota Makassar. Ditemukan bahwa remaja perempuan di Kota Makassar memiliki *body image* yang

sangat tinggi dan tingkat *imaginary audience* yang sedang.

### Implikasi

Implikasi dalam penelitian ini adalah agar remaja perempuan yang memiliki *body image* yang tinggi dan *imaginary audience* yang sedang dapat mengelola keduanya dengan sehat dan positif, agar dapat membangun kesadaran diri yang realistis dan menghargai diri sendiri. Bagi peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan untuk meneliti dengan tema atau variabel yang serupa dapat memperluas kriteria responden, khususnya dalam hal usia. Selain itu, dapat memilih salah satu atau menambahkan variabel moderator yang belum pernah dikaitkan, seperti peran media sosial, dukungan sosial, atau pun variabel lainnya yang telah disebutkan pada bagian latar belakang, sehingga hasil penelitian lebih bervariasi dan meluas. Peneliti selanjutnya juga bisa menggunakan instrumen yang ada dalam penelitian ini, yang telah terbukti valid karena memiliki hasil uji validitas dan reliabilitas yang baik.

### Referensi

- Adams, G.R. & Jones, R.M. (1982). Adolescent egocentrism: Exploration into possible contributions of parent-child relations. *Journal of Youth and Adolescence*, 11(1), pp. 25–31. Available at: <https://doi.org/10.1007/BF01537814>.
- Arthur, S. R. & Emily S. R. (2010). Kamus Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2017). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

- Bell, J. H., & Bromnick, R. D. (2003). The social reality of the imaginary audience: a grounded theory approach. *Adolescence*, 38(150).
- Cash, T. F & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A Handbook Of Theory, Research And Clinical*. New York: Guilford Publications.
- Castle, D. J., Rossell, S. L., & Kyrios, M. (2006). Body dysmorphic disorder. *Advances in Psychiatric Treatment*, 12(6), 341-347.
- Elkind, D. (1967). Egocentrism in adolescence. *Child development*, 1025-1034.  
<https://doi.org/10.2307/1127100>
- Elkind, D. & Bowen, R. (1979). Imaginary audience behavior in children and adolescents. *Developmental Psychology*, 15(1), pp. 38–44. Available at: <https://doi.org/10.1037//0012-1649.15.1.38>.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: W. W. Norton & Company.
- Fitriyani, N. (2021). Hubungan harga diri dengan body image pada remaja putri kelas XI di SMA Swasta Nurul Amaliyah. (Skripsi). Universitas Medan Area, pp. 1–12. Available at: <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/15794>.
- Galanaki, E. P. (2012). The Imaginary Audience and The Personal Fable: A test of Elkind's Theory of Adolescent Egocentrism. *Psychology*, 3(6), 457.  
<https://doi.org/10.4236/psych.2012.36065>.
- Galanaki, P.A & Christopoulos, A. (2020). The imaginary audience and the personal fable in relation to the separation-individuation process during adolescence. *Psychology: the Journal of the Hellenic Psychological Society*, 18(1), p. 85. Available at: [https://doi.org/10.12681/psy\\_hps.23710](https://doi.org/10.12681/psy_hps.23710).
- Gogolinski, T. B. (2010). Effects of self-monitoring and public self-consciousness on perceptions of Facebook profiles. *Colonial Academic Alliance Undergraduate Research Journal*, 1(1), 9.
- Goossens, L. (1984). Imaginary audience behavior as a function of age, sex, and formal operations. *International Journal of Behavioral Development*, 1, 77-93.
- Goossens, L., Beyers, W., Emmen, M., & Van Aken, M. A. (2002). The imaginary audience and personal fable: Factor analyses and concurrent validity of the “new look” measures. *Journal of research on adolescence*, 12(2), 193-215.  
<https://doi.org/10.1111/1532-7795.00031>.
- Handayani, A. T. (2018). Hubungan Body Image Dan Imaginary Audience Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Di SMA Panca Budi Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(1), 319-324.
- Hosseini, S. A., & Padhy, R. K. (2022). *Body image distortion*. Trea sure Island, FL: StatPearls Publishing.
- Hurlock, E. B. (2019). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih Bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Edisi Kelima Jakarta: Erlangga.
- Lapsley, D. K., & Rice, K. (1988). The “New Look” at The Imaginary Audience and Personal Fable: Toward a General Model of Adolescent Ego Development. In *Self, Ego, and Identity* (Pp. 109-129). Springer, New York, NY.

- [https://doi.org/10.1007/978-1-4615-7834-5\\_6](https://doi.org/10.1007/978-1-4615-7834-5_6).
- Lapsley, D. K., FitzGerald, D. P., Rice, K. R., & Jackson, S. (1989). Separation-individuation and the “new look” at the imaginary audience and personal fable: A test of an integrative model. *Journal of Adolescent Research*, 4, 483–505. <https://doi.org/10.1177/074355488944006>.
- Lapsley, D.K. (1993). Toward An Integrated Theory Of Adolescent Ego Development: The “New Look” at Adolescent Egocentrism. *American Journal of Orthopsychiatry*, 63(4), pp. 562–571. Available at: <https://doi.org/10.1037/h0079470>.
- Lupitasari. (2019). Hubungan antara Harga diri dan Body image pada Remaja Putri Kelas X SMA. *Acta Psychologia*. 1(2), 162-167.
- Lundgren, J. D., & Albers, M. C. (2003). Self-Consciousness and Social Anxiety in Adolescence. *Journal of Adolescence*, 26(6), 654-665.
- Marita G.A.D., Yulidia, I., & Karyanta, N.A. (2014). Hubungan antara Body Image dan Imaginary Audience dengan Kepercayaan Diri pada Siswi Kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candradiwa*, 3(3).
- Mukhlis, A. (2013). Pengaruh Pelatihan berpikir positif pada ketidakpuasan terhadap citra tubuh (Body Image Dissatisfaction). *Psikoislamika: Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam*, 10(1). Available at: <https://doi.org/10.18860/psi.v10i1.6357>.
- Nazmi, F. D. (2016). Hubungan Antara Penonton Khayalan (*Imaginary Audience*) dengan Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*) Produk Fashion pada 81 Remaja di Kota Bandung. (*Skripsi*). Universitas Pendidikan Indonesia.
- Prakash, J. (2015). The relationship between imaginary audience and body image in adolescent girls. *Journal of Social Science Research*, 3(2), 127-133.
- Prakash, R., & Shroff, H. (2017). The Relationship Between Imaginary Audience and Self-Consciousness: A Study of Adolescents. *Journal of Youth Studies*, 20(3), 401-413.
- Rief, W., Buhlmann, U., Wilhelm. S., Borkenhagen, A., & Brahler, E. (2006). The prevalence of body dysmorphic disorder: a population based survey. *Psychological Medicine*, 3(6), 877-884.
- Rosen J., & Reiter J.C. (1996). Cognitif-behavioral *Body Image* therapy for body Dysmorphic disorder. *Journal in department of psychology*. Univerditas of Vermont. doi: [10.1037//0022-006x.63.2.263](https://doi.org/10.1037//0022-006x.63.2.263).
- Rosyada, S. (2023). Hubungan Body Image dengan Imaginary Audience terhadap Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau. (*Skripsi*). Uin Sultan Syarif Kasim Riau.
- Ryan, R.M. & Kuczkowski, R. (1994). The Imaginary Audience, Self-Consciousness, and Public Individuation in Adolescence. *Journal of Personality*, 62, 219-238. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1994.tb00292.x>.
- Safitri, D., Fitriani, A., & Izzati, I. D. C. (2023). Hubungan self-consciousness dan body image dengan self-presentation pengguna instagram. *Psyche: Jurnal Psikologi*, 5(1), 60-73. doi:[10.36269/psyche.v5i1.1217](https://doi.org/10.36269/psyche.v5i1.1217).

- Santrock, J., W. (2007). *Adolescence: Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J., W. (2011). *Remaja (Edisi Ke 11)*. Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development*. (N. I. Sallama, Ed.) (13 Th). Jakarta: Erlangga.
- Santrock, J. W. (2012). *Perkembangan Masa-Hidup. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, M. V., Fauzia, R., & Rusli, R. (2020). Hubungan Antara Kepuasan *Body image* Dengan Kecenderungan *Body dysmorphic disorder* Pada Wanita Dewasa Awal di Kota Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 2(1), 55-60. doi: <https://doi.org/10.20527/jk.v2i1.1608>.
- Thompson, J., K., & Altabe, M. (1990). Body image Change During Early Adulthood. *International Journal Of Eating Disorder*. doi:10.1002/1098-108X(199304)13:3<323::AID-EAT2260130311>3.0.CO;2-#.
- Thompson, J.K., Burke, N.L. & Krawczyk, R. (2012). Measurement of body image in adolescence and adulthood, *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance*. Elsevier Inc. Available at: <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384925-0.00081-X>.
- Wahyuni, K. (2019). Hubungan Antara Body Image dan Imaginary audience dengan Kepercayaan Diri pada Remaja Putri. (*Skripsi*). UIN Raden Intan Lampung.
- WHO. (2024). Securing adolescent health and well-being today is vital for the health of future generations. 23 September 2024. PMNCH. [Securing adolescent health and well-being today is vital for the health of future generations - WHO](#).