

Hubungan antara *Body Image* dan *Imaginary Audience* dengan Kepercayaan Diri pada Siswi Kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk

Relationship between Body Image and Imaginary Audience toward Self Confidence of the Tenth Grade Female Students of SMA Negeri 2 Nganjuk

Gita Arum Dwi Marita , Istar Yuliadi, Nugraha Arif Karyanta

Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran
Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK

Masa remaja adalah salah satu tahap dalam kehidupan manusia yang merupakan masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pada tahap ini remaja akan mengalami perubahan baik dari segi fisik, kognitif dan psikososial. Sejalan dengan perubahan fisik, remaja putri cenderung mengembangkan kepedulian yang tinggi terhadap perubahan fisiknya. Cara pandang remaja terhadap keadaan fisiknya akan mempengaruhi rasa kepercayaan diri. Dengan *body image* positif dan *imaginary audience* yang positif akan meningkatkan kepercayaan diri remaja tersebut.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui : (i) Hubungan antara *body image* dan *imaginary audience* dengan kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk; (ii) Hubungan antara *body image* dengan kepercayaan diri pada siswi SMA Negeri 2 Nganjuk; (iii) Hubungan antara *imaginary audience* dengan kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk.

Populasi dalam penelitian ini adalah siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 siswi. *Sampling* menggunakan *cluster random sampling*. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan skala kepercayaan diri, skala *body image*, skala *imaginary audience*. Skala kepercayaan diri terdiri dari 30 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0,905. Skala *body image* terdiri dari 23 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0,868. Skala *imaginary audience* terdiri dari 21 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0,870.

Berdasarkan teknik analisis regresi ganda diperoleh F hitung $462.581 > F$ Tabel 3.159 ; $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Koefisien determinasi (R^2) variabel prediktor terhadap variabel kriterium sebesar 94% dan sisanya (6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutkan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *body image* dan *imaginary audience* dengan kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk. Secara parsial menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara *body image* dengan kepercayaan diri dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,613; $p = 0,000$ ($p < 0,05$) dan ada hubungan positif antara *imaginary audience* dengan kepercayaan diri dengan koefisien korelasi (r) sebesar 0,860; $p = 0,000$ ($p < 0,05$).

Kata kunci: *body image*, *imaginary audience*, kepercayaan diri

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pada masa ini remaja akan mengalami berbagai perubahan baik segi fisik, kognitif, maupun psikososial. Hurlock (1999) menyatakan bahwa

masa remaja ditandai dengan perubahan fisik, sikap serta perilaku yang sangat cepat. Beberapa perubahan yang umumnya dialami oleh para remaja yaitu meningginya emosi, adanya perubahan fisik, minat dan sikap. Salah satu

perubahan yang paling mudah terlihat adalah perubahan fisik.

Pada masa remaja, pertumbuhan fisik berlangsung dengan cepat, sehingga dapat dipahami jika perubahan-perubahan tersebut menjadi perhatian utama para remaja. Perubahan fisik yang terjadi tentu saja mempengaruhi penampilan fisik, seperti penambahan berat badan, tinggi badan, dan lain-lain. Pada remaja perubahan terhadap fisiknya akan berpengaruh juga terhadap perkembangan psikologisnya, serta akan membawa pengaruh terhadap rasa percaya diri.

Kepercayaan diri dapat diartikan sebagai suatu keyakinan terhadap diri sendiri yang dimiliki setiap orang dalam kehidupan serta bagaimana orang tersebut memandang dirinya secara utuh dengan mengacu pada konsep dirinya (Rahmad, 1991). Maka untuk menumbuhkan rasa percaya diri yang baik, individu harus memulai dari dalam dirinya sendiri. Untuk melihat suatu taraf kepercayaan diri yang dimiliki seseorang adalah dengan melihat sejauh mana tanggapan yang diberikan dalam menerima pandangan orang lain mengenai aspek fisik, moral, dan sosial.

Menurut Sarwono (2007) penyebab utama yang mempengaruhi rendahnya harga diri dan rasa percaya diri adalah faktor kondisi fisik seseorang. Faktor kondisi fisik ini berhubungan dengan gambaran tubuh ideal para remaja. Gambaran tubuh inilah yang disebut dengan *body image*, yaitu bagaimana remaja memandang dan menilai penampilannya sendiri (Wright dalam Santrock, 2001). Berpenampilan menarik dan memiliki wajah cantik terawat

merupakan impian yang di inginkan setiap orang, khususnya remaja untuk menambah rasa percaya diri. Sehingga mereka berusaha sebaik mungkin untuk menampilkan yang terbaik dari dirinya agar terlihat ideal sesuai harapannya dan mendapatkan sambutan positif dari orang lain.

Penampilan fisik yang tidak sesuai dengan gambaran idealnya akan menimbulkan ketidakpuasan terhadap penampilan fisiknya sekarang sehingga menimbulkan rasa kurang percaya diri. Santrock (2001) mengatakan bahwa perhatian terhadap gambaran tubuh seseorang sangat kuat terjadi pada remaja berusia 13 hingga 18 tahun, baik pada remaja putri maupun remaja laki-laki. Namun ketidakpuasan dalam bentuk tubuh banyak dialami oleh remaja putri. Remaja putri cenderung memiliki gambaran tubuh yang negatif. Hal itu dikarenakan ketika mulai memasuki masa remaja, perempuan akan mengalami peningkatan lemak tubuh sehingga mengakibatkan bentuk tubuh menjadi kurang ideal (Brooks-Gun & Paikoff dalam Santrock, 2001). Selain itu, gambaran tubuh ideal yang sering ditampilkan di media massa menjadi acuan tersendiri para remaja putri tentang bentuk tubuh yang harus dimilikinya.

Proses pembentukan *body image* yang baru pada masa remaja adalah bagian dari tugas perkembangan yang penting, dan biasanya remaja putri mengalami penyesuaian diri lebih sulit dari pada remaja putra (Blyth et,al., 2001). Hal ini didukung oleh pernyataan dari Levine & Smolak (dalam Retnowati, 2008) bahwa 40 – 70% wanita mengalami ketidakpuasan pada dua

atau lebih dari bagian tubuhnya, khususnya pada bagian pinggul, perut dan paha. Hal itulah yang menyebabkan banyak remaja terutama remaja putri kadang merasa minder jika berada di tengah-tengah masyarakat dengan *body image* yang dirasa tidak sempurna. Mereka merasa orang disekitarnya akan memperhatikan penampilannya dan mungkin akan memberikan komentar kurang baik akan penampilannya saat itu.

Menurut Santrock (2001) hal yang berperan dalam pembentukan *body image* seseorang adalah komponen sosiokultural disekitarnya. Komponen sosiokultural, menjelaskan bahwa keindahan tubuh dan standart tentang tubuh ditentukan oleh masyarakat. Dengan kata lain masyarakat ikut menentukan apa yang dikatakan ideal dan apa yang tidak. Untuk mendapatkan label ideal dari masyarakat remaja berusaha untuk menampilkan diri mereka secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa remaja ingin tampil sebaik mungkin di hadapan orang lain untuk mendapatkan penilaian positif dari orang lain, karena remaja merasa dirinya sebagai pusat perhatian dari orang-orang di sekitarnya.

Remaja seringkali merasa bahwa orang lain memperhatikan dirinya seperti sama halnya dengan dirinya sendiri. Remaja akan melihat bagaimana reaksi orang lain terhadap penampilan atau perilaku mereka. Hal ini sebagai perwujudan egosentrisme yang memang umumnya dimiliki oleh remaja awal. Keyakinan remaja bahwa orang lain memperhatikan dirinya sebagaimana halnya dengan dirinya sendiri inilah yang disebut dengan *imaginary audience*

(Santrock, 2001). Pada usia remaja awal, remaja mulai melihat suatu hal dari prespektif orang lain untuk untuk mendapatkan gambaran apakah suatu hal itu baik atau buruk. Namun, karena perkembangan kognitif yang belum benar-benar matang, kadang menyebabkan prespektif orang lain yang di pahamiya sama dengan prespektifnya sendiri.

Imaginary audience merupakan konsekuensi yang dialami remaja dalam hubungannya dengan pematangan psikologisnya. Hal ini, lebih ditekankan sebagai konsekuensi pemisahan-individu masa remaja dan diikuti dengan perkembangan otonomi diri yang koheren (Vartanian dalam Kelly, Jones & Adams, 2002). Pemisahan individu ditandai dengan peningkatan keterikatan terhadap orang lain di luar keluarga, dan mulai berpikir atau berfantasi mengenai bagaimana penilaian yang diberikan orang lain terhadap perilaku atau penampilannya, terkait dengan konsekuensinya terjun dalam kelompok sosial (Lapsley, 1993). Menurut Murphy (dalam Lapsley, 1993) *imaginary audience* merupakan hal yang normal dan umumnya dilalui oleh remaja sebagai bentuk dari tahapan perkembangannya.

Keyakinan remaja dirinya menjadi objek dari para “penontonnya” akan berakibat pada rasa percaya diri yang dimilikinya. Jika remaja memiliki *imaginary audience* yang positif dalam dirinya, maka rasa percaya dirinyapun akan bertambah karena dirinya merasa bahwa orang lain memandang dirinya secara positif juga, begitu juga sebaliknya. Hal ini dikarenakan, kepercayaan diri lebih banyak

dikaitkan dengan sikap individu yang tidak merasa *inferior* dihadapan orang lain dan tidak canggung ketika berhadapan dengan banyak orang.

DASAR TEORI

Percaya diri berasal dari bahasa Inggris yaitu *self confidence* yang artinya percaya pada kemampuan, kekuatan dan penilaian diri sendiri. Adler (dalam Anthony, 1992) menyatakan bahwa kebutuhan manusia yang paling penting adalah kebutuhan akan rasa percaya diri. Rasa percaya diri juga dapat diartikan sebagai suatu kepercayaan terhadap diri sendiri yang dimiliki setiap orang dalam kehidupan serta bagaimana orang tersebut memandang dirinya secara utuh dengan mengacu pada konsep dirinya. Kepercayaan diri lebih banyak dikaitkan dengan sikap individu yang tidak merasa *inferior* dihadapan orang lain dan tidak canggung ketika berhadapan dengan banyak orang.

Lautser (dalam Hurlock, 1980) kepercayaan diri merupakan sikap atau perasaan yakin atas kemampuan sendiri sehingga individu yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam setiap tindakan, dapat bebas melakukan hal-hal yang disukai dan bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan, hangat dan sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, dapat menerima dan menghargai orang lain, memiliki dorongan berprestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri.

Kepercayaan diri pada dasarnya adalah salah satu aspek yang membentuk suatu hasil dari arah tujuan hidup individu. Sejalan dengan

pendapat tersebut, menurut Feltz (dalam Maria, dkk, 2009) kepercayaan diri merupakan salah satu faktor psikologis mendasar yang merupakan faktor kunci untuk kinerja yang sukses. Rasa percaya diri merupakan salah satu dimensi penilaian menyeluruh dalam diri sehingga rasa percaya diri dapat menunjukkan gambaran diri.

Kepercayaan diri bukan merupakan bakat atau bawaan, melainkan berupa pencapaian dari proses pendidikan dan disertai tekad yang kuat untuk mencapai sesuatu yang dinilai bermanfaat dalam hidupnya sehingga terbina keyakinan dari dalam diri. Angelis (2000) berpendapat bahwa kepercayaan diri diperoleh dari pengalaman hidup, dimana kepercayaan diri berhubungan dengan kemampuan melakukan ssesuatu dengan baik dan sejumlah kemampuan yang bisa dikuasai. Aspek kepercayaan diri menurut Lautser (dalam Alsa, 2006) terdiri atas keyakinan akan kemampuan diri sendiri, optiisme, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistik.

Body image menurut Cash & Pruzinsky (2002) adalah sikap yang dimiliki individu terhadap tubuhnya yang dapat berupa penilaian positif maupun negatif. *Body Image* merupakan konsep diri yang berkaitan dengan sifat-sifat fisik tentang bagaimana individu menggambarkan dirinya sendiri. Dalam hal ini gambaran yang diberikan individu terhadap dirinya sendiri belum tentu benar – benar mempresentasikan keadaan yang sebenarnya. *Body image* seseorang merupakan suatu evaluasi terhadap aspek-aspek fisiknya. Hal ini di dukung oleh

Honigman & Castle (dalam Hurlock, 1999) mengatakan bahwa *body image* merupakan gambaran mental seseorang terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, yaitu bagaimana dirinya memberikan penilaian atas dirinya sendiri dan bagaimana pendapat orang lain mengenai dirinya. Jade (1999) mengatakan *body image* merupakan perasaan subjektif individu mengenai tubuh dan penampilannya.

Body image dibentuk oleh individu dalam pikirannya, hal ini bertujuan untuk menggambarkan penilaian fisiknya yang mencakup perasaan seperti cantik atau jelek, tinggi atau sedang, gemuk atau kurus dan sebagainya. Seperti dipaparkan oleh Stuart & Sundeen (dalam Sipahutar, 2008) *body image* adalah sikap individu terhadap tubuhnya secara sadar maupun tidak sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi penampilan dan potensi tubuh saat ini dan masa lalu yang secara berkesinambungan dimodifikasi dengan pengalaman baru setiap individu. Persepsi mengenai gambaran tubuh yang ideal bagi setiap individu berbeda-beda tergantung sudut pandangnya. Umumnya pada remaja perhatian terhadap *body image* cenderung sangat besar. Calhoun & Acocella (dalam Sipahutar, 2008) mengatakan bahwa penampilan fisik memang relatif, tetapi remaja dapat mengukur dari respon dan pendapat lingkungan terhadap diri mereka dan remaja selalu ingin tampil semenarik mungkin.

Close dan Giles (dalam Hurlock, 2001) menambahkan pada remaja *body image* mulai terbentuk seiring dengan pertumbuhan fisik dan

kematangan mentalnya. Cara pandang remaja terhadap tubuhnya sendiri dipengaruhi antara lain pertumbuhan fisiknya yang masih tengah berubah dan berkembang, tayangan dan tampilan media massa yang menampilkan bentuk tubuh model yang ideal, juga kecenderungan untuk membandingkan bentuk tubuhnya dengan bentuk tubuh orang lain seusianya. Jika seorang remaja memiliki cara pandang yang baik terhadap tubuhnya maka ia akan memiliki kepercayaan diri dan perilaku positif terhadap hubungan sosialnya. Aspek *body image* menurut Cash & Pruzinsky (2002) terdiri atas *body image evaluation, appearance orientation, bodys area satisfication, overweight occupation*, dan *self-classified weight*.

Imaginary audience menurut Elkind (dalam Kelly, Jones & Adams, 2002) adalah keyakinan remaja bahwa orang lain memperhatikan penampilan dan tingkah lakunya sebagaimana halnya dengan dirinya sendiri. Dalam Papalia, Old & Feldman (2008) dijelaskan bahwa remaja dapat berpikir tentang pemikirannya sendiri dan pemikiran orang lain, yaitu suatu keadaan dimana remaja mencoba melihat dari perspektif atau pandangan orang lain mengenai suatu hal. Remaja percaya bahwa dirinya adalah “aktor” dan orang lain adalah “penonton” dirinya, contohnya seperti seorang remaja putri mungkin beranggapan bahwa ketika dirinya berjalan di depan kelas, semua mata tertuju padanya (Santrock, 2001). Menurut Elkind & Bowen (dalam Ryan & Kuczkowski, 1994) remaja putri cenderung memiliki *imaginary audience* yang lebih tinggi dari remaja putra karena remaja

putri lebih memperhatikan penampilan mereka. Namun, diungkapkan oleh Elkind (dalam Ryan & Kuczkowski, 1994) bahwa *imaginary audience* adalah aspek normal perkembangan remaja dalam hubungannya dengan tahap perkembangannya dan kemudian akan berkurang seiring usia dewasa (Kelly, Jones, & Adams, 2002).

Menurut Elkind (dalam Goossens & Bayers, et al, 2002) keyakinan remaja bahwa orang lain memperhatikan penampilan dan tingkah lakunya mengakibatkan terjadinya peningkatan kesadaran diri (*self-consciousness*), yaitu kecenderungan untuk mengantisipasi reaksi atau pemikiran orang lain terhadap dirinya, terlepas apakah penonton tersebut benar-benar ada atau tidak. Konsep egosentrisme remaja merupakan hal yang berkaitan dengan *imaginary audience*, karena *imaginary audience* merupakan salah satu aspek dalam egosentrisme remaja. Piaget (dalam Papalia, Olds & Feldmans, 2008) menerangkan bahwa egosentrisme sendiri merupakan salah satu dari perkembangan kognitif masa kanak-kanak yang belum sepenuhnya ditinggalkan oleh remaja. Menurut Lapsley (1988) *imaginary audience* adalah hal normal yang umumnya dilalui oleh remaja dalam rangka untuk mencapai tingkat kognitif yang lebih matang. *Imaginary audience* bukan merupakan suatu indikasi atau gejala gangguan kepribadian. Akan berlebihan bila menyamakan *imaginary audience* dengan gangguan kepribadian, karena *imaginary audience* merupakan bagian dari proses perkembangan ego dan perwujudan dari perkembangan kognisi

sosial remaja untuk mencapai keseimbangan kognitifnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengambil populasi seluruh siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *cluster random sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dalam jumlah yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan 88 siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk yang terdiri atas 29 siswi untuk *try-out* dan 59 siswi untuk penelitian.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan alat ukur berupa skala penelitian. Skala penelitian yang digunakan, yaitu skala kepercayaan diri yang disusun oleh peneliti dengan menggunakan dimensi yang disusun oleh Lautser (1997) yang terdiri dari 50 aitem. Nilai validitas skala bergerak dari -0,186– 0,718 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,905. Skala *body image* disusun oleh peneliti dengan menggunakan dimensi yang disusun oleh Cash (2002) yang terdiri dari 40 aitem. Nilai validitas bergerak dari -0,473–0,446 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,868. Skala *imaginary audience* disusun oleh Lapsley (1988) yang telah dimodifikasi oleh peneliti yang terdiri atas 40 aitem. Nilai validitas bergerak dari 0,185 – 0,618 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,870.

HASIL- HASIL

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi ganda dengan menggunakan

bantuan program komputer *Statistical and Service Solution* (SPSS) versi 16.0.

1. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Asumsi Dasar

1) Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov Smirnov*, diperoleh nilai signifikansi untuk skala *body image* sebesar 0,200, skala *imaginary audience* sebesar 0,200, dan skala kepercayaan diri sebesar 0,200. Hal tersebut menunjukkan bahwa data dari ketiga variabel, yaitu *body image*, *imaginary audience*, dan kepercayaan diri memiliki sebaran normal dan sampel penelitian dapat mewakili populasi.

2) Uji Linearitas

Hasil uji linearitas menunjukkan nilai *Sig.* pada kolom *linearity* antara *body image* dengan kepercayaan diri sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), dan *imaginary audience* dengan kepercayaan diri sebesar 0,00 ($0,00 < 0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa keduanya memiliki hubungan yang linear.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai VIF sebesar $2,918 < 5$. Hal tersebut menunjukkan skala pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas

2) Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan nilai *Sig.* pada kolom *linearity* antara *body image* dengan kepercayaan diri sebesar 0,507 ($0,507 > 0,05$), dan *imaginary audience* dengan kepercayaan diri sebesar 0,901 ($0,901 > 0,05$).

Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat persoalan heterokedastisitas pada model regresi.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai DW hitung (1,674) berada diantara d_U (1,6) dan $4 - d_U$ (2,4). Hal tersebut menunjukkan tidak terjadi autokorelasi.

2. Uji Hipotesis

Hasil perhitungan menggunakan analisis regresi ganda menunjukkan korelasi x_1y adalah 0,613 dan $p < 0,01$. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara *body image* dengan kepercayaan diri. Korelasi x_2y adalah 0,860 dan $p < 0,01$. Hal tersebut memiliki arti bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *imaginary audience* dengan kepercayaan diri. Sedangkan nilai F regresi 462,581 dengan $p < 0,01$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *body image* dan *imaginary audience* dengan kepercayaan diri. Sumbangan efektif *body image* dan *imaginary audience* dengan kepercayaan diri dilihat dari koefisien determinan (R^2) sebesar 0,940 atau 94% yang berarti terdapat 6% faktor lain yang mempengaruhi kepercayaan diri selain *body image* dan *imaginary audience*.

3. Analisis Deskriptif

Skor kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk berada pada kategori sedang dengan prosentase 50% dengan rentang $60 < X < 90$ dengan mean empirik sebesar 75 dan mean hipotetik 83,07. Data tersebut menunjukkan kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk cenderung sedang.

Hasil olah data pada penelitian ini menunjukkan bahwa skor *body image* pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk berada pada kategori sedang dengan prosentase 50%, 46 $X < 69$ dengan rerata empirik 57,5 dan rerata hipotetik sebesar 62,73. Rerata hipotetik yang lebih besar dari pada rerata empirik menunjukkan *body image* pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk cenderung sedang.

Imaginary audience pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk berada pada kategori sedang dengan prosentasi 47 % , 42 $X < 63$ dengan rerata empirik 52,5 dan rerata hipotetik 57,5. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *imaginary audience* pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk cenderung sedang.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan adanya hubungan antara *body image* dan *imaginary audience* secara bersama-sama memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap kepercayaan diri. Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis regresi ganda diperoleh p-value 0,000 (kurang dari 0,01) dan F hitung sebesar 462,581 (lebih besar dari pada skor F tabel sebesar 3,159). Hal tersebut menunjukkan *body image* dan *imaginary audience* dapat digunakan sebagai prediktor untuk memprediksi tingkat kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk. Semakin tinggi *body image* dan *imaginary audience* maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan diri dalam dirinya. Demikian pula jika semakin rendah tingkat *body image* dan

imaginary audience siswi maka akan menunjukkan semakin rendah kepercayaan diri siswi.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara *body image* dan *imaginary audience* dengan kepercayaan diri. Hal tersebut terlihat pada nilai $r_{1,y}$ sebesar 0,613 dengan p-value 0,000 dimana p-value < 0,01. Nilai tersebut menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara *body image* dengan kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk. Seperti yang dikemukakan oleh Santrock (2001) bahwa penampilan fisik atau *body image* merupakan penyumbang yang kuat pada harga diri dan kepercayaan diri seseorang.

Hasil Studi yang dilakukan oleh Cash & Pruzinsky tahun 1999, menunjukkan bahwa ketika diberikan pertanyaan mengenai apa yang tidak disukai dari diri mereka sendiri, hanya sedikit yang mengatakan akan hal-hal yang berhubungan dengan kemampuan mereka dan lebih dari 60% remaja menjawab hal-hal mengenai penampilan fisik mereka. Remaja berusaha memberikan penampilan sebaik mungkin termasuk penampilan fisik. Perhatian yang besar terhadap diri sendiri merupakan minat yang kuat pada remaja putri (Hurlock, 2001). Hasil uji hipotesis hubungan antara *imaginary audience* dengan kepercayaan diri dapat terlihat dari nilai $r_{2,y}$ sebesar 0,860 dengan p-value 0,000 dimana p-value < 0,01. Nilai tersebut mempunyai makna bahwa semakin tinggi *imaginary audience* maka akan semakin tinggi kepercayaan diri. Sebaliknya,

semakin rendah tingkat *imaginary audience* maka akan semakin rendah tingkat percaya diri.

Hasil analisis data melalui korelasi parsial menunjukkan korelasi positif antara *imaginary audience* dengan kepercayaan diri pada individu. Adanya hubungan positif antara *imaginary audience* dengan kepercayaan diri pada individu menunjukkan bahwa semakin positif tingkat *imaginary audience* individu maka akan semakin tinggi pula kepercayaan diri dalam diri para individu tersebut. Namun sebaliknya, semakin negatif *imaginary audience* individu, makin rendah pula tingkat kepercayaan dirinya. Dengan memiliki *imaginary audience* yang positif, individu akan cenderung berpikir positif akan dirinya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lapsley (1988) pada sejumlah remaja di Inggris, menunjukkan bahwa *imaginary audience* memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku dan kepercayaan diri mereka. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elkind dan Bowen (dalam Goossens, *et.al*, 2002) bahwa terdapat korelasi yang sangat tinggi antara *imaginary audience* dengan konsep diri, termasuk didalamnya adalah kepercayaan diri. Menurut Rosen (dalam Cash & Purzinsky, 2002) penilaian yang diberikan oleh orang lain akan mempengaruhi perasaan dan rasa percaya diri individu. Penilaian orang lain terhadap diri individu selanjutnya akan mengembangkan persepsi tentang bagaimana orang lain memandang dirinya, sehingga dapat membuat individu melakukan perbandingan sosial dan

akan berpengaruh terhadap rasa percaya diri individu tersebut.

PENUTUP

Kesimpulan pada penelitian ini, yaitu :

- a. Terdapat hubungan antara *body image* dan *imaginary audience* dengan kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk.
- b. Terdapat hubungan antara *body image* dengan kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk.
- c. Terdapat hubungan antara *imaginary audience* dengan kepercayaan diri pada siswi kelas X SMA Negeri 2 Nganjuk.

Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti adalah agar siswa yang telah yang memiliki rasa kepercayaan diri tinggi diharapkan mampu mempertahankannya dan membagikan cara untuk memiliki rasa percaya diri yang baik kepada siswa lain sehingga membantu siswa lain agar memiliki rasa percaya diri yang baik pula. Siswa juga hendaknya selalu mengembangkan *body image* dan *imaginary audience* yang positif agar dapat lebih percaya diri dalam melakukan interaksi sosial dengan lingkungannya. Bagi pihak sekolah agar dapat bekerjasama dengan instansi atau biro konsultan psikologi untuk mengadakan pelatihan maupun pembelajaran mengenai pengembangan dalam berperilaku positif sehingga diharapkan dapat lebih meningkatkan kepercayaan diri pada siswa. Bagi peneliti lain agar menyempurnakan

penelitian ini, antara lain dengan memperluas tinjauan teori.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, Asmadi. (2006). Hubungan Antara Dukungan Sosial Orang Tua Dengan Kepercayaan Diri Remaja Penyandang Cacat Fisik. Semarang. *Jurnal Psikologi*, 1, 47-48.
- Angelis, B.D. (2000). *Percaya Diri : Sumber Sukses dan Kemandirian*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Anthony, R. (1992). *Rahasia Membangun Kepercayaan Diri* (terjemahan Rita Wiyadi). Jakarta : Binarupa Aksara.
- Azwar, S. (2010). *Sikap Manusia dan Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Baron, R.A & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial* edisi 10. Jakarta : Erlangga.
- Bell, Joanna H. & Rachel D. Beomnick. (2003). The Social Reality of The Imaginary Audience : A Grounded Theory Approach. *Journal of Adolescence*, 38, 205–219.
- Blyth, Dale A; Roberta G, Simmons, David F. Zakin. (1985). Satisfaction with Body Image for Early Adolescent Females: The Impact of Pubertal Timing Within Different School Environments. *Journal of Youth and Adolescence*, 14, 207-225.
- Burns, R.B. (1995). *Terapi Kognitif : Pendekatan Baru bagi Penanganan Depresi* (terjemahan Waskito). Jakarta : Erlangga.
- Cash, T.F. Dan Pruzinsky, T. (2002). *Body Images: A Handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: Guilford Press.
- Enright, Robert D ;Diane G. Shukla & Daniel K. Lapsley. (1979). Adolescent Egocentrism- Sociocentrism and Self-Consciousness. *Journal of Youth and Adolescenc*, 9, 101-116.
- Fatimah, E. (2006). *Psikologi Perkembangan: Perkembangan Peserta Didik*. Bandung : Pustaka Setia.
- Frankerberger, Kristina D. (2000). Adolescent Egocentrism: A Comparison Among Adolescent and Adult. *Journal of Adolescence*, 23, 343-354.
- Galanaki, Evangelia, P. (2008). The Imaginary Audience and the Personal Fable: A Test of Elkind's Theory of Adolescent Egocentrism. *Journal of Psychology*, 3, 457-466.
- Goossens, Luc; Mieke Emmen & Marcel A.G. (2002). The Imaginary Audience and Personal Fable: Factor Analyses and Concurrent Validity of the “ New Look” Measures. *Journal of Research On Adolescence*, 12, 193-215.
- Hadi, S. 2000. *Manual Seri Program Statistik (SPS-2000)*. Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Hurlock, Elizabeth B. (1980). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang RentangKehidupan*. (Terjemahan oleh Istiwidayanti dan Soedjarwo. Jakarta: Erlangga.
- _____ . (2001). *Psikologi Perkembangan* edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Jade, D. (1999). Body Image In Our Time. *Educational and Psychological Measurement*, 45, 341 – 354.
- Jahnke, Heather Casper & Fredda Blanchard-Fields. (1993). A Test Of Two Models Of Adolescent Egocentrism. *Journal of Youth and Adolescence*, 22, 313-326.
- Kelly, Kristine M; Werren H. Jones & Jeffrey M. Adams. (2002). Using The

- Imaginary Audience Scale As A Measure Of Social Anxiety In Young Adults. *Educational and Psychological Measurement*, 62, 896-914.
- Lapsley, D. & Rice, K. (1988). *The "new look" at the imaginary audience and personal fable: Toward a general theory of adolescent ego development*. In D.K. Lapsley & F.C. Power (Eds.), *Self, ego, identity: Integrative approaches*. New York: Springer-Verlag.
- Lerner, Richard. M. (2004). *Handbook of Adolescent Psychology (Second Edition)*. New Jersey : John Willey & Sons, Inc.
- Louw, D.A. (1998). *Human Development Edisi ke-2*. Jakarta: Erlangga.
- Maria. C.Abdullah; M.S. Omar Fauzi, Geok. S.K., Raweewat Rattanakoses, Chairat C., M.Nizam, H.Nordin. (2009). Evaluating the Relationship of Imagery and Self-confidence in Female and Male Athletes. *European Journal of Social Sciences*, 10, 129-142.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P. dan Haditono, S.R. (2001). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta ; Gadjah Mada University Press.
- Papalia, Diane E., Sally Wendkos Olds & Ruth Duskin Feldman. (2008). *Human Development*. Terjemahan oleh A.K. Anwar. 2008. Jakarta: Prenada Media Group.
- Partman, Hether. (2003). Female Adolescent Body Image. *Journal of Adolescence*, 27, 145–155.
- Rahmad, D.J. (1991). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Retnowati, Sofia. (2008). *Remaja dan Permasalahannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ryan, Richard M. & Rebecca Kuczkowski. (1994). The Imaginary Audience, Self- Consciousness, and Public Individuation in Adolescence. *Journal of Personality*, 62, 219-238.
- Santrock, J. W. (2001). *Adolescence: perkembangan remaja Edisi Ke-6..* Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. (2007). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sipahutar, M. Adil. (2008). *Gangguan Konsep Diri*. Bandung: Pustaka Setia.
- Walgito, B. (1993). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada.