

ABSTRAK

Hubungan Antara Perasaan Loneliness dan Body Image dengan Compulsive Buying Pada Pengguna Instagram di Jawa Barat

Aktivitas berbelanja merupakan kebutuhan setiap individu, terutama bagi seorang mahasiswa/i dalam menjaga penampilannya didepan umum. Sehingga, aktivitas belanja yang memiliki nilai positif yang akan melahirkan perasaan percaya diri dan membuat mahasiswa memiliki penilaian baik terhadap dirinya dari lingkungan sosial. Beberapa faktor yang mempengaruhi perasaan mahasiswa terhadap rasa kepercayaan dirinya didominasi oleh perasaan *loneliness*, dan memiliki penilaian *body image*, sehingga mahasiswa melakukan aktivitas *compulsive buying* untuk menunjang kebutuhan dirinya. Penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif, dengan instrument penelitian yang digunakan pada penelitian ini berasal dari 3 variabel dan telah dilakukan adaptasi pada 3 alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu *YBOCS-SV* dalam pengukuran variabel *compulsive buying* dengan menggunakan 10 item pernyataan dan diadaptasi oleh peneliti berdasarkan dimensi yang digunakan oleh Wayne K. Goodman et.al (1989a, 1989b) yaitu, *cognitive* dan *behavioral*. Kedua, *UCLA Loneliness Scale 3* dalam pengukuran variabel *loneliness*, pada alat ukur ini juga dilakukannya adaptasi dari dimensi dari Russell (1996) yaitu, Kepribadian, Kepatutan Sosial, dan Depresi dengan 20 item pernyataan. Ketiga, *BIAQ (Body Image Avoidance Questionnaire)* yang berisi 19 item dan diadaptasi oleh peneliti berdasarkan dimensi yang digunakan oleh James Rosen C, dkk (1991) yaitu Pakaian, Kegiatan sosial, Pembatasan makan dan Perawatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat dan positif antara ketiga variabel tersebut, sehingga aktivitas belanja secara terus-menerus yang dilakukan mahasiswa dapat menghasilkan sisi positif bagi diri mahasiswa dalam mencegah adanya perasaan *loneliness* dan penilaian *body image* negatif terhadap diri sendiri.

Keywords: *Compulsive Buying, Loneliness, Body Image*

ABSTRACT

The relationship between feelings of loneliness and body image with compulsive buying on Instagram users in West Java.

Shopping activities are the needs of every individual, especially for a student in maintaining his appearance in public. Thus, shopping activities that have a positive value that will give birth to feelings of confidence and make students have a good assessment of themselves from the social environment. Several factors that influence students' feelings of self-confidence are dominated by feelings of loneliness, and have a body image assessment, so that students carry out compulsive buying activities to support their needs. The research used is a type of quantitative research, with the research instruments used in this study derived from 3 variables and adaptations have been made to the 3 measuring instruments that will be used in this study, namely the YBOCS-SV in measuring compulsive buying variables using 10 statement items and adapted by researchers based on the dimensions used by Wayne K. Goodman et.al (1989a, 1989b), namely, cognitive and behavioral. Second, the UCLA Loneliness Scale 3 in measuring the loneliness variable, this measuring instrument is also adapted from the dimensions of Russell (1996), namely, Personality, Social Appropriateness, and Depression with 20 statement items. Third, BIAQ (Body Image Avoidance Questionnaire) which contains 19 items and was adapted by the researcher based on the dimensions used by James Rosen C, et.al (1991) namely Clothing, Social activities, Eating restrictions and Care. The results showed that there is a strong and positive relationship between the three variables, so that the continuous shopping activities carried out by students can produce a positive side for students in preventing feelings of loneliness and negative body image assessments of themselves.

Keywords: *Compulsive Buying, Loneliness, Body Image*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA