

Clothing as Psychological Shield: The Role of Self-Esteem and Social Anxiety in Clothing Preferences among Adolescents and Young Adults

Busana sebagai Perisai Psikologis: Peran Self-Esteem dan Social Anxiety dalam Preferensi Berbusana pada Remaja dan Dewasa Awal

Sonya Hasita Sekararum¹, Moersito Wimbo Wibowo², Mohamad Iksan³

^{1,3}Universitas Gajayana, Malang, Indonesia

Email: ¹sonyahasitas@gmail.com, ²mursito.wimbo@gmail.com, ³lksanmohamad5@gmail.com

Artikel Info

Riwayat Artikel:

Penyerahan 07/04/2026

Revisi 14/07/2026

Diterima 06/08/2026

Keywords:

Self-Esteem; Social Anxiety; Clothing Choices; Fashion Psychology

ABSTRACT

Clothing in contemporary psychology has transformed from aesthetic needs into a complex medium of psychological expression. Research on the relationship between psychological factors and clothing preferences remains limited, especially in collectivistic cultural contexts like Indonesia. Objective: This study examines the influence of self-esteem and social anxiety on clothing choices among adolescents and young adults in Indonesia, hypothesizing that social anxiety serves as the dominant predictor. Method: Quantitative approach with an online survey design involving 304 participants aged 18-30 years selected through purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression. Results: Both variables significantly influence clothing choices. Individuals with low self-esteem and high social anxiety tend to choose conservative, loose-fitting, neutral-colored clothing. The regression model explains 49.7% of variability in clothing choice ($R=0.705$; $R^2=0.497$; $p<0.001$), with social anxiety showing more dominant effect ($\beta=0.525$) compared to self-esteem ($\beta=0.302$). Implications: These findings benefit clinical psychology in understanding self-expression through clothing and developing therapeutic interventions and inclusive fashion industry.

ABSTRAK

Busana dalam perspektif psikologi kontemporer telah bertransformasi dari kebutuhan estetika menjadi medium ekspresi psikologis yang kompleks. Penelitian mengenai hubungan faktor psikologis dengan preferensi berpakaian masih terbatas, terutama dalam konteks budaya kolektif seperti Indonesia. Tujuan: Mengkaji pengaruh self-esteem dan social anxiety terhadap pemilihan busana pada remaja dan dewasa awal di Indonesia, dengan hipotesis bahwa social anxiety berperan sebagai prediktor dominan. Metode: Pendekatan kuantitatif dengan desain survei daring pada 304 partisipan berusia 18-30 tahun melalui *purposive sampling*. Analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil: Kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap pemilihan busana. Individu dengan self-esteem rendah dan social anxiety tinggi cenderung memilih busana tertutup, longgar, dan netral. Model regresi menjelaskan 49,7% variabilitas pemilihan busana ($R=0,705$; $R^2=0,497$; $p<0,001$), dengan social anxiety lebih dominan ($\beta=0,525$) dibanding self-esteem ($\beta=0,302$). Implikasi: Temuan bermanfaat untuk psikologi klinis dalam memahami ekspresi diri melalui busana serta pengembangan intervensi terapeutik dan industri fashion yang inklusif.

Kata Kunci:

Self-Esteem; Social Anxiety; Pemilihan Busana; Psikologi Fashion

Copyright (c) 2026 Sonya Hasita Sekararum et al

Korespondensi:

Sonya Hasita Sekararum

Universitas Gajayana

Email: sonyahasitas@gmail.com

LATAR BELAKANG

Busana dalam perspektif psikologi kontemporer telah bertransformasi dari sekadar kebutuhan protektif dan estetika menjadi media ekspresi psikologis yang kompleks (Çili & Khadaroo, 2026; Kim dkk., 2023). Fenomena global menunjukkan bahwa individu secara sadar maupun tidak sadar menggunakan pakaian sebagai alat untuk mengelola emosi, membentuk identitas, dan menegosiasikan posisi mereka dalam ruang sosial ((Samridhi Singhal, 2024; Wenderski & Jung, 2026). Konsep *encloded cognition* yang diperkenalkan oleh Adam dan Galinsky (2012) dan kemudian divalidasi secara meta-analitis oleh (Horton dkk., 2025) menegaskan bahwa pakaian yang dikenakan secara sistematis memengaruhi proses psikologis pemakainya melalui dua mekanisme: makna simbolik yang dilekatkan pada busana dan pengalaman fisik saat mengenakannya. Dalam dinamika ini, pilihan busana bukan lagi keputusan superfisial, melainkan cerminan dari kondisi internal individu termasuk emosi, persepsi diri, dan strategi koping yang digunakan untuk menghadapi tekanan lingkungan (Nugroho & Fauziah, 2020). Fenomena ini menjadi semakin relevan di era digital, di mana individu tidak hanya dinilai berdasarkan penampilan fisik, tetapi juga melalui representasi visual yang mereka konstruksi melalui busana (Hester & Hehman, 2023; Thapa, 2025).

Dalam konteks Indonesia, terdapat fenomena psikologis yang menarik namun belum banyak dikaji secara empiris: sejumlah individu, khususnya remaja dan dewasa awal, secara konsisten memilih busana yang bersifat tertutup, longgar, berwarna netral, dan tidak mencolok bukan semata-mata karena norma agama atau tren mode, melainkan sebagai respons terhadap ketidaknyamanan psikologis dalam interaksi sosial. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep *symbolic protection* dalam berbusana, di mana pakaian berfungsi sebagai "perisai simbolik" yang melindungi individu dari paparan evaluatif yang tidak diinginkan (Gruber dkk., 2024; Wenderski & Jung, 2026). Maloka dkk. (2024) mengamati bahwa Generasi Z di Indonesia secara aktif menggunakan busana sebagai strategi untuk meningkatkan *self-esteem* dan mengelola citra diri di tengah tekanan media sosial. Namun, di sisi lain, banyak individu yang justru menggunakan busana sebagai strategi penghindaran (*avoidance strategy*) menyembunyikan tubuh, mengurangi visibilitas, dan meminimalkan potensi penilaian negatif dari orang lain (Liao & Huang, 2024). Kesenjangan antara busana sebagai alat ekspresi diri dan busana sebagai alat pertahanan diri inilah yang menjadi masalah spesifik yang perlu dikaji lebih mendalam dalam konteks sosial-budaya Indonesia.

Urgensi untuk mengkaji fenomena ini didukung oleh data epidemiologis yang mengkhawatirkan terkait kesehatan mental remaja dan dewasa awal. Potterton dkk. (2022) dalam tinjauan sistematisnya menunjukkan bahwa masa remaja dan dewasa awal merupakan periode kritis untuk perkembangan identitas, di mana prevalensi gangguan emosional termasuk kecemasan sosial dan rendahnya harga diri mencapai puncaknya. Studi Fredrick dan Luebbe (2024) serta Zhang dkk. (2022) mengonfirmasi

bahwa ketakutan akan evaluasi negatif (*fear of negative evaluation*) menjadi prediktor utama kecemasan sosial di kalangan muda, yang secara langsung memengaruhi perilaku mereka dalam situasi sosial termasuk perilaku berbusana. Di Indonesia, data dari Gao dkk. (2023) dan Anggawira dkk. (2022) menunjukkan bahwa kecemasan sosial dan rendahnya *self-esteem* berkorelasi erat dengan kecemasan akan penampilan (*appearance anxiety*), yang pada gilirannya memengaruhi cara individu mempresentasikan diri melalui busana. Temuan Suganya dan Rajamani (2024) semakin memperkuat bahwa pilihan busana memiliki korelasi signifikan dengan kesejahteraan psikologis, di mana individu dengan kesehatan mental yang rapuh cenderung menggunakan pakaian sebagai mekanisme koping. Data-data ini menegaskan bahwa pemilihan busana adalah variabel perilaku yang sensitif terhadap kondisi psikologis, sehingga layak dikaji sebagai indikator non-verbal dari dinamika mental individu.

Secara teoretis, hubungan antara kondisi psikologis dan pemilihan busana dapat dijelaskan melalui integrasi beberapa kerangka konseptual. *Self-esteem*, yang didefinisikan sebagai evaluasi individu terhadap nilai dirinya sendiri (Cast & Burke, 2002; Fitriyah & Laily, 2025), berfungsi sebagai fondasi dari konsep diri yang memengaruhi bagaimana individu mempresentasikan diri di ruang publik. Individu dengan *self-esteem* rendah cenderung mengadopsi strategi presentasi diri yang defensif, memilih busana yang "aman" dan tidak memancing perhatian (Liu, 2025; Vingilyte & Khadaroo, 2025). Di sisi lain, *social anxiety* yang ditandai dengan ketakutan persisten terhadap evaluasi negatif dalam situasi sosial (La Greca & Lopez, 1998; Clark & Beck, 2010) mendorong individu untuk menggunakan busana sebagai perilaku keamanan (*safety behavior*) dalam kerangka model kognitif Clark dan Wells (1995). Leary (1992) dalam teori *self-presentation*-nya menjelaskan bahwa kecemasan sosial muncul ketika individu mempersepsikan risiko presentasi diri yang tidak impresif, sehingga mereka secara strategis memilih busana yang meminimalkan visibilitas dan risiko evaluatif. Konsep *encloded cognition* (Adam & Galinsky, 2012; Horton dkk., 2025) melengkapi kerangka ini dengan menunjukkan bahwa makna simbolik busana tidak hanya memengaruhi proses kognitif pemakainya, tetapi juga berfungsi sebagai alat negosiasi dalam dinamika sosial sebuah perspektif yang didukung oleh temuan Gruber dkk. (2024) tentang fungsi protektif busana.

Berbagai studi empiris telah menginvestigasi hubungan antara faktor psikologis dan perilaku berbusana, meskipun dengan fokus yang beragam. Gruber dkk. (2024) secara empiris mengonfirmasi bahwa pakaian berfungsi sebagai *symbolic protection* dalam interaksi sosial. Hester dan Hehman (2023) menunjukkan bahwa busana merupakan komponen fundamental dalam persepsi orang lain, di mana pakaian secara sistematis memengaruhi impresi yang terbentuk. Liu (2025) menemukan bahwa jenis pakaian yang dikenakan secara langsung memengaruhi tingkat kepercayaan diri konsumen, sementara Vingilyte dan Khadaroo (2025) menunjukkan bahwa gaya pakaian pribadi berkorelasi erat dengan konsep diri baik diri yang

sesungguhnya, ideal, maupun kreatif. Dalam konteks kecemasan, Liao dan Huang (2024) menemukan bahwa kecemasan sosial terhadap fisik (*social physique anxiety*) secara signifikan memengaruhi pilihan busana konservatif pada mahasiswi, dan Xia dkk. (2023) mengonfirmasi peran kecemasan sosial dalam intensi penggunaan masker di era pasca-pandemi. Namun, sebagian besar penelitian ini dilakukan dalam konteks budaya Barat yang individualis, dan belum ada studi yang secara komprehensif mengintegrasikan pengaruh simultan *self-esteem* dan *social anxiety* terhadap pemilihan busana dalam konteks budaya kolektif seperti Indonesia sebuah kesenjangan literatur yang signifikan mengingat norma budaya sangat memoderasi ekspresi diri melalui busana (Gelfand, 2017; Pratiwi dkk., 2022).

Berdasarkan kesenjangan literatur tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *self-esteem* dan *social anxiety* terhadap pemilihan busana pada remaja dan dewasa awal di Indonesia, dengan hipotesis bahwa kedua variabel psikologis tersebut berpengaruh signifikan dan *social anxiety* berperan sebagai prediktor yang lebih dominan. Penelitian ini memiliki dampak teoretis yang penting dengan mengintegrasikan tiga domain psikologi yang selama ini jarang dihubungkan: psikologi klinis (*self-esteem* dan *social anxiety*), psikologi fashion (*enclothed cognition*), dan psikologi lintas budaya (konteks Indonesia). Dampak praktisnya meliputi penyediaan landasan empiris bagi praktisi psikologi klinis untuk menggunakan pola berbusana sebagai indikator non-verbal dalam asesmen, serta membuka peluang bagi industri fashion untuk mengembangkan lini busana yang psikologis-inklusif. Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga aspek: (1) konteks budaya Indonesia yang kolektif, di mana norma sosial sangat memoderasi ekspresi diri melalui busana; (2) integrasi simultan dua konstruk psikologis (*self-esteem* dan *social anxiety*) dalam memprediksi pemilihan busana; dan (3) fokus pada populasi remaja dan dewasa awal yang berada pada fase kritis pembentukan identitas (Potterton dkk., 2022; Samridhi Singhal, 2024). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya mengisi kesenjangan literatur, tetapi juga memberikan kontribusi aplikatif dalam pengembangan intervensi psikologis yang lebih kontekstual dan empatik.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan desain kuantitatif dan metode survei yang menggunakan Google Forms untuk menyampaikan kuesioner daring. Pendekatan ini digunakan untuk mengurangi kendala logistik yang terkait dengan pengumpulan data secara langsung dan untuk memungkinkan pengumpulan data dari responden yang tersebar di berbagai lokasi (Evans & Mathur, 2018; Sokolowski, 2020).

Populasi target dalam penelitian ini adalah individu yang berada pada fase remaja akhir dan dewasa awal, yakni berusia 18 hingga 30 tahun. Fase ini dipilih karena merupakan periode krusial dalam pembentukan identitas

dan peran sosial, di mana individu sangat rentan terhadap evaluasi sosial dan tekanan lingkungan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria inklusi yang ditetapkan secara spesifik sebagai berikut: (1) berusia 18–30 tahun; (2) berdomisili di Indonesia; (3) memiliki skor *social anxiety* yang tergolong kategori tinggi; (4) memiliki skor *self-esteem* yang tergolong kategori rendah; dan (5) bersedia menjadi partisipan secara sukarela yang ditunjukkan dengan menyetujui *informed consent*. Penentuan kategori tinggi dan rendah didasarkan pada hasil skrining awal menggunakan pemotongan skor (*cut-off score*) dari data populasi. Dari total 549 responden yang berpartisipasi dalam survei daring, sebanyak 245 responden tidak memenuhi kriteria inklusi, sehingga diperoleh sampel final sebanyak 304 partisipan yang dilanjutkan ke tahap analisis data. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh sampel yang secara spesifik merepresentasikan dinamika psikologis yang sedang diteliti (Etikan, 2016; Palinkas dkk., 2015). Variasi latar belakang sosial, pendidikan, dan budaya turut dipertimbangkan guna meningkatkan representativitas data (Ames dkk., 2019; Pratiwi dkk., 2022). (Ames dkk., 2019; Pratiwi dkk., 2022).

Tiga variabel utama dalam penelitian ini, yaitu *self-esteem*, *social anxiety*, dan pemilihan busana, diukur menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin. Skala ini memungkinkan pengukuran intensitas sikap atau pengalaman responden secara sistematis, dengan pilihan jawaban mulai dari 1 ("Tidak Pernah") hingga 5 (Joshi dkk., 2015). Sebelum digunakan untuk pengambilan data, seluruh instrumen telah melalui tahap uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas psikometriknya. Uji validitas konstruk dilakukan menggunakan analisis korelasi *Item-Total (Corrected Item-Total Correlation)*. Kriteria pengambilan keputusan menyatakan bahwa suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai korelasi item total > 0,30 (Taber, 2018). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pada ketiga variabel (masing-masing terdiri dari 15 item) memiliki nilai korelasi item total yang signifikan, dengan rentang nilai terendah 0,424 hingga tertinggi 0,912. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid dan mampu mengukur konstruk yang dituju secara tepat.

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk mengevaluasi konsistensi internal instrumen. Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 mengindikasikan reliabilitas yang baik (Taber, 2018). Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *self-esteem* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,979, *social anxiety* sebesar 0,981, dan pemilihan busana sebesar 0,952. Ketiga nilai tersebut berada jauh di atas ambang batas minimal, yang membuktikan bahwa seluruh skala penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi (*excellent reliability*) dan konsisten.

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Distribusi data untuk setiap variabel dijelaskan menggunakan statistik deskriptif dalam bentuk nilai rata-rata dan simpangan baku. Selanjutnya, *scatter plot* digunakan untuk melihat pola hubungan antarvariabel.

Untuk menguji hipotesis penelitian, digunakan analisis regresi linear guna mengetahui pengaruh self-esteem dan social anxiety terhadap pemilihan busana, sehingga dapat mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan antarvariabel secara signifikan (Figueiredo Filho dkk., 2013; Igartua & Hayes, 2021).

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 549 partisipan yang mengisi survei daring. Berdasarkan proses penyaringan (*screening*) menggunakan teknik *purposive sampling*, sebanyak 245 partisipan tidak memenuhi kriteria (yaitu memiliki skor *self-esteem* tinggi dan *social anxiety* rendah). Sehingga, diperoleh sampel final sebanyak 304 partisipan yang dilanjutkan ke tahap analisis data. Karakteristik demografis responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden (N = 304)

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)
Jenis kelamin	Laki-laki	68
	Perempuan	236
Rentang Usia	18-21 tahun (Remaja Akhir)	142
	22-25 tahun (Dewasa Awal)	115
	26-30 tahun (Dewasa Akhir)	47
Pendidikan	SMA/SMK/Sederajat	85
	Diploma (D3/D4)	42
	Sarjana (S1)	154
	Pasca Sarjana (S2)	23

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (77,6%), berada pada rentang usia 18–21 tahun (46,7%), dan memiliki latar belakang pendidikan Sarjana (S1) sebesar 50,7%. Profil ini merepresentasikan kecenderungan demografis yang umum pada penelitian psikologi terkait perilaku konsumen dan fashion di kalangan Gen Z dan dewasa awal di Indonesia.

Analisis Deskriptif dan Kategorisasi Variabel

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum distribusi data dari ketiga variabel. Hasil uji deskriptif yang mencakup nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan simpangan baku (*standard deviation*) disajikan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Min.	Mak.	Mean	sd
Self-Esteem	52,00	71,00	65,41	3,883
Social Anxiety	56,00	75,00	66,90	2,235
Pemilihan Busana	58,00	75,00	66,73	2,306

Berdasarkan tabel 2, untuk menginterpretasikan skor tersebut, dilakukan kategorisasi skor menggunakan acuan simpangan baku (Azwar, 2018) dengan ketentuan: (1) Kategori Tinggi jika skor > $Mean + 1 SD$; (2) Kategori Sedang

jika $Mean - 1 SD \leq \text{skor} \leq Mean + 1 SD$; dan (3) Kategori Rendah jika skor < $Mean - 1 SD$.

Berdasarkan acuan kategorisasi skor menggunakan simpangan baku (Azwar, 2018), hasil kategorisasi ketiga variabel disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Kategorisasi Skor

Variabel	Mean	SD	Kategori	Keterangan
Self-Esteem	65,41	3,883	Sedang	Responden memiliki tingkat kepercayaan diri yang cenderung pas-pasan/rentan, sesuai dengan <i>purposive sampling</i> yang mengambil individu dengan skor relatif lebih rendah dibanding populasi umum
Social Anxiety	66,90	2,235	Tinggi	Mengonfirmasi responden memiliki kecenderungan kecemasan sosial yang signifikan
Pemilihan Busana	66,73	2,306	Tinggi	Merepresentasikan kecenderungan kuat responden untuk memilih busana yang bersifat protektif, tertutup, dan konservatif

Seluruh variabel menunjukkan kategorisasi yang konsisten dengan tujuan *purposive sampling*, di mana responden memiliki *self-esteem* sedang cenderung rendah serta *social anxiety* dan pemilihan busana protektif yang tinggi.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji hipotesis menggunakan regresi linear berganda, peneliti telah melakukan uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi tidak bias.

1. Uji Normalitas: Menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *self-esteem* ($p = 0,200$), *social anxiety* ($p = 0,150$), dan pemilihan busana ($p = 0,180$). Karena ketiga nilai $p > 0,05$, maka data berdistribusi normal.
2. Uji Linearitas: Uji linearitas menunjukkan nilai *Deviation from Linearity* untuk kedua variabel independen terhadap dependen memiliki nilai $p > 0,05$, yang berarti terdapat hubungan yang linear antarvariabel.
3. Uji Multikolinieritas: Dilakukan untuk memastikan tidak ada korelasi yang kuat antarvariabel independen.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Self-Esteem	0,685	1,459
Social Anxiety	0,685	1,459

Berdasarkan tabel 4, kedua variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi ini.

4. Uji Heteroskedastisitas: Berdasarkan visualisasi scatter plot (Gambar 1 pada naskah), titik-titik menyebar secara acak serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 5. Ringkasan Model Regresi (Model Summary)

R Square	F	Sig.	Keterangan
0,497	148,893	0,000	Self-esteem dan social anxiety secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pemilihan busana

Nilai R Square sebesar 0,497 menunjukkan bahwa 49,7% variabilitas pemilihan busana dapat dijelaskan oleh kedua variabel prediktor. Hasil uji F diperoleh nilai F = 148,893 dengan $p < 0,001$, yang mengindikasikan bahwa self-esteem dan social anxiety secara bersama-sama berpengaruh sangat signifikan terhadap pemilihan busana. Sisanya 50,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t / Parsial)

Variabel	Standardized Coeff. (Beta)	t-hitung	Sig.
Self-Esteem – PB	0,302	6,748	0,000
Social Anxiety – PB	0,525	11,722	0,000

Berdasarkan tabel 6, persamaan regresi yang terbentuk adalah: Pemilihan Busana = $18,742 + 0,180(\text{Self-Esteem}) + 0,542(\text{Social Anxiety})$. Hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel self-esteem memiliki nilai t-hitung 6,748 ($p = 0,000$) dan social anxiety memiliki nilai t-hitung 11,722 ($p = 0,000$). Karena kedua nilai $p < 0,05$, maka hipotesis penelitian diterima. Melihat nilai koefisien Beta (Standardized Coefficients), social anxiety ($\beta = 0,525$) memberikan pengaruh yang lebih dominan dibandingkan self-esteem ($\beta = 0,302$) terhadap pemilihan busana. Artinya, kecemasan sosial menjadi prediktor yang lebih kuat dalam mendorong individu memilih busana yang bersifat tertutup dan konservatif dibandingkan dengan harga diri itu sendiri.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh self-esteem dan social anxiety terhadap pemilihan busana pada remaja dan dewasa awal di Indonesia. Hasil analisis

regresi linear berganda mengungkapkan temuan yang signifikan: kedua variabel psikologis tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 49,7% variabilitas dalam pemilihan busana, dengan social anxiety berperan sebagai prediktor yang lebih dominan dibandingkan self-esteem. Temuan ini tidak hanya mengonfirmasi hipotesis penelitian, tetapi juga memberikan kontribusi empiris yang penting dalam memahami busana bukan sekadar sebagai kebutuhan estetika, melainkan sebagai mekanisme pertahanan psikologis (*psychological defense mechanism*) yang digunakan individu untuk mengelola kecemasan dan melindungi konsep diri mereka dalam interaksi sosial (Ames dkk., 2019; Palinkas dkk., 2015).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa self-esteem berpengaruh signifikan terhadap pemilihan busana, di mana individu dengan self-esteem rendah cenderung memilih busana yang bersifat tertutup, longgar, dan tidak mencolok. Temuan ini sejalan dengan teori Self-Verification (Swann, 2012) yang menyatakan bahwa individu berperilaku konsisten dengan konsep diri mereka; ketika seseorang memiliki pandangan negatif tentang dirinya, mereka akan memilih ekspresi eksternal yang merefleksikan ketidakamanan tersebut. Dalam konteks berbusana, hal ini termanifestasi dalam preferensi terhadap pakaian yang "menyembunyikan" tubuh dan menghindari perhatian visual (Liu, 2025; Vingilyte & Khadaroo, 2025).

Temuan ini juga mengonfirmasi penelitian Liu (2025) yang menemukan bahwa jenis pakaian yang dikenakan secara langsung memengaruhi tingkat kepercayaan diri konsumen, serta studi Vingilyte dan Khadaroo (2025) yang menunjukkan bahwa gaya pakaian pribadi berkorelasi erat dengan konsep diri (*self-concept*) baik diri yang sesungguhnya, ideal, maupun kreatif. Individu dengan self-esteem rendah cenderung "terjebak" pada diri yang sesungguhnya yang negatif, sehingga mereka menghindari busana yang merepresentasikan diri ideal mereka. Lebih jauh, dalam perspektif *Terror Management Theory* (Solomon dkk., dalam Cast & Burke, 2002), self-esteem berfungsi sebagai penyangga (*buffer*) terhadap kecemasan eksistensial; ketika penyangga ini lemah, individu akan mencari perlindungan simbolik dalam hal ini melalui busana yang bersifat "defensif" dan protektif.

Temuan yang paling menarik dari penelitian ini adalah bahwa social anxiety memberikan pengaruh yang lebih dominan ($\beta = 0,525$) dibandingkan self-esteem ($\beta = 0,302$) terhadap pemilihan busana. Hal ini mengindikasikan bahwa ketakutan akan evaluasi negatif dari orang lain merupakan pendorong yang lebih kuat dalam keputusan berbusana dibandingkan penilaian terhadap diri sendiri. Temuan ini sangat konsisten dengan model kognitif kecemasan sosial dari Clark dan Wells (1995) serta teori Self-Presentation dari Leary (1992), yang menyatakan bahwa kecemasan sosial muncul ketika individu mempersepsikan adanya risiko presentasi diri yang tidak impresif di hadapan orang lain.

Dalam konteks berbusana, individu dengan social anxiety tinggi menggunakan pakaian sebagai strategi keamanan (*safety behavior*) sebuah konsep dalam terapi

kognitif-perilaku yang merujuk pada tindakan yang dilakukan untuk mencegah atau mengurangi ancaman sosial yang ditakutkan (Clark & Beck, 2010). Busana tertutup, berwarna netral/monokrom, tanpa motif mencolok, serta penggunaan aksesoris seperti topi dan masker, berfungsi sebagai "perisai simbolik" yang mengurangi visibilitas individu di ruang sosial. Temuan ini memperkuat penelitian Gruber dkk. (2024) tentang *symbolic protection* dalam berbusana, serta studi Liao dan Huang (2024) yang menemukan bahwa kecemasan sosial terhadap fisik (*social physique anxiety*) secara signifikan memengaruhi pilihan busana konservatif pada mahasiswa.

Dominasi *social anxiety* atas *self-esteem* dalam memprediksi pemilihan busana merupakan temuan yang layak dianalisis lebih dalam. Secara teoretis, hal ini dapat dipahami melalui perbedaan sifat kedua konstruk: *self-esteem* bersifat intrapersonal (evaluasi terhadap diri sendiri), sedangkan *social anxiety* bersifat interpersonal (kecemasan dalam konteks sosial). Mengingat bahwa berbusana adalah aktivitas yang secara inheren bersifat publik dan sosial di mana individu selalu berada dalam "panggung sosial" (*front stage*) sebagaimana dijelaskan Goffman (1959) dalam teori *Dramaturgy*-nya maka faktor yang berkaitan dengan interaksi sosial (*social anxiety*) akan memiliki bobot pengaruh yang lebih besar dibandingkan faktor internal (*self-esteem*).

Dengan kata lain, ketika seseorang memilih pakaian, pertanyaan yang paling mendesak bukanlah "apakah saya menyukai diri saya?" (*self-esteem*), melainkan "bagaimana orang lain akan menilai saya?" (*social anxiety*). Dinamika ini menjelaskan mengapa *social anxiety* menjadi prediktor yang lebih kuat: busana dipilih bukan untuk memuaskan diri sendiri, tetapi untuk mengelola impresi (*impression management*) dan meminimalkan risiko evaluasi negatif dari audiens sosial. Temuan ini memperkaya literatur *Enclothed Cognition* (Adam & Galinsky, 2012; Horton dkk., 2025) dengan menunjukkan bahwa makna simbolik pakaian tidak hanya memengaruhi proses kognitif pemakainya, tetapi juga berfungsi sebagai alat negosiasi dalam dinamika sosial.

Temuan penelitian ini juga harus dipahami dalam konteks budaya Indonesia yang bersifat kolektivistis, di mana harmoni sosial, konformitas, dan opini orang lain memiliki nilai yang sangat tinggi. Dalam masyarakat kolektivistis, individu cenderung lebih sensitif terhadap evaluasi sosial dan lebih termotivasi untuk menghindari konflik atau penilaian negatif (Gelfand, 2017). Fenomena "apa kata orang" menjadi kekuatan normatif yang kuat, yang memperkuat pengaruh *social anxiety* terhadap perilaku termasuk perilaku berbusana.

Konteks ini menjelaskan mengapa responden dalam penelitian ini cenderung memilih busana yang konservatif dan tidak mencolok: dalam budaya Indonesia, tampil terlalu mencolok dapat dianggap sebagai pelanggaran norma kesopanan atau mengundang gosip (*social gossip*). Temuan ini memberikan nuansa baru pada literatur yang sebagian besar berasal dari konteks Barat individualis, dan menegaskan pentingnya mempertimbangkan faktor budaya dalam memahami psikologi berbusana. Hal ini sejalan

dengan seruan Hester dan Hehman (2023) bahwa pakaian merupakan komponen fundamental dalam persepsi orang lain, yang sangat dipengaruhi oleh norma budaya setempat.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan mengintegrasikan tiga domain yang selama ini jarang dihubungkan: psikologi klinis (*self-esteem* dan *social anxiety*), psikologi fashion (*enclothed cognition*), dan psikologi lintas budaya (konteks Indonesia). Model regresi yang terbentuk membuktikan bahwa hampir separuh variasi dalam pemilihan busana dapat dijelaskan oleh faktor psikologis, sebuah temuan yang memperkuat argumen bahwa busana adalah ekstensi dari psikologi individu (Salma & Falah, 2023).

Temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi psikologi klinis, di mana pola berbusana klien khususnya kecenderungan memilih busana tertutup, longgar, dan netral dapat menjadi indikator non-verbal yang berharga dalam asesmen awal untuk mendeteksi potensi *social anxiety* dan rendahnya *self-esteem*. Dalam konteks intervensi, pendekatan *wardrobe restructuring* dapat diintegrasikan sebagai bagian dari terapi eksposur, di mana klien secara bertahap didorong mengenakan busana lebih ekspresif sebagai bentuk latihan menghadapi evaluasi sosial. Bagi industri fashion, temuan ini membuka peluang pengembangan lini busana psikologis-inklusif yang memberikan rasa aman namun tetap memungkinkan ekspresi diri, serta kampanye pemasaran yang lebih empatik terhadap individu dengan kecemasan sosial. Namun, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan: (1) desain *cross-sectional* tidak memungkinkan penarikan kesimpulan kausalitas tidak dapat dipastikan apakah *social anxiety* menyebabkan pemilihan busana konservatif atau sebaliknya; (2) teknik *purposive sampling* yang terbatas pada individu dengan *self-esteem* rendah dan *social anxiety* tinggi membatasi generalisasi temuan ke populasi umum; dan (3) penelitian ini belum mempertimbangkan variabel moderator penting seperti *body image*, identitas gender, status sosioekonomi, dan paparan media sosial yang kemungkinan besar memoderasi hubungan antara variabel psikologis dan pemilihan busana.

KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengkonfirmasi bahwa *self-esteem* dan *social anxiety* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan busana pada remaja dan dewasa awal di Indonesia, dengan kedua variabel psikologis tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 49,7% variabilitas dalam preferensi berbusana ($R = 0,705$; $R^2 = 0,497$; $p < 0,001$). Temuan utama menunjukkan bahwa individu dengan *self-esteem* rendah dan *social anxiety* tinggi cenderung memilih busana yang bersifat tertutup, longgar, berwarna netral, dan tidak mencolok sebagai bentuk mekanisme pertahanan psikologis untuk mengurangi paparan evaluatif dan mengelola kecemasan dalam interaksi sosial. Yang lebih menarik, *social anxiety* terbukti menjadi prediktor yang lebih dominan ($\beta = 0,525$) dibandingkan *self-esteem* ($\beta = 0,302$) dalam memprediksi pemilihan busana, yang mengindikasikan bahwa ketakutan akan evaluasi negatif dari

orang lain merupakan pendorong yang lebih kuat dalam keputusan berbusana dibandingkan penilaian terhadap diri sendiri. Temuan ini menegaskan bahwa busana bukan sekadar ekspresi estetika atau tren mode, melainkan ekstensi dari kondisi psikologis individu dan alat negosiasi dalam dinamika sosial.

Berdasarkan temuan dan keterbatasan penelitian ini, beberapa saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya dapat diajukan. Pertama, disarankan untuk menggunakan desain longitudinal atau eksperimental untuk menguji hubungan kausal antara variabel psikologis dan pemilihan busana. Kedua, penelitian selanjutnya perlu memperluas sampel ke berbagai kelompok usia dan latar belakang budaya di Indonesia untuk menguji generalisasi temuan. Ketiga, disarankan untuk menambahkan variabel mediator dan moderator penting seperti *body image*, identitas gender, status sosioekonomi, paparan media sosial, dan norma budaya spesifik yang kemungkinan besar memoderasi hubungan antara variabel psikologis dan pemilihan busana. Keempat, penelitian kualitatif melalui wawancara mendalam atau *focus group discussion* sangat diharapkan untuk memahami makna subjektif busana bagi individu dengan *social anxiety* dan *self-esteem* rendah. Kelima, kolaborasi interdisipliner antara psikologi klinis dan desain fashion dapat dikembangkan untuk menciptakan intervensi berbasis busana yang lebih kontekstual dan efektif, serta merancang program edukasi yang meningkatkan kesadaran masyarakat tentang hubungan antara kesehatan mental dan perilaku berbusana.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh remaja dan dewasa awal yang telah meluangkan waktu dan berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini. Apresiasi tinggi juga disampaikan kepada Universitas Gajayana, Malang, atas dukungan fasilitas akademik yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini.

PERSETUJUAN ETIS

Penelitian ini telah mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian kemanusiaan. Seluruh partisipan telah diberikan penjelasan secara transparan mengenai tujuan penelitian, prosedur pengisian, serta jaminan kerahasiaan data pribadi di bagian awal formulir daring. Persetujuan keikutsertaan partisipan diperoleh secara sukarela melalui lembar persetujuan tindakan (*informed consent*) digital sebelum mereka dapat melanjutkan ke pengisian skala penelitian.

PERNYATAAN BENTURAN KEPENTINGAN

Para penulis menyatakan bahwa tidak ada benturan kepentingan (*conflict of interest*), baik secara finansial, personal, maupun profesional, dengan pihak atau organisasi manapun yang dapat memengaruhi objektivitas, pelaksanaan, atau hasil dari penelitian ini.

TRANSPARANSI DATA

Penulis menjamin transparansi dan validitas dari data yang disajikan dalam artikel ini. Seluruh data primer yang dikumpulkan melalui Google Form, hasil analisis statistik (regresi linear berganda), serta materi pendukung penelitian lainnya tersedia secara jujur dan dapat dipertanggungjawabkan untuk keperluan verifikasi ilmiah lebih lanjut.

SUMBER PENDANAAN

Penelitian ini dilaksanakan secara mandiri menggunakan dana pribadi dari para penulis (*self-funded*). Tidak ada bantuan dana, hibah, ataupun sokongan finansial komersial yang diterima dari lembaga donor atau institusi tertentu untuk pelaksanaan penelitian ini.

KONTRIBUSI PENULIS

Kontribusi para penulis dalam penyusunan artikel ini adalah sebagai berikut:

- Sonya Hasita Sekararum: Bertanggung jawab atas konseptualisasi penelitian, pengumpulan data daring, analisis statistik deskriptif dan inferensial, serta penulisan draf awal manuskrip.
- Moersito Wimbo Wibowo: Bertanggung jawab atas supervisi metodologi, tinjauan literatur, penyuntingan kritis, validasi hasil analisis data, serta finalisasi artikel sebelum diserahkan ke jurnal.
- Mohamad Iksan: Bertanggung jawab atas supervisi umum, review teoretis, penyuntingan kritis terhadap pembahasan dan kesimpulan, serta finalisasi artikel sebelum diserahkan ke jurnal.

REFERENSI

- Ames, H., Glenton, C., & Lewin, S. (2019). Purposive sampling in a qualitative evidence synthesis: A worked example from a synthesis on parental perceptions of vaccination communication. *BMC Medical Research Methodology*, 19(1), 26. <https://doi.org/10.1186/s12874-019-0665-4>
- Cast, A. D., & Burke, P. J. (2002). A Theory of Self-Esteem. *Social Forces*, 80(3), 1041–1068. <https://doi.org/10.1353/sof.2002.0003>
- Çili, S., & Khadaroo, A. (2026). Understanding the Dressed Self and Its Motives Through Self and Personality Theories. Dalam S. Çili, A. Bardey, & A. Khadaroo (Ed.), *Applied Psychology in Fashion* (hlm. 27–61). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-032-12271-1_2
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Evans, J. R., & Mathur, A. (2018). The value of online surveys: A look back and a look ahead. *Internet Research*, 28(4), 854–887. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2018-0089>

- Figueiredo Filho, D. B., Paranhos, R., Rocha, E. C. da, Batista, M., Silva Jr., J. A. da, Santos, M. L. W. D., & Marino, J. G. (2013). When is statistical significance not significant? *Brazilian Political Science Review*, 7, 31–55. <https://www.scielo.br/j/bpsr/a/DhwrWkLLkhHVbdgTZGtMqyD/?lang=en>
- Fitriyah, L. N., & Laily, N. (2025). Self-Love Starts from the Body: The Effect of Body Image Satisfaction on Student Self-Acceptance. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 13(2), 149–158.
- Gruber, R., Häfner, M., & Kachel, S. (2024). Dressing up social psychology: Empirically investigating the psychological functions of clothing using the example of symbolic protection. *British Journal of Social Psychology*, 63(2), 1003–1035. <https://doi.org/10.1111/bjso.12700>
- Hester, N., & Hehman, E. (2023). Dress is a Fundamental Component of Person Perception. *Personality and Social Psychology Review*, 27(4), 414–433. <https://doi.org/10.1177/10888683231157961>
- Horton, C. B., Adam, H., & Galinsky, A. D. (2025). Evaluating the Evidence for Enclothed Cognition: Z-Curve and Meta-Analyses. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 51(2), 203–221. <https://doi.org/10.1177/01461672231182478>
- Igartua, J.-J., & Hayes, A. F. (2021). Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: Concepts, Computations, and Some Common Confusions. *The Spanish Journal of Psychology*, 24, e49. <https://doi.org/10.1017/SJP.2021.46>
- Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. (2015). Likert Scale: Explored and Explained. *British Journal of Applied Science & Technology*, 7(4), 396–403. <https://doi.org/10.9734/BJAST/2015/14975>
- Kim, J. K., Holtz, B. C., & Vogel, R. M. (2023). Wearing Your Worth at Work: The Consequences of Employees' Daily Clothing Choices. *Academy of Management Journal*, 66(5), 1411–1437. <https://doi.org/10.5465/amj.2021.1358>
- Liao, Y.-M., & Huang, J.-W. (2024). The impact of social physique anxiety on clothing choices among female university students. *Fashion, Style & Popular Culture*. https://doi.org/10.1386/fspc_00283_1
- Liu, H. (2025). Clothes make the man: The effect of wearing types on consumer self-confidence. *Italian Journal of Marketing*, 2025(2), 131–154. <https://doi.org/10.1007/s43039-025-00110-4>
- Nugroho, A. I., & Fauziah, N. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Bermerek Pada Siswa Sman 3 Semarang. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 809–812. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21717>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful Sampling for Qualitative Data Collection and Analysis in Mixed Method Implementation Research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533–544. <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Potterton, R., Austin, A., Robinson, L., Webb, H., Allen, K. L., & Schmidt, U. (2022). Identity Development and Social-Emotional Disorders During Adolescence and Emerging Adulthood: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Journal of Youth and Adolescence*, 51(1), 16–29. <https://doi.org/10.1007/s10964-021-01536-7>
- Pratiwi, D. C., Adriansyah, M. A., & Rahmah, D. D. N. (2022). Nilai Filosofi Budaya Jawa Terhadap Kebahagiaan Hidup Ditinjau Dari Demografi. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 80. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i1.7132>
- Salma, G., & Falah, A. M. (2023). Fashion Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Dan Karakter Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bandung. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 94–103. <https://doi.org/10.26742/atrat.v11i1.3197>
- Samridhi Singhal. (2024). Fashion and Mental Health: Exploring the Psychological Impact of Fashion Choices on Consumer Identity. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(6), 32794. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i06.32794>
- Sokolowski, S. L. (2020). The development of a performance hand wear and tools product innovation framework. *Fashion and Textiles*, 7(1), 15. <https://doi.org/10.1186/s40691-020-0205-1>
- Taber, K. S. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273–1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Thapa, N. (2025). The Interplay of Fashion Self Congruity, Self Esteem and Perceived Peer Perception in Generation Z. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 7(3), 42994. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i03.42994>
- Vingilyte, J., & Khadaroo, A. (2025). Personal clothing style and self-concept: Embracing the true, the ideal and the creative self. *Fashion, Style & Popular Culture*, 12(3), 319–335. https://doi.org/10.1386/fspc_00130_1
- Wenderski, M., & Jung, J. (2026). Coping with fashion for mental health during the COVID-19 pandemic: Part II on motivations and effects. *Fashion, Style & Popular Culture*, 13(1), 121–139. https://doi.org/10.1386/fspc_00348_1