BAB 1
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari hari masyarakat, fenomena ini telah mengubah cara kita berkomunikasi, berbagi informasi, dan konsumsi konten secara signifikan, mulai dari platform yang berfokus pada teks seperti Facebook dan Twitter hingga yang lebih visual seperti Instagram dan Snapchat. Media sosial terus berkembang dengan adanya inovasi teknologi dan pergeseran perilaku pengguna. Pengguna internet secara global di dunia ini semakin meningkat dari tahun demi tahun menurut data yang dirilis oleh *GoodStats* per Januari 2024 bertambah sebanyak 75 juta pengguna yaitu naik 1,5% dibandingkan dengan kuartal 4 di tahun 2023, jadi total pengguna media sosial di dunia sebanyak 5,04 miliar, nilai tersebut setara dengan 62,3% populasi dunia sedangkan di Indonesia sendiri Data Reportal mengungkapkan terdapat 167 juta pengguna media sosial di Indonesia (Yonatan, 2024).

Wiryany et al. (2019) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi saat ini sudah sangat canggih dan mudah, sehingga dapat mempengaruhi gaya hidup bagi masyarakat di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia. Menurut data statistik yang ditulis oleh Yonatan (2024), terdapat 10 aplikasi yang paling banyak di unduh di Indonesia antara lain TikTok, CapCut, Facebook, Instagram, Shopee, WhatsApp, DANA, dari data yang ditulis Aplikasi TikTok menjadi nomor 1 aplikasi yang paling banyak diunduh sepanjang 2023. Rahmana et al (2022) menjelaskan dalam konteks ini, TikTok muncul sebagai platform yang menarik perhatian banyak orang. TikTok menawarkan pengalaman unik dengan video pendek dalam tampilan vertikal yang dapat di-scroll atas atau bawah. Fitur FYP (*For Your Page*) menggunakan algoritma kompleks untuk menampilkan video dengan *engagement* tinggi, topik trending, kualitas video, dan interaksi sebelumnya.

Konten di TikTok sering kali mencakup topik yang berkaitan dengan *body image*, seperti tutorial olahraga untuk menurunkan berat badan, transformasi tubuh

cepat, tips diet ekstrim, hingga video motivasi untuk mencapai bentuk tubuh tertentu yang dianggap ideal. Banyak kreator TikTok juga membagikan pengalaman pribadi mereka dalam membangun tubuh ideal, termasuk proses diet, olahraga rutin, dan perawatan kecantikan. Konten seperti ini mendapatkan perhatian besar karena menyentuh isu yang relevan dengan audiens, terutama perempuan dewasa awal, yang sering kali menjadi target utama iklan dan tren kecantikan.

Pengguna TikTok mendapatkan konten yang berkaitan dengan *body image* melalui algoritma FYP yang menyesuaikan video berdasarkan interaksi mereka sebelumnya, seperti suka, komentar, atau video yang sering mereka tonton. Ketika pengguna tertarik pada satu video yang membahas *body image*, TikTok akan merekomendasikan video lain dengan tema serupa, menciptakan ekosistem konten yang semakin memperkuat standar kecantikan tertentu. Hal ini membuat pengguna secara tidak langsung terus terpapar pada konten-konten yang memperkuat persepsi mereka tentang tubuh ideal

Konten FYP sering kali mencakup *challenge*, diet ekstrim, transformasi tubuh cepat, *dance*, tutorial make up, dan *lip sync* musik. Video yang masuk FYP berpotensi viral, memberikan keuntungan seperti banyak view, peningkatan *followers*, dan peluang menjadi seleb TikTok serta memperoleh uang dari *gift* pengguna. Viralitas yang mudah di TikTok membuat banyak individu berusaha masuk FYP untuk menjadi seleb TikTok. Kemunculan TikTok disebut menciptakan gelombang baru dalam industri media sosial. TikTok diunduh sebanyak 67,4 juta kali di Indonesia, sedangkan di urutan kedua merupakan aplikasi CapCut sebanyak 53,9 juta kali unduhan, lalu posisi ketiga dipegang oleh media sosial Facebook sebanyak 52,8 juta unduhan, lalu Instagram menyusul tipis berada pada urutan keempat dengan 50,6 juta unduhan. Popularitas TikTok tidak hanya dirasakan oleh warga Indonesia saja. Pada bulan Januari 2024, TikTok dinobatkan sebagai aplikasi media sosial urutan ke – 5 dengan jumlah pengguna terbanyak di dunia, dengan total 1,56 miliar pengguna. Berdasarkan data *GoodStats* pengguna media sosial di tahun 2023 di dominasi oleh dewasa awal dengan rentang usia 18 – 24 tahun yang mencapai 30,8 persen.

Santrock (2011 Eka Yolanda Siregar et al., 2022) menjelaskan bahwa dewasa awal merupakan masa transisi dari masa remaja ke dewasa, Usia 18 - 25 tahun masa perkembangan fisik individu sebagai manusia sedang berada di puncaknya mulai muncul keinginan untuk memiliki penampilan yang menarik di hadapan orang lain guna untuk dapat menarik lawan jenis. Chintya Dewi & Nursanti (2022) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa dewasa awal ini khususnya wanita cenderung tidak percaya diri pada keadaan tubuhnya dikarenakan menginginkan tubuh dan kecantikan yang ideal. Individu yang memiliki bentuk tubuh yang tidak sesuai dengan bentuk tubuh ideal yang individu itu inginkan akan menimbulkan perasaan kecewa, tidak puas dan sedih terhadap tubuhnya. Namun, idealnya *body image* yang harus dimiliki individu adalah positif, agar ia mampu menerima dirinya sendiri tanpa harus memikirkan standar tubuh kebanyakan orang (Ifdil dkk., 2017).

Stein et al (2021) mengungkapkan bahwa perkembangan media sosial dapat mempengaruhi kesehatan mental kaum muda, khususnya dalam persepsi citra tubuh. Munculnya video seleb TikTok (selebTok) di for your page TikTok membuat pengguna mengikuti tren untuk menjadi viral. Banyak selebtok menunjukkan bentuk tubuh ideal, menciptakan istilah *body goals*. Akibatnya, banyak individu merasa tidak puas dengan tubuh mereka sendiri karena membandingkannya dengan standar yang dilihat di media sosial, sehingga ingin memiliki penampilan tubuh yang sama dengan selebtok tersebut. Namun, media sosial juga menawarkan manfaat positif yang signifikan. Platform seperti TikTok memberikan peluang untuk edukasi dan inspirasi gaya hidup sehat, di mana banyak konten kreator berbagi tips mengenai kesehatan, kebugaran, dan kesejahteraan mental. Selain itu, media sosial memungkinkan individu untuk terhubung dengan komunitas yang memiliki minat serupa, memberikan dukungan emosional dan motivasi. Kreativitas dan ekspresi diri yang didorong oleh media sosial dapat membantu individu menemukan dan mengembangkan identitas mereka, serta meningkatkan rasa percaya diri. Dengan demikian, meskipun ada tantangan, potensi positif media sosial dalam mendorong gaya hidup sehat dan pengembangan diri juga tidak boleh diabaikan.

Gambar 1.1. Jawaban Responden mengenai keinginan mengubah penampilan

Peneliti juga sempat melakukan penyebaran preliminary kepada perempuan dewasa awal yang menggunakan media sosial TikTok, dapat dilihat pada gambar 1.1 bahwa dari 73 responden yang menjawab, hasil menunjukkan 58 responden memiliki keinginan untuk mengubah penampilan mereka setelah melihat konten di TikTok. Alasan mereka untuk mengubah penampilan adalah sebagai berikut:

> "Aku sering merasa tidak puas dengan penampilanku setelah melihat konten di TikTok. Banyak orang di sana yang terlihat sempurna dengan riasan, gaya rambut, dan gaya busana yang selalu kekinian. Aku jadi merasa jelek dan tidak cukup menarik dibandingkan mereka."
>
> (Narasumber A, 19 Tahun)

> "Karena setelah melihat konten yang saya lihat, saya ingin memiliki vibe atau aesthetic seperti itu"
>
> (Narasumber L, 20 Tahun)

> "Karena saya insecure dengan badan atau tampilan yang saya miliki sehingga dengan melihat mereka, saya berusaha untuk meniru gaya mereka dengan alasan supaya bisa lebih percaya diri."
>
> (Narasumber N, 20 Tahun)

> "Mengubah penampilan untuk diri sendiri sepertinya akan membangun kepercayaan diri yang baik"
>
> (Narasumber H, 23 Tahun)

Dari hasil preliminary tersebut cukup bervariasi keinginan responden dalam mengubah penampilan mereka, beberapa responden mengubah penampilan mereka

dikarenakan ingin tampil lebih baik agar dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dan membantu mereka tetap *up-to-date* dengan tren terkini. Namun, beberapa sudut pandang responden justru menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap penampilan dari diri mereka setelah melihat konten yang ada di TikTok.

TikTok sebagai platform berbasis video pendek, memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri mereka dengan kreativitas yang tak terbatas. Melalui berbagai fitur seperti filter wajah yang memperindah, tren pose tubuh yang menarik, dan budaya penampilan yang selalu terkini, TikTok mendorong individu untuk berani tampil dan bereksperimen dengan penampilan mereka. Hal ini dapat meningkatkan rasa percaya diri dan mendorong individu untuk merawat diri dengan lebih baik. Dengan melihat berbagai gaya dan tren yang inspiratif, pengguna dapat menemukan cara baru untuk mengekspresikan diri mereka, mengapresiasi keunikan masing-masing, dan membangun citra tubuh yang positif serta menghargai diri sendiri.

Menurut Cash (2004 dalam Rodgers et al., 2023) *body image* adalah konstruksi multidimensi yang mencakup pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang terkait dengan penampilannya sendiri. Honigman (2007 dalam Puspasari, 2019) menjelaskan bahwa *body image* adalah representasi mental individu tentang bentuk dan dimensi fisiknya sendiri. *Body image* terhubung erat dengan bagaimana seseorang menilai dan menafsirkan tubuhnya sendiri, termasuk pandangan terhadap bentuk dan ukurannya, serta perasaan yang terkait dengan hal tersebut. Faktor – faktor yang mempengaruhi perkembangan *body image* menurut Cash (1994 dalam lfian et al., 2021) adalah jenis kelamin, media massa, dan hubungan interpersonal.

Araaf dkk., (2023) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *body image* merupakan sikap individu yang memberikan penilaian terhadap dirinya sendiri, biasanya penilaian ini bersifat positif ataupun negatif. *Body image* yang positif ia akan memiliki rasa bangga atas dirinya sendiri yang dapat membuat individu lebih menghargai tubuhnya dan menentang segala sesuatu yang kurang baik bagi diri individu, mereka tidak terpengaruh secara berlebihan oleh standar kecantikan eksternal yang ditampilkan di media sosial. *Body image* positif berkontribusi pada kesejahteraan emosional dan mendorong perilaku yang sehat, seperti menjaga pola

makan dan berolahraga secara teratur tanpa tekanan untuk memenuhi standar kecantikan tertentu. Perilaku ini tidak hanya membantu individu merasa lebih percaya diri dan nyaman dengan tubuh mereka, tetapi juga meningkatkan kesehatan fisik dan mental secara keseluruhan, termasuk mengurangi risiko gangguan makan, depresi, dan kecemasan (Cash, 2000). *Body image* negatif adalah perasaan tidak senang dan kurang puas terhadap kondisi tubuhnya yang dinilai negatif, selalu mencari cara untuk mengatasi kekurangannya namun hanya terfokus pada kelemahan daripada kelebihannya, serta selalu membandingkan tubuhnya dengan individu yang dianggap lebih ideal Cash (2011 dalam Fias, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Alfian (2021) menjelaskan bahwa *body image* positif pada perempuan memiliki persentase sedikit yaitu 37,1%. Sedangkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Nurrahim & Pranata (2024) bahwa *body image* positif lebih banyak dijumpai dari pada *body image* negatif dengan memperoleh persentase sebanyak 68,33%. Tingkat *body image* individu ditentukan oleh sejauh mana individu merasa puas dengan bagian-bagian tubuh dan penampilan secara keseluruhan serta menambahkan tingkat penerimaan citra raga yang sebagian besar dipengaruhi oleh faktor sosial budaya yang terdiri dari 4 faktor yaitu reaksi orang lain, perbandingan dengan orang lain, peranan individu, dan identifikasi terhadap orang lain Thompson (2000 dalam Denich & Ifdil, 2015).

Secara alami, tidak ada individu yang sepenuhnya kebal terhadap perasaan tidak puas terhadap tubuhnya, terutama di lingkungan sosial yang penuh tekanan seperti media sosial. Namun, perasaan ini sebaiknya bersifat sementara dan tidak mengganggu kesejahteraan emosional maupun fisik. Wanita dapat memiliki perasaan *body image* negatif dalam batas wajar, misalnya sebagai refleksi untuk meningkatkan pola hidup sehat atau memperbaiki penampilan tanpa merugikan diri sendiri. Jika *body image* negatif mulai memengaruhi kesehatan mental atau memicu perilaku berbahaya, seperti diet ekstrem, olahraga berlebihan, atau tindakan berisiko lainnya, maka hal tersebut harus diatasi.

Body image negatif yang tidak terkendali dapat membawa dampak serius, baik secara fisik maupun psikologis. Menurut penelitian Fardouly (2015) individu dengan *body image* negatif lebih rentan terhadap gangguan makan, seperti

anoreksia nervosa dan bulimia. Selain itu, mereka juga memiliki risiko lebih tinggi untuk mengalami depresi, kecemasan, dan isolasi sosial karena perasaan rendah diri yang berlebihan. Hal ini juga ditemukan oleh Grabe (2008), yang menunjukkan hubungan antara ketidakpuasan tubuh dan gangguan psikologis pada perempuan muda.

TikTok sebagai media sosial visual memperburuk *body image* negatif melalui *social comparison*. Konten yang menampilkan transformasi tubuh cepat atau diet ekstrem menciptakan standar kecantikan yang sulit dicapai, meningkatkan tekanan sosial dan rasa tidak puas terhadap tubuh sendiri. Dampaknya meluas hingga pada hubungan interpersonal, di mana individu dengan *body image* negatif cenderung merasa kurang percaya diri dalam membangun relasi.

Body image pada dewasa awal memiliki dampak yang signifikan dalam membentuk perilaku dan kesejahteraan psikologis individu. Bagi sebagian besar wanita dalam rentang usia ini, *body image* negatif dapat berfungsi sebagai pemicu untuk memperbaiki diri, terutama ketika mereka merasa tidak puas dengan penampilan tubuh mereka. Ketidakpuasan terhadap tubuh sering kali mendorong individu untuk mengambil langkah-langkah proaktif, seperti meningkatkan kebiasaan makan sehat, berolahraga secara teratur, atau merawat diri untuk mencapai tubuh yang lebih sehat atau sesuai dengan standar kecantikan yang mereka inginkan. Menurut Fardouly (2017), perbandingan sosial yang terjadi di media sosial, seperti TikTok, dapat memperburuk persepsi negatif terhadap tubuh, namun pada saat yang sama, dapat juga menjadi pemicu bagi individu untuk memperbaiki diri dengan cara yang lebih sehat dan positif. Oleh karena itu, meskipun *body image* negatif berisiko menurunkan rasa percaya diri, bagi sebagian individu, hal ini dapat menjadi motivasi untuk mencapai perubahan yang lebih baik dan meningkatkan kualitas hidup mereka.

Gambar 1. 2 Jawaban Responden terhadap bentuk tubuhnya

Pada gambar 1.2 terlihat bahwa hampir setengah dari 73 responden terdapat 28 responden merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya dan 5 responden merasa sangat tidak puas pada bentuk tubuh mereka. Dalam hal ini hampir sebagian besar individu memiliki *body image* yang negatif. Karena tingkat *body image* individu ditentukan oleh sejauh mana individu merasa puas dengan tubuh mereka. Namun, beberapa responden juga memiliki pandangan yang cukup positif terhadap tubuh mereka, yang bisa menjadi indikator baik bagi kesehatan mental dan kepercayaan diri mereka.

Gambar 1. 3 Jawaban Responden dalam memikirkan bentuk badan

Pada gambar 1.3 dari 73 responden terdapat 56 responden selalu memikirkan tentang bentuk tubuhnya. Saat ditanyakan mengenai alasannya jawaban dari beberapa responden adalah sebagai berikut:

> "Sebagai seorang manusia, aku sering merasa insecure dan memikirkan bentuk tubuhku. Apalagi setelah terpapar konten di TikTok yang selalu menampilkan standar kecantikan dengan tubuh yang sempurna."
>
> (Narasumber A, 19 Tahun)

> "Karena saya insecure dengan badan saya dan merasa kurang ideal. dengan lengan besar yang saya miliki, dan menurut saya, saya kurang tinggi yang berpengaruh juga dengan pekerjaan saya, dan jika saya tidak mengontrol, saya sangat mudah kurus dan gendut dengan waktu yang cepat"
>
> (Narasumber N, 20 Tahun)

> "Saya terkadang merasa kurang percaya diri ketika mix dan match outfit karena bentuk badan yang ideal, dan itu cukup membuat frustasi"
>
> (Narasumber H, 23 Tahun)

Dari hasil diatas menurut aspek *body image* yang dikemukakan Cash (2000 dalam Sakinah & Sumaryanti, 2020) berikut beberapa aspek yang kurang menurut hasil prelim diatas yaitu pada aspek evaluasi penampilan yang ditunjukkan dengan respon "karena saya merasa berkecil hati, dengan bentuk tubuh yang tidak ideal", "saya insecure dengan badan saya dan merasa kurang ideal" dari hasil ini responden menunjukan bahwa responden melakukan evaluasi penampilan fisik yaitu dengan merasa tidak puas atau tidak menarik, responden merasa tidak sesuai dengan standar kecantikan yang responden harapkan. Selain itu pada aspek kepuasan terhadap bagian tubuh ditunjukkan pada respon "Dengan lengan besar yang saya miliki, dan menurut saya, saya kurang tinggi" "gemuk" dari hasil prelim ini menunjukkan ketidakpuasan individu terhadap bagian tubuh tertentu yaitu lengan, tinggi badan, dan bentuk badan. Yang terakhir pada aspek kecemasan akan kegemukan ditunjukkan pada respon "jika saya tidak mengontrol, saya sangat mudah kurus dan gendut dengan waktu cepat" responden menunjukkan kecemasan terhadap perubahan berat badan dan kewaspadaan terhadap kegemukan, merasa perlu mengontrol pola makan untuk menjaga berat badan. Secara keseluruhan hasil *preliminary* d iatas dapat disimpulkan menunjukkan bahwa adanya ketidakpuasan

terhadap bentuk tubuh yang dimiliki yang mengarah pada *body image* negatif dan juga dipengaruhi oleh perbandingan dengan orang lain, dan pengaruh standar kecantikan media sosial. Selain itu, responden menunjukkan adanya kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain terutama dengan mereka yang dianggap memiliki bentuk tubuh yang ideal, selain mempengaruhi *body image* hasil prelim menunjukkan bahwa adanya peran *social comparison* dalam memperburuk *body image* negatif yang dialami responden. Paparan standar kecantikan yang tidak realistis di media sosial memicu perbandingan sosial yang tidak sehat, sehingga individu tersebut merasa *insecure* dan tidak puas dengan bentuk tubuhnya sendiri.

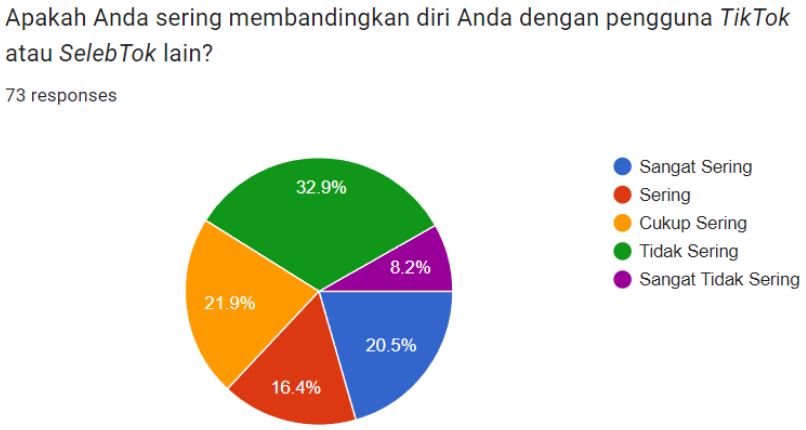
Sebelum terpapar konten TikTok, sebagian besar individu memiliki persepsi tubuh yang cenderung stabil dan netral. Mereka tidak memikirkan apakah tubuh mereka memenuhi standar kecantikan tertentu. Hal ini didukung oleh pernyataan Cash (2000) menyebutkan bahwa *body image* dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan sosial, namun lebih stabil jika tidak ada tekanan eksternal yang kuat. Dalam kondisi ini, individu mungkin merasa nyaman dengan penampilan mereka meskipun memiliki kekurangan, karena belum ada perbandingan intensif dengan standar eksternal yang sering kali tidak realistis. Namun, setelah terpapar konten TikTok, terjadi perubahan signifikan. Paparan standar kecantikan ideal, seperti tubuh langsing dan kulit mulus, memicu ketidakpuasan terhadap tubuh sendiri. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian Fardouly (2015) yang menyatakan bahwa paparan media sosial meningkatkan *social comparison* dalam hal penampilan fisik. Perbandingan sosial ini memperburuk evaluasi diri, yang menyebabkan rasa *insecure*, ketidakpuasan terhadap bagian tubuh tertentu, hingga kecemasan akan kegemukan. Sebagai contoh, seorang individu yang sebelumnya merasa nyaman dengan berat badannya mungkin mulai merasa bahwa berat badan mereka tidak ideal setelah melihat kreator TikTok yang mempromosikan transformasi tubuh cepat atau diet ekstrem.

Lebih lanjut, penelitian Tiggemann & Slater (2013) mengungkapkan bahwa platform media sosial berbasis visual seperti TikTok memiliki dampak lebih besar pada *body disatisfaction* dibanding media sosial berbasis teks. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Meier & Gray (2014) yang menemukan bahwa individu

yang sering terpapar konten idealisme tubuh di sosial media memiliki kemungkinan lebih besar untuk mengembangkan *body dissatisfaction*

Dengan demikian, sebelum melihat konten TikTok, individu mungkin tidak terlalu memikirkan bentuk tubuh mereka dan merasa puas dengan penampilannya. Namun, setelah terpapar konten TikTok, banyak individu mulai membandingkan bentuk tubuh mereka dengan standar kecantikan yang ditampilkan, yang akhirnya memperburuk persepsi tubuh mereka. Perubahan ini menunjukkan peran besar media sosial dalam membentuk *body image* individu, baik secara positif melalui inspirasi gaya hidup sehat maupun negatif melalui pengaturan standar kecantikan yang tidak realistis.

Menurut Schaefer (2013 dalam Simanjuntak & Harahap, 2022) *Social comparison* diartikan sebagai perilaku individu dalam membandingkan dirinya dengan orang lain dalam hal penampilan fisik. Gibbons & Buunk (1999 dalam Waqar dkk., 2023) menjelaskan bahwa *social comparison* adalah kebiasaan membandingkan diri sendiri, prestasi seseorang, pengalaman, dan keadaan dengan orang lain. Sedangkan menurut Festinger (1954 dalam Febrianthi & Supriyadi, 2021) *social comparison* adalah dorongan individu untuk melakukan perbandingan dengan orang lain sebagai cara untuk mengevaluasi diri mereka sendiri. Permatasari & Ansyah (2023) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa *social comparison* merupakan cara bagi individu untuk mengevaluasi apakah citra tubuh secara menyeluruh, termasuk dalam hal menilai dan mengevaluasi apakah citra tubuh sesuai dengan preferensi pribadi atau tidak.



Gambar 1. 4 Jawaban Responden mengenai perbandingan sosial

Banyak dari responden yang membandingkan diri mereka dengan konten yang mereka lihat di *TikTok*. Dapat dilihat dari 73 responden 16 responden menjawab "Cukup Sering", 12 responden menjawab "Sering", 15 responden menjawab "Sangat Sering" dalam hal membandingkan diri mereka dengan pengguna *TikTok* atau *SelebTok* lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah responden membandingkan diri mereka dengan konten yang mereka lihat di *TikTok* sehingga mempengaruhi *body image* melalui proses perbandingan sosial.

Gambar 1. 5 Jawaban Responden mengenai motivasi dan tekanan

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa hampir setengah yaitu 31 responden dari 73 responden yang menjawab bahwa mereka merasa tertekan dengan adanya perbandingan sosial di TikTok. Ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial

memiliki dampak signifikan terhadap perasaan dan persepsi individu tentang tubuh mereka. Lalu mereka diminta untuk menjelaskan pengaruh perbandingan sosial di TikTok terhadap diri atau tubuh mereka, jawaban mereka adalah sebagai berikut:

> "Perasaan ketidakpuasan pada diri sendiri setelah melihat orang yang lebih dari kita sehingga menjadi lebih sering membandingkan diri dengan orang lain"
>
> (Narasumber N, 21 Tahun)

> "Konten yang disajikan di platform ini sering kali menampilkan standar kecantikan dan gaya hidup yang tidak realistis, yang dapat memicu perasaan kurang percaya diri atau tidak puas dengan penampilan diri. Mungkin terkadang merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan tren yang ada"
>
> (Narasumber D, 22 Tahun)

> "Saya sering merasa bahwa kondisi tubuh saya saat ini tidak diterima oleh lingkungan sosial, walaupun teman-teman saya tidak berkata begitu, karena saya sering membandingkan diri saya dengan influencer, secara tidak sadar saya mempunyai ekspektasi yang berlebihan pada diri saya yang terkadang itu tidak sehat"
>
> (Narasumber H, 22 Tahun)

> "Berpengaruh pada motivasi diri untuk merawat dan memperbaiki kekurangan pada tubuh saya"
>
> (Narasumber W, 20 Tahun)

> "Jadi termotivasi untuk olahraga, lebih sering belajar makeup lagi"
>
> (Narasumber E, 20 Tahun)

Dari alasan yang diberikan responden, responden tidak puas dengan diri mereka sendiri setelah melihat orang lain di *TikTok* yang dianggap lebih menarik, ini tercermin dalam pernyataan seperti, "ketidakpuasan terhadap diri sendiri setelah melihat orang yang lebih dari kita". Selain itu, responden juga membandingkan kemampuan mereka dalam menjaga bentuk tubuh dan penampilan dengan pengguna lain di *TikTok*. Mereka merasa tertekan untuk mencapai standar yang sama.

Namun beberapa responden juga termotivasi saat membandingkan diri mereka dengan orang lain di TikTok karena melihat contoh positif dari konten kreator yang memiliki penampilan menarik dapat mendorong mereka untuk merawat dan memperbaiki diri. Misalnya, Narasumber W (20 tahun) dan

Narasumber E (20 tahun) menyatakan bahwa perbandingan sosial ini memotivasi. Ini menunjukkan bahwa perbandingan sosial di TikTok memiliki pengaruh yang beragam, memotivasi beberapa orang untuk memperbaiki diri sementara yang lain merasa tertekan dan tidak puas dengan kondisi tubuh mereka sendiri.

Gambar 1. 6 Jawaban Responden mengenai usaha melampaui

Gambar 1.6 menunjukkan mengenai usaha responden untuk meniru atau melampaui penampilan orang lain di TikTok. Dari 73 responden, 47 res mengaku berusaha untuk meniru atau melampaui penampilan. Hasil ini menunjukan bahwa mayoritas responden terlibat dalam perbandingan sosial yang aktif. Dari hasil tersebut apabila dilihat dari aspek *opinion*, responden berusaha meniru atau melampaui penampilan orang lain karena mereka merasa akan lebih diterima secara sosial atau dianggap lebih menarik oleh orang lain. Hal ini mencerminkan motivasi untuk memperoleh pengakuan sosial dan meningkatkan *self-esteem*, yang merupakan aspek positif dari *social comparison*. Usaha ini bisa memberikan dorongan bagi individu untuk tampil lebih baik dan meningkatkan kepercayaan diri mereka. Sedangkan dalam aspek *ability comparison*, usaha untuk meniru atau melampaui penampilan tersebut merupakan bentuk upaya untuk meningkatkan kemampuan diri agar dapat mencapai atau bahkan melampaui standar yang ditampilkan oleh pengguna TikTok lainnya. Namun, ini juga bisa menjadi tekanan yang negatif, karena jika standar yang ingin dicapai terlalu tinggi atau tidak realistis, individu dapat mengalami stres, rasa tidak puas, dan merasa tertekan.

Festinger (1954 dalam Usmar et al., 2022) menyatakan bahwa perbandingan sosial adalah proses saling memengaruhi dan bersaing dalam interaksi sosial dengan membandingkan kemampuan atau pendapat mereka. *Social comparison* dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yakni perbandingan ke atas (*upward*) dan perbandingan ke bawah (*downward*). Menurut Festinger (1954 dalam Agustiani & Gazi, 2021) menjelaskan perbandingan sosial sebagai keinginan untuk melakukan evaluasi diri dibagi menjadi dua dimensi yaitu membandingkan pendapat (*opinion*) yaitu ketika individu membandingkan diri dengan orang lain dalam aspek opini atau pendapat dan kemampuan (*ability*) yaitu ketika individu membandingkan diri sendiri dengan orang lain dalam aspek kemampuan. Dalam konteks ini individu lebih cenderung membandingkan diri mereka dengan orang – orang yang kurang berhasil dengan tujuan meningkatkan harga diri dan perasaan positif tentang diri sendiri (Panjaitan dkk., 2021).

Proses *social comparison* merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi proses kepuasan individu terhadap bentuk tubuhnya. Melalui *social comparison*, seorang perempuan dapat belajar mengenali konsep ideal yang berlaku dalam masyarakat seperti penampilan yang dianggap menarik serta kecantikan yang diakui oleh sosial. Namun, perbandingan sosial yang tidak sehat dapat mempengaruhi kesehatan mental pengguna media sosial yang akan semakin menimbulkan rasa ketidakpuasan terhadap diri sendiri (Bahrudin, 2023). Ketika individu mulai membandingkan dirinya dengan orang lain, hal tersebut dapat meningkatkan stres dan membuat mereka merasa hidup mereka kurang puas. Penampilan fisik menjadi salah satu faktor penting, terutama bagi wanita. Kehadiran media sosial yang semakin canggih setiap tahunnya memudahkan individu untuk melakukan perbandingan ini. Namun, perbandingan ini juga dapat menjadi motivasi untuk perbaikan diri dan pencapaian pribadi, mendorong individu untuk menjaga penampilan dan kesejahteraan mereka dengan lebih baik.

Social comparison dan *body image* merupakan dua konsep psikologis yang saling terkait erat dalam konteks penggunaan media sosial, seperti *Tiktok*. Menurut Jones (2001 dalam Eka Wahyuni & Ari Wilani, 2019) *social comparison* merupakan salah satu faktor yang mencakup penting dalam pembentukan *body*

image. *Social comparison* merupakan proses individu membandingkan diri mereka dengan orang lain dalam berbagai aspek, termasuk penampilan fisik (Galih Permadi & Waras, 2023). Dalam lingkungan media sosial seperti TikTok, individu dapat terinspirasi oleh standar kecantikan yang ditampilkan oleh orang lain. Hal ini mempengaruhi persepsi mereka terhadap diri sendiri, termasuk *body image*. Ketika merasa termotivasi untuk mencapai standar tersebut, individu cenderung merawat dan memperbaiki penampilan fisik mereka, yang pada akhirnya meningkatkan *body image* dan kepercayaan diri. Namun, begitu juga sebaliknya apabila individu merasa tidak mampu menandingi atau tidak sesuai dengan standar kecantikan yang ditampilkan di media sosial, hal ini dapat menyebabkan perasaan tidak puas terhadap penampilan fisik mereka, yang akan memberikan dampak negatif terhadap *body image* mereka.

Selain itu, penggunaan media sosial juga dapat memicu munculnya perbandingan sosial yang tidak sehat atau tidak realistis. Konten yang dipromosikan di platform *TikTok* sering kali menggambarkan citra tubuh yang ideal atau sempurna, yang mungkin tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya dari individu yang berbagi konten tersebut. Hal ini dapat menciptakan tekanan pada pengguna media sosial untuk mencapai standar kecantikan yang tidak realistis, yang kemudian dapat mempengaruhi persepsi mereka terhadap tubuh mereka sendiri. Namun, konten yang ada juga dapat menginspirasi pengguna untuk merawat dan meningkatkan penampilan mereka. Meskipun standar kecantikan yang ditampilkan mungkin tinggi, hal ini dapat mendorong individu untuk lebih menjaga kesehatan dan kesejahteraan mereka.

Dengan demikian, penelitian tentang hubungan antara *social comparison* dan *body image* pada pengguna *TikTok*, terutama dewasa awal perempuan, menjadi penting untuk memahami bagaimana interaksi dengan media sosial dapat mempengaruhi persepsi tubuh individu dan kesejahteraan mental mereka. Maka dari itu, manusia perlu melakukan *social comparison* dan memperhatikan *body image* karena kedua aspek ini berperan penting dalam pembentukan identitas diri, evaluasi diri, dan kesehatan mental (Marlinda et al., 2022). *Social comparison* membantu individu memahami posisi mereka dalam masyarakat dan menetapkan

tujuan yang realistis dengan membandingkan diri mereka dengan orang lain. Hal ini juga memotivasi mereka untuk mencapai prestasi yang lebih tinggi. Sementara itu, *body image* yang positif berkaitan dengan kesejahteraan mental dan emosional yang lebih baik, serta mendorong perilaku kesehatan yang positif. Penelitian oleh Martinac Dorčić et al. (2023) menunjukkan bahwa perbandingan sosial melalui media sosial berdampak signifikan pada kepuasan terhadap penampilan dan berat badan, sementara Fardouly et al. (2017) menemukan bahwa perbandingan penampilan melalui berbagai media dapat mempengaruhi kepuasan tubuh wanita sehari-hari

Penelitian tentang hubungan antara *social comparison* dan *body image* pada pengguna TikTok, terutama dewasa awal perempuan, menjadi penting untuk memahami bagaimana interaksi dengan media sosial dapat mempengaruhi persepsi tubuh individu dan kesejahteraan mental mereka. Keunikan penelitian ini terletak pada fokusnya pengguna *TikTok*, sebuah platform media sosial yang sedang populer di kalangan dewasa awal terutama di antara Perempuan. Penelitian ini dilakukan di Indonesia, sebuah negara dengan jumlah pengguna TikTok yang sangat tinggi, menjadikannya relevan untuk memahami konteks budaya dan sosial yang mempengaruhi dinamika penggunnaan platform ini. Dengan memusatkan penelitian pada pengguna *TikTok* penelitian ini dapat memberikan wawasan khusus tentang bagaimana dinamika interaksi di platform tersebut mempengaruhi *social comparison* dan *body image*. Hal ini dapat mengisi kesenjangan pengetahuan dalam literatur mengenai dampak media sosial terhadap persepsi tubuh, serta memberikan kontribusi yang berharga dalam memahami hubungan antara fenomena tersebut dalam konteks penggunaan platform media sosial yang spesifik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi praktis dalam membantu individu mengelola dampak negatif dari penggunaan media sosial, tetapi juga memiliki kontribusi akademis dalam pengembangan teori dan pemahaman tentang psikologi media sosial.

1.2. Batasan Masalah

Penelitian ini memaparkan beberapa batasan masalah, sebagai berikut:

a. Subjek penelitian terfokus pada dewasa awal perempuan sebagai subjek penelitian, dengan rentang umur berusia 18 - 25 tahun.
b. Penelitian bersifat kuantitatif dan bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan anata *social comparison* dengan *body image.*

1.3. Rumusan Masalah

Apakah ada hubungan antara *social comparison* dan *body image* pada perempuan dewasa awal pengguna media sosial TikTok?

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar Hubungan antara *Social Comparison* dan *Body Image* pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna Media Sosial TikTok?

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah memberikan sumbangan informasi dan literatur tambahan yang berkaitan dengan *Social Comparison* dan *Body Image* khususnya pada bidang ilmu psikologi sosial

1.5.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Dewasa Awal

   Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengembangkan citra tubuh positif, dengan mengetahui hubungan antara *Social Comparison* dan *Body Image*, individu dapat lebih memahami pentingnya menerima diri dan menghargai keunikan tubuhnya.

b. Bagi Perempuan Pengguna Media Sosial TikTok

   Penelitian ini diharapkan dapat membantu perempuan dewasa awal pengguna TikTok untuk lebih menyadari dampak perbandingan sosial terhadap persepsi tubuh mereka. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana perbandingan sosial mempengaruhi *body image*, mereka dapat lebih kritis dalam menyikapi konten yang mereka lihat, memilih untuk mengikuti akun

yang mempromosikan *body positivity*, dan mengembangkan strategi penggunaan media sosial yang lebih seh