

Pengaruh *Self Esteem* terhadap *Body Image* Remaja Akhir Putri Pengguna Tiktok

Alika Salsabila Rahma*, Siti Qodariah

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*Alikasalsabila2015@gmail.com, siti.qodariah@yahoo.co.id

Abstract. Post-pandemic conditions make teenagers more at home and there is an increase in accessing the internet and social media. Currently, Tiktok application is the most popular and in-demand application among teenagers. The city of Bandung is the city with the tiktok in West Java. One of the content in tiktok is beauty and fashion content where in this content users are presented and facilitated to contain content regarding their own beauty by appearing on the For Your Page (FYP) tiktok. Existence of beauty and fashion that is in great demand among teenagers raises the ideal self so that the term "body goals" among teenagers. Individual social media users who tend to compare themselves with others to get standards like them and are judged to have an impact on self-esteem. Late teens themselves have the characteristics of self-esteem, and young women are considered more vulnerable to self-esteem. This study aims to see how much influence self-esteem on the body image of late teenage girls using the Tiktok in Bandung. The hypothesis in this study is that there is an influence between self-esteem on the body image of late adolescent girls who use the tiktok in the city of Bandung. Collecting data using the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) and Multidimensional Body Self Relations Questionnaire-Appereance Scales (MBSRQ-AS). The subjects of this study were 443 late adolescent female respondents who actively use the tiktok who like to view beauty and fashion on FYP tiktok for 1-2 hours per day and live in the city of Bandung. The data obtained shows that there is an influence between self-esteem on the body image of late teenage girls using the Tiktok in Bandung City by 80.7%.

Keywords: *Self esteem, Body image, Tiktok.*

Abstrak. Kondisi pasca pandemic membuat remaja lebih banyak dirumah dan adanya peningkatan mengakses internet dan media sosial. Saat ini, Aplikasi *Tiktok* adalah aplikasi yang terpopuler dan diminati dikalangan remaja. Kota Bandung adalah kota dengan pengguna aplikasi *tiktok* tertinggi di Jawa Barat. Salah satu konten di aplikasi *tiktok* ini adalah konten *beauty and fashion* dimana pada konten ini pengguna disajikan dan difasilitasi untuk berkonten menyangkut kecantikan diri dengan muncul pada fitur *For Your Page (FYP) tiktok*. Dengan adanya konten *beauty and fashion* yang banyak diminati di kalangan remaja memunculkan *ideal self* sehingga muncul istilah "*body goals*" di kalangan remaja. Individu pengguna media sosial yang cenderung membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain untuk mendapatkan *standard* seperti mereka dan dinilai berdampak pada *self esteem*. Remaja akhir sendiri memiliki ciri khas *self esteem* yang tinggi, dan remaja putri dinilai lebih rentan terhadap *self esteem*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *self esteem* terhadap *body image* remaja akhir putri pengguna aplikasi *tiktok* di Kota Bandung. Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara *self esteem* terhadap *body image* remaja akhir putri pengguna aplikasi *tiktok* di Kota Bandung. Pengumpulan data menggunakan alat ukur *Rosenberg Self esteem Scale (RSES)* dan *Multidimensional Body Self Relations Questionnaire-Appereance Scales (MBSRQ-AS)*. Subjek penelitian ini sebanyak 443 responden remaja akhir putri yang aktif menggunakan aplikasi *tiktok* yang suka melihat konten *beauty and fashion* di *FYP tiktok* selama 1-2 jam per hari dan tinggal di Kota Bandung. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *self esteem* terhadap *body image* remaja akhir putri pengguna aplikasi *tiktok* di Kota Bandung sebesar 80,7%.

Kata Kunci: *Self esteem, Body image, Tiktok .*

A. Pendahuluan

Kondisi pasca pandemic saat ini membuat kegiatan masyarakat tentunya membuat remaja menjadi lebih banyak dirumah dan adanya peningkatan penggunaan media sosial yang signifikan [1]. Saat ini, Aplikasi *Tiktok* adalah aplikasi yang terpopuler dan diminati dikalangan remaja [2], [3]. Aplikasi *tiktok* memiliki banyak konten dan fitur yang bisa di mainkan, ditampilkan, dan dinikmati oleh penggunanya. Penggunaan aplikasi *Tiktok* ini dapat memicu penggunanya untuk berkreasi dengan menyalurkan kreasi dan bakat dirinya seperti dubbing, nyanyi, dan bikin konten yang seru dan unik hingga bisa menjadikan individu tersebut menjadi *influencer* [4]. Berdasarkan data dari periklanan ByteDance, jumlah pengguna *Tiktok* di Indonesia pada tahun 2022 adalah 92,07 juta jiwa [5]. Saat ini kota Bandung adalah kota terbanyak pengguna aplikasi *Tiktok* di Jawa Barat [6]. Rentang usia pengguna *tiktok* terbanyak sebesar 40% dari total keseluruhan rentang usia penggunanya adalah Gen-Z [6], [7]. Demografi pengguna *tiktok* di Indonesia juga di dominasi oleh perempuan yakni sebesar 68% dan laki-laki hanya sebesar 32% [6].

Masa remaja sendiri ialah usia peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa dengan beragam perubahan yang dialami seperti fisik, kognitif, maupun mental dan cenderung lebih banyak bersosialisasi, mencari jati diri, mudah penasaran akan hal baru, serta cenderung ingin menampilkan identitas dirinya [8], [9]. Salah satu konten di aplikasi *tiktok* ini adalah konten *beauty and fashion* dimana pada konten ini pengguna disajikan dan difasilitasi untuk berkonten menyangkut kecantikan diri dengan muncul pada fitur *For Your Page* (FYP) *tiktok*. Dengan adanya konten *beauty and fashion* yang banyak diminati di kalangan remaja memunculkan *ideal self* sehingga muncul istilah "*body goals*" di kalangan remaja sehingga *body image* dinilai sebagai satu hal yang penting [10]. Tidak sedikit kreator di aplikasi *Tiktok* ini yang menampilkan tubuh ideal ke khalayak ramai untuk mendapatkan respon dan likes yang banyak sehingga muncul istilah "*body goals*" di kalangan remaja [11], [12].

Seseorang tentunya memiliki pemikiran, pendapat, bagaimana memaknai dan memberikan penilaian tentang dirinya sendiri mengenai kelebihan dan kekurangan diri sehingga membentuk suatu citra tubuh / *body image* [13]. Jika terdapat kesenjangan antara tubuh dirinya dan gambaran diri ideal pada orang lain akan menyebabkan penilaian yang negatif terhadap tubuhnya sendiri dikarenakan adanya persepsi terhadap "*body goals*" [14]. Dengan adanya "*body goals*" dikalangan remaja ini, remaja dinilai suka membandingkan penampilan dirinya dengan penampilan orang lain yang akan berefek kepada *body image* atau citra tubuhnya [15]. Permasalahan *body image* yang seringkali dialami oleh remaja biasanya berhubungan dengan bentuk tubuh, berat badan, tinggi badan, wajah dan rambut, warna kulit, serta adanya pemikiran mengenai dirinya yang dinilai tidak menarik [16]. Seseorang yang menggunakan aplikasi *tiktok* dengan waktu minimal 1-2 jam perhari dinilai akan berpengaruh terhadap *body image* dirinya [17].

Beberapa penelitian terkait tingkat *Body image* pengguna media sosial pada penelitian-penelitian sebelumnya memiliki perbedaan hasil. Yakni *body image* positif [16], *body image* sedang [12], dan *body image* negatif [18], [19]. Dengan adanya penilaian mengenai bentuk tubuh yang menjadi *standard* penampilan mengakibatkan remaja putri cenderung merasa penampilan fisik dengan bentuk tubuh yang proposional adalah suatu hal yang penting, hal ini mengakibatkan kurangnya rasa percaya diri pada remaja putri, menilai dirinya dari penilaian oranglain, hingga memiliki *ideal self* yang dirasa harus dimiliki setiap perempuan. Tingkat kepuasan tubuh ini dirasa akan berbeda-beda tiap tahunnya karena adanya perbedaan budaya dan perbedaan generasi remaja [14], [20].

Self-Esteem dinilai sebagai kunci terpenting dalam pembentukan perilaku seseorang [21]. *Self esteem* diartikan sebagai penerimaan diri yang berkaitan bahwa kita merasa memiliki diri yang berharga, pantas, mampu dan berguna dengan tidak memperdulikan apa yang telah, sedang, dan atau terjadi nantinya [22]. *Self-Esteem* ini digunakan sebagai acuan *body image* yang menilai dirinya sendiri berdasarkan kemampuan atau penampilan fisiknya [23]. Saat ini, tidak sedikit remaja yang mempunyai *self esteem* rendah sehingga mengakibatkan ketidakmampuan dirinya dalam berinteraksi dengan baik di lingkungan sosialnya [21]. Individu pengguna media sosial yang cenderung membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain untuk

mendapatkan *standard* seperti mereka akan membuat rendahnya *self-esteem* pada individu tersebut [24]. Pada perempuan di fase remaja awal (12-15 tahun) kepuasan dengan bagian tubuh dan penampilan keseluruhan menurun secara signifikan dan meningkat pada fase remaja akhir (16-18 Tahun) [19]. *Self esteem* yang tinggi pun dinilai menjadi ciri pada masa remaja akhir ini [25]. Penelitian lain terkait tingkat *Self-Esteem* pengguna media sosial juga memiliki perbedaan hasil. Kategori *self esteem* pengguna media sosial khususnya remaja akhir yakni berada pada kategori tinggi [2], [25], Kategori sedang [23], [24], [26], dan kategori rendah [15].

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Self esteem* pada remaja akhir putri pengguna *tiktok* di kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran *Body image* pada remaja akhir putri pengguna *tiktok* di kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *Self esteem* terhadap *Body image* pada remaja akhir putri pengguna *tiktok* di kota Bandung?

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas non eksperimental. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah remaja akhir putri pengguna aplikasi *tiktok* di Kota Bandung yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner pada *google form*. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis regresi linier sederhana.

Pengumpulan data menggunakan alat ukur *Rosenberg Self esteem Scale* (RSES) untuk mengukur *self esteem* yang telah diadaptasi oleh Nelan Maroqi (2018) kedalam bahasa Indonesia dengan jumlah item yang valid sebanyak 7 item dengan pilihan jawaban 4 skala likert dan memiliki reliabilitas sebesar 0,870. Alat ukur *Multidimensional Body Self Relations Questionnaire-Appereance Scales* (MBSRQ-AS) untuk mengukur *body image* yang dikembangkan oleh Cash (2000) dan telah diadaptasi oleh Khairani et al., (2019) kedalam bahasa Indonesia dengan jumlah item yang valid sebanyak 13 item dengan pilihan jawaban 5 skala likert dan memiliki reliabilitas sebesar 0,613. Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* yakni *accidental sampling* dengan menggunakan rumus Lemeshow [27] dengan taraf signifikansi 10% yakni minimal 385 orang sampel dan didapati sebanyak 443 responden yang memenuhi kriteria.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Asumsi Normalitas

		Unstandardized residual
N		443
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,00000000
	Std. Deviation	633,253,812
Most Extreme Differences	Absolute	,040
	Positive	,040
	Negative	-,037
Kolmogorov-Smirnov Z		,040
Asymp. Sig. (2-tailed)		,089

a. Test distribution is Normal

b. Calculated from data

Berdasarkan hasil pengujian normalitas pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (sig) yang diperoleh variabel residual adalah $0,089 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal. Dengan kata lain, asumsi normalitas data terpenuhi.

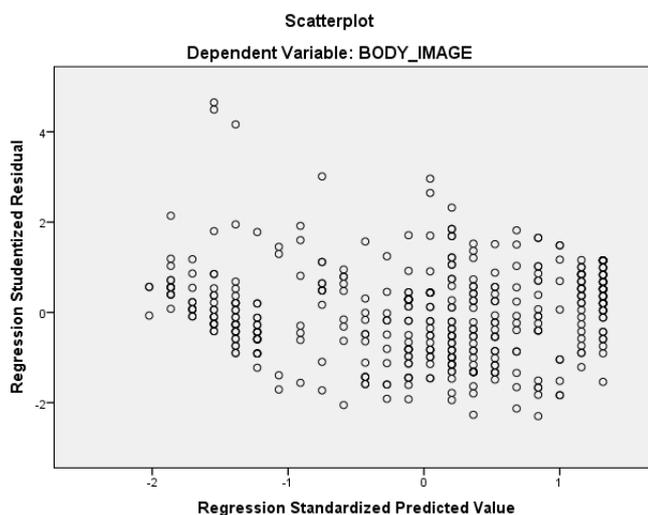
Uji Linearitas

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

	F	Sig.
Deviation from linearity	3,382	0,055

Bersasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *Deviation from Linearity* Sig. adalah 0,055 lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel *Self esteem* (X) terhadap variabel *Body image* (Y).

Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik *Scatterplot* terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas atau berkas data tidak memperhatikan pola tertentu. Titik-titik ini tersebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tingkat *Self Esteem* dan *Body Image* pada Remaja Akhir Putri Pengguna Tiktok di Kota Bandung

Tabel 3. Tingkatan *Self Esteem* pada Remaja Akhir Putri Pengguna Tiktok di Kota Bandung

No	Kategori	Frekuensi	%	Mean
1	<i>Self esteem</i> Rendah	143	32,27%	11,874
2	<i>Self esteem</i> Tinggi	300	67,73%	23,450
Total		443	100%	

Berdasarkan tabel 3, hasil *self esteem* remaja akhir putri pengguna *Tiktok* sebanyak 300 orang (67,73%) memiliki *Self esteem* tinggi dan sebanyak 143 orang (32,27%) memiliki *Self esteem* rendah. Dari perhitungan diatas, *self esteem* remaja akhir putri pengguna aplikasi *Tiktok*

di Kota Bandung mayoritas memiliki *self esteem* yang tinggi sebesar 67,73%.

Tabel 4. Tingkatan *Body image* Pada Remaja Akhir Putri Pengguna Tiktok di Kota Bandung

No	Kategori	Frekuensi	%	Mean
1	<i>Body image</i> Negatif	212	48%	28,019
2	<i>Body image</i> Positif	231	52%	52,242
Total		443	100%	

Berdasarkan tabel 4, hasil *body image* remaja akhir putri pengguna *Tiktok* sebanyak 231 orang (52%) memiliki *Body image* Positif, dan sebanyak 212 orang (48%) memiliki *Body image* Negatif. Dari perhitungan diatas, *body image* remaja akhir putri pengguna aplikasi *Tiktok* di Kota Bandung mayoritas memiliki *body image* yang Positif sebesar 52%.

Tabel 5. Tabulasi Silang Demografi *Self esteem* dan *Body image*

	Mean		<i>Body image</i>				Total
			Negatif		Positif		
			F	%	F	%	
<i>Self esteem</i>	19,71	Rendah	137	30,93%	6	1,35%	143
		Tinggi	75	16,93%	225	50,79%	300

Berdasarkan tabel 5, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 137 orang (30,93%) memiliki tingkat *Self esteem* rendah dan *body image* yang negatif. Sebanyak 75 orang (16,93%) memiliki tingkat *Self esteem* tinggi dan *Body image* yang negatif. Sebanyak 6 orang (1,35%) memiliki *Self esteem* rendah dan *Body image* positif. Sebanyak 225 orang (50,79%) memiliki tingkat *Self esteem* tinggi dan *Body image* positif. Sehingga dapat diketahui pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan tingkat *Self esteem* tinggi dan *Body image* positif.

Jika remaja akhir putri pengguna aplikasi *tiktok* menerima keadaan fisiknya, dapat dalam berkomunikasi dengan orang lain dengan baik, serta percaya diri maka individu tersebut dinilai memiliki *self esteem* yang tinggi dan dinilai mempengaruhi kemampuan seseorang untuk mengkategorikan ukuran tubuh, cara orang menilai penampilan, orientasi penampilan, dan kesenangan pada bagian tubuh yang besar, serta berkurangnya ketakutan akan obesitas atau dengan kata lain individu memiliki *body image* yang positif. Hal ini sejalan dengan teori Hurlock (2006) pada masa remaja akhir, kepuasan tubuh meningkat dan remaja akhir cenderung ke arah identitas diri dan tidak puas ketika menjadi sama dengan orang lain [28].

Pengaruh *Self esteem* terhadap *Body image*

Berikut adalah penelitian mengenai pengaruh *self esteem* terhadap *body image* remaja akhir putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung yang diuji menggunakan teknik analisis regresi sederhana.

Tabel 6. Uji Regresi Linear Sederhana

<i>Coefficients^a</i>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,010	,993		,010	,992
	<i>Self esteem</i>	2,062	,048	,898	42,974	,000

Berdasarkan tabel 6, menunjukkan bahwa tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dinyatakan H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *Self esteem* terhadap *Body image*. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis bahwa adanya pengaruh *self esteem* terhadap *body image* remaja akhir putri pengguna aplikasi *tiktok* di Kota Bandung.

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.807	.807	6,33971

Berdasarkan tabel 7, dapat terlihat bahwa besarnya pengaruh variabel *Self esteem* terhadap *Body image* sebesar 0,807 atau 80,7%. Sedangkan sebanyak 19,3% sisanya merupakan pengaruh yang diberikan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Aplikasi online atau media sosial seringkali membuat individu merasa lebih percaya diri untuk membuat penggunaannya menampilkan dirinya di khalayak umum khususnya dalam konten *beauty and fashion* pada aplikasi *tiktok* karena memiliki berbagai fitur yang mendukung dirinya untuk menampilkan diri sekalipun dirinya memiliki *body image* yang rendah seperti dapat menonaktifkan komentar, tidak menggunakan identitas asli, fitur blokir jika ada orang yang tidak ingin dilihatnya/melihat konten dirinya, berbagai filter yang dapat digunakan oleh dirinya, fitur editing yang dapat digunakan sesuai keinginan, dan lainnya. Lewat media sosial, memungkinkan seseorang untuk tidak bertemu secara tatap muka sehingga merasa lebih nyaman jika mengekspresikan dirinya di media sosial khususnya *tiktok*. Dengan adanya kondisi pasca pandemic ini membuat seseorang lebih banyak menggunakan sosial media khususnya dalam penelitian ini adalah aplikasi *tiktok* yang membuat seseorang dapat lebih banyak kesempatan untuk dapat mengekspresikan dirinya dan meningkatkan citra tubuh maupun harga dirinya [11], [17], [24].

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara *self esteem* terhadap *body image* remaja akhir putri pengguna media sosial *tiktok* di Kota Bandung sebesar 80,7%.
2. Tingkat *self esteem* yang dimiliki oleh remaja akhir putri pengguna media sosial *tiktok* di Kota Bandung mayoritas berada pada kategori tinggi sebesar 67,73%.
3. Tingkat *body image* yang dimiliki oleh remaja akhir putri pengguna media sosial *tiktok* di Kota Bandung mayoritas berada pada kategori positif sebesar 52%.

Acknowledge

Berisi Terima kasih kepada Dr. Siti Qodariah, M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan bantuan bagi peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] K S. A. Machyudin Agung Harahap, "Tren penggunaan media sosial selama pandemi di indonesia," *Prof. FIS UNIVED*, vol. 7, no. 2, 2020.
- [2] Hikmatul Fajrin Anjarsani, *Sensualitas Perempuan Dalam Media Sosial Tiktok (Analisis Isi Pada Akun @dinarcandy25)*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2021.
- [3] D. P. R. Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang," *J. Komun.*, vol. 14, no. 2, pp. 135–148, 2020, doi: 10.21107/ilkom.v14i2.7504.
- [4] Y. R. Fauziah, *Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tiktok di Kota Bandung*, no. 112. Bandung: Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Komputer Indonesia., 2019.

- [5] T. Erfani, "TikTok Ramai Digunakan di Indonesia, Bagaimana Islam Memandangnya." Kumparan.com, Bogor, 2022, [Online]. Available: <https://kumparan.com/tesyaerfani123/tiktok-ramai-digunakan-di-indonesia-bagaimana-islam-memandangnya-1xdZE5MQQ8b/4>.
- [6] Ginee, "Data Pengguna Tiktok." Ginee.com, Online, 2021, [Online]. Available: <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>.
- [7] C. Stephanie, "Jumlah Pengguna Aktif Bulanan TikTok Terungkap." PT. Kompas Cyber Media (Kompas Gramedia Digital Group), 2021, [Online]. Available: <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>.
- [8] N. Mafazi and F. L. Nuqul, "Perilaku Virtual Remaja: Strategi Coping, Harga Diri, Dan Pengungkapan Diri Dalam Jejaring Sosial Online," *J. Psikol.*, vol. 16, no. 2, p. 128, 2017, doi: 10.14710/jp.16.2.128-137.
- [9] A. Diananda, "Psikologi Remaja Dan Permasalahannya," *J. ISTIGHNA*, vol. 1, no. 1, pp. 116–133, 2019, doi: 10.33853/istighna.v1i1.20.
- [10] R. Ramanda, Z. Akbar, and R. A. M. K. Wirasti, "Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori *Body image* Bagi Perkembangan Remaja," *J. EDUKASI J. Bimbing. Konseling*, vol. 5, no. 2, p. 121, 2019, doi: 10.22373/je.v5i2.5019.
- [11] D. Novita, S. Chandra, and R. Oktavianti, "Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok)," *Psychol. J.*, vol. 2 (4), no. EISSN 2958 – 0785, pp. 372–379, 2020.
- [12] E. K. Aristantya and A. F. Helmi, "Citra Tubuh pada Remaja Pengguna Instagram," *Psikol. Univ. gadjah mada*, vol. 5, no. 2, pp. 114–128, 2019, doi: 10.22146/gamajop.50624.
- [13] F. A. K. Mitha Mayestika Kuen, "EKSISTENSI BRAGGADOCIAN BEHAVIOR PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK (STUDI FENOMENOLOGI PADA REMAJA DI KOTA MAKASSAR) Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Indonesia Timur Jurnal Ilmiah Pranata Edu Sudah Sekian lama masyarakat di Indonesia harus berdi," vol. 2, no. 2, pp. 47–55, 2020, doi: <https://doi.org/10.36090/jipe.v2i2.1052>.
- [14] A. U. Denich and Ifdil, "Konsep *Body image* Remaja Putri," *J. Konseling dan Pendidik.*, vol. 3, no. 2, pp. 55–61, 2015, doi: <https://doi.org/10.29210/116500>.
- [15] R. Savira and M. Rifai, "Correlation between TikTok Use and Teenagers ' *Self esteem* Correlation between TikTok Use and Teenagers ' *Self esteem*," *Indones. J. Learn. Stud.*, vol. 2, no. 1, pp. 19–24, 2022, [Online]. Available: <https://dmi-journals.org/ijls/article/view/215/180>.
- [16] A. C. A. Zahra, P. Shanti, and F. D. Hutagalung., "The Influence of Gratitude on *Body image* Among Male Adolescents," *Int. Conf. Psychol.*, vol. 2021, no. ICoPsy 2021, pp. 11–24, 2022, doi: 10.18502/kss.v7i1.10197.
- [17] G. M. Hulsing, "Triggerwarning : *Body image*," *Commun. Sci.*, no. June, pp. 1–78, 2021, [Online]. Available: http://essay.utwente.nl/86504/1/Huelsing_BA_BMS.pdf.
- [18] M. Nourmalita, "Pengaruh Citra Tubuh terhadap Gejala *Body Dismorphic Disorder* yang Dimediasi Harga Diri pada Remaja Putri," *Semin. ASEAN 2 nd Psychol. Humanit. 2 nd Psychol. Humanit.*, pp. 19–20, 2016, [Online]. Available: mpsi.umm.ac.id/files/file/546-555_melina.pdf.
- [19] Thomas F. Cash, *Body image A Handbook of Science, Practice, and Prevention*, Second Edi. New York, United States of America: Guilford Publications, Inc., 2011.
- [20] C. Hadinata, *Hubungan self-presentation dengan kepuasan tubuh remaja pada smp x*. Jakarta: Universitas Tarumanagara, 2020.
- [21] M. Liskasiwi, K. Astuti, M. Liskasiwi, and K. Astuti, "HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI (*SELF ESTEEM*) DENGAN KECEMASAN RELATIONSHIP BETWEEN *SELF ESTEEM* WITH SOCIAL ANXIETY IN," 2020.

- [22] N. N. Santi, "Dampak Kecenderungan Narsiscisme Terhadap *Self esteem* Pada Pengguna Facebook Mahasiswa Pgsd Unp," *J. Dimens. Pendidik. dan Pembelajaran*, vol. 5, no. 1, pp. 25–30, 2017, [Online]. Available: <http://journal.umpo.ac.id/index.php/dimensi/article/view/319>.
- [23] L. H. Putri and Isrofins, "Perilaku Narsisme dan Harga Diri Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Siswa SMA," vol. 8, no. 1, pp. 49–73, 2021.
- [24] C. C. Yee and S. Surat, "Pengaruh Media Sosial Influencer Terhadap Estim Kendiri Pelajar Remaja [the Influence of Social Media Influencer on Adolescent Student'S Self-Esteem]," *Int. J. Adv. Res. Islam. Stud. Educ. (ARISE)*, vol. 2, no. 1, p. 2021, 2021, [Online]. Available: <https://myedujournal.com/index.php/arise/article/view/96/99>.
- [25] R. N. F. Nissa and I. Hatta, "Hubungan Self-Esteem dengan Perilaku Cyberbullying pada Remaja Pengguna Media Sosial Twitter," *Bandung Conf. Ser. Psychol. Sci.*, vol. 2, no. 1, pp. 167–173, 2022, doi: <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i1.886>.
- [26] C. T. Septiyuanza, *Perbandingan Sosial Dan Harga Diri Pengguna Media Sosial Pada Mahasiswa*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2021.
- [27] E. Rt, G. Rn, G. Dm, P. Health, H. Dw, and L. Sk, "Besar Sampel dan Teknik Sampling [Sample Size and Sampling Techniques]," vol. 97, no. 5, pp. 819–824, 2007.
- [28] E. B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, Five Editi. Erlangga, 2006.
- [29] Putri, Balqis Andini, Wahyudi, Hedi. (2022). Hubungan Antara *Problematic Internet Use* dengan *Subjective Well Being* Anak dan Remaja. *Jurnal Riset Psikologi*, 2(1), 13-20.