

Pengaruh *Body Image* terhadap *Self Confidence* pada Remaja Putri Pengguna Tiktok

Diani Auli Syalsadila*, Endah Nawangsih

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

*dianiaulisalsadila@gmail.com , endah.nawangsih@unisba.ac.id

Abstract. Adolescence is a period of developmental transition between childhood and adulthood, where physical and psychological development occurs. Because teenagers pay more attention and make judgments about their body appearance, especially in young women who have a stronger perception of body image which can affect self-confidence. In this era of globalization, technological developments are very rapid, social media can affect body image and self-confidence problems. Teenagers will compare their appearance with the standards generated on social media. One of the social media that has the most influence on this problem is Tiktok. This study aims to obtain the results of a study on the effect of body image on self-confidence in adolescent girls using tiktok in the city of Bandung. The hypothesis in this study is that there is an effect of body image on self-confidence in adolescent users of tiktok in Bandung. The subjects of this study were 384 young women using tiktok in the city of Bandung. This study uses the Multidimensional Body Self Relations Questionnaire-Appereance Scales (MBSRQ-AS) scale which was adapted by Khairani, Hannan, & Amalia (2019) and the Self Confidence Scale which was adapted by Setiawan (2020). The analysis technique used is simple linear regression. The results of this study found that body image has a significant effect on self-confidence with a positive influence direction and a coefficient of 17.9%.

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

Abstrak. Masa remaja merupakan periode transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, dimana terjadi perkembangan fisik dan psikologis. Hal tersebut mengakibatkan para remaja lebih memperhatikan dan membuat penilaian terhadap penampilan tubuhnya, khususnya pada remaja putri yang memiliki persepsi lebih kuat terhadap *body image* yang dapat mempengaruhi *self confidence*. Pada era globalisasi ini perkembangan teknologi sangatlah pesat, media sosial dapat berpengaruh terhadap permasalahan *body image* dan *self confidence*. Remaja akan membandingkan penampilan dirinya dengan standar yang dihasilkan di media sosial. Media sosial yang paling berpengaruh terhadap permasalahan ini salah satunya adalah Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh hasil kajian tentang pengaruh *body image* terhadap *self confidence* pada remaja putri pengguna tiktok di Kota Bandung. Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh *body image* terhadap *self confidence* pada remaja pengguna tiktok di Kota Bandung. Subjek penelitian ini adalah 384 remaja putri pengguna tiktok di Kota Bandung. Peneliti melakukan pengambilan data menggunakan skala *Multidimensional Body Self Relations Questionnaire-Appereance Scales* (MBSRQ-AS) yang telah diadaptasi oleh Khairani, Hannan, & Amalia (2019) dan skala Kepercayaan diri (*Self Confidence Scale*) yang telah diadaptasi oleh Setiawan (2020). Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *body image* secara signifikan memiliki pengaruh terhadap *self confidence* dengan arah pengaruh positif dan koefisien sebesar 17,9%.

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

A. Pendahuluan

Masa remaja merupakan masa transisi perkembangan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa dengan perubahan kognitif, biologis dan sosial ekonomi (Santrock, 2017). Pada usia 15-18 tahun remaja mengalami banyak perubahan secara kognitif, hormonal, emosional, sosial, fisik, maupun psikologis (Denich, Ifdil, & Ilyas, 2017). Hal sesuai dengan pernyataan Santrock (2017) yang menyatakan remaja sering mengalami krisis identitas yang membuatnya menjadi agresif, konflik antara perilaku dan sikap, tidak stabil emosi yang mudah goyah, gegabah dalam bertindak, dan sensitif. Perubahan fisik yang terjadi pada remaja akan berakibat pada sikap dan perilakunya, salah satu dampaknya yaitu dapat menimbulkan hilangnya rasa kepercayaan diri (Denich, Ifdil, & Ilyas, 2017). Hal tersebut dikarenakan masih banyak remaja yang tidak merasa puas dan tidak menerima perubahan fisik yang terjadi pada dirinya (Tambunan, Rini, & Pratitis, 2021).

Kepercayaan diri (*self confidence*) merupakan perspektif individu dan perasaan keyakinan, keberanian individu pada kemampuan yang dimiliki yang meliputi kemampuan intelektual, penampilan diri, perasaan, dan kekuatan fisik yang dimiliki (Rahayuningdyah, 2016). Kepercayaan diri muncul dari kesadaran individu bahwa individu memiliki tekad untuk melakukan apapun hingga tujuan yang diinginkan tercapai (Denich, Ifdil, & Ilyas, 2017). Kepercayaan diri merupakan sesuatu yang melekat pada diri individu. Lauster (2002) menyatakan terdapat 5 aspek dalam kepercayaan diri yaitu percaya akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realitis. Kepercayaan diri (*self confidence*) membantu individu untuk mengaktualisasikan potensi yang dimilikinya (Tambunan, Rini, & Pratitis, 2021).

Kepercayaan diri yang dimiliki individu idealnya berada pada kategori tinggi dimana individu merasa mampu untuk mengembangkan segala aspek yang ada dalam dirinya, namun pada kenyataan masih terdapat banyak remaja yang masih memiliki rasa percaya yang rendah (Denich, Ifdil, & Ilyas, 2017). Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Adiasih (2015) yang menunjukkan bahwa kepercayaan diri remaja tergolong rendah, dengan hasil sebanyak 9,7 % berada pada kategori tinggi, 24,2 % berada pada kategori tinggi, 37,1% berada pada kategori sedang, 22,6 berada pada kategori rendah, dan 6,5% berada dikategori sangat rendah. Hasil penelitian yang dilakukan Adiasih (2016) cenderung berada pada kategori sedang yang tergolong rendah.

Mayoritas remaja lebih memperhatikan aspek penampilan fisik dibandingkan dengan aspek lainnya, masih banyak diantara remaja yang tidak menyukai penampilan fisiknya (Denich, Ifdil, & Ilyas, 2017). Khususnya pada remaja putri yang memiliki persepsi lebih kuat terhadap tubuhnya, sehingga membuat remaja putri semakin memperhatikan bentuk tubuhnya dan menyibukkan diri untuk kepuasan akan penampilannya. (Tatangelo et al, 2015). Adanya penilaian mengenai standar tubuh pada remaja putri yang mementingkan bentuk tubuh yang ideal dan proposional, hal tersebut dapat mempengaruhi rasa kepercayaan remaja putri menjadi rendah. Remaja putri memberikan persepsi dan gambaran terhadap bentuk fisik yang dimilikinya, lalu beranjak pada penampilan fisik orang lain hingga standar tubuh ideal yang harus dimiliki pada setiap wanita (Ifdil, dkk, 2017).

Menurut Tatangelo et al (2015) *body image* adalah sikap individu mengenai bentuk tubuh, penampilan tubuh, ukuran tubuh, dan fungsi potensi tubuh baik secara sadar maupun tidak sadar. Permasalahan *body image* yang dialami remaja terkait dengan, bentuk tubuh, tinggi badan, berat badan, warna kulit, permasalahan pada rambut dan wajah, serta merasa tidak semenarik orang lain (Zahra & Shanti, 2021).

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2021) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara *body image* dengan kepercayaan diri, artinya yaitu adanya pengaruh antara *body image* dan kepercayaan diri. Kepercayaan diri dibentuk oleh *body image* sebesar 55,9%. Oleh karena itu semakin positif *body image* maka akan semakin tinggi kepercayaan diri begitupun sebaliknya semakin negatif *body image* maka semakin rendah pula kepercayaan diri yang dimiliki. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuliati, Ariasti, & Sari (2013) yang menyatakan bahwa meskipun remaja berada pada kategori badan badan berlebih dan merasa tidak ideal, tetapi mereka tetap memiliki kepercayaan diri dan konsep diri

yang tinggi karena dapat menerima dan menyadari segala kekurangan serta kelebihanannya, merasa setara dengan orang lain dan menerima pujian tanpa rasa malu.

Menurut Stojcic (2020) teori yang umumnya digunakan untuk menjelaskan perkembangan *body image* adalah *Tripartite Influence Model*, yaitu teman sebaya, orang tua, dan media. Remaja akan membandingkan dirinya dengan teman sebayanya ataupun dengan *figure* yang ada di media sosial yang berdampak pada penilaian remaja pada *body image*nya (Hogue & Mills, 2019).

Fenomena mengenai *body image* dan *self confidence* yang terjadi pada remaja putri seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Tambunan, Rini, & Pratitis (2021) yang dilakukan pada siswa putri yang berusia 17 tahun di SMA Surabaya menunjukkan bahwa masih terdapat banyak remaja putri yang merasa tidak percaya diri dan tidak puas terhadap keadaan penampilan fisiknya. Fenomena tersebut dilatarbelakangi oleh fenomena perkembangan zaman yang menimbulkan semakin banyak gambaran mengenai kondisi fisik ideal menurut pandangan orang lain yang membuat remaja memiliki pandangan pada fisiknya mengikuti model-model yang ada di media sosial dan media massa (Tambunan, Rini, & Pratitis, 2021).

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat berdampak pada perkembangan *body image* yang membuat masyarakat semakin mudah mengakses informasi mengenai standar tubuh yang ideal khususnya pada remaja putri. Media sosial membuat remaja terus menerus mengidentifikasi tubuh ideal yang ditunjukkan dalam media sosial tersebut (Wiranatha & Supriyadi, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Coen et, al. (2021), menjelaskan bahwa paparan media sosial adalah salah satu faktor pendorong terjadinya permasalahan *body image* yang dialami oleh remaja. Pengaruh media sosial signifikan dengan bentuk tubuh, berat badan, serta kekhawatiran individu mengenai makanan. Saat remaja membandingkan penampilannya, seorang individu akan membandingkan dirinya dengan standar yang dihasilkan di media sosial (Convertino et. al, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Coen et, al. (2021) sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Barron et. al (2021) yang membuktikan bahwa terdapat hubungan antara paparan media sosial dengan ketidakpuasan individu terhadap kondisi fisiknya dan terdapat pengaruh antara konten penampilan dengan *body image*.

Fenomena berkembangnya media sosial yang berpengaruh pada permasalahan *body image* yang dialami generasi muda yaitu dengan adanya aplikasi yang sedang sangat populer dan diminati terutama oleh kalangan remaja hingga dewasa yaitu aplikasi *Tiktok* (Adawiyah, 2020). Menurut *Head of Public Policy Tiktok Indonesia* penggunaan *tiktok* di Indonesia didominasi oleh kalangan remaja dengan rentang usia 14 – 24 tahun (Rakhmayanti, 2020). Menggunakan aplikasi *tiktok* selama 1-2 jam dapat mempengaruhi *body image* karena dapat memperburuk *body image* seseorang yang terus-menerus melihat konten berbahaya bagi *body image* seperti membandingkan dirinya dengan orang lain (Hulsing, 2021).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Liu (2021) menyatakan bahwa *tiktok* dipenuhi dengan konten atau *trend* yang menampilkan tubuh ideal yang tidak realistis demi membuatnya menarik, video-video tersebut menunjukkan stereotip mengenai standar kecantikan seperti menutupi jerawat dengan menggunakan *effect* atau *filter*, adapun konten yang memperlihatkan tubuh gemuk dan menunjukkan rasa malu terhadap bentuk tubuhnya sehingga mengubah penampilan menjadi “tubuh yang sempurna” yang dapat diterima oleh orang lain, hal ini menjadi sebuah *trend* dan menyebabkan pandangan negatif terhadap *body image*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fauziah (2019) menunjukkan bahwa *tiktok* ini dapat meningkatkan percaya diri pada remaja pengguna *tiktok* di Kota Bandung, karena *tiktok* menjadi tempat untuk para remaja mengasah kreativitasnya, untuk mengekspresikan diri, dan mengikuti trend yang ada di aplikasi *tiktok* tersebut.

Menurut pendapat yang dikemukakan oleh Fauziah (2019) menyatakan bahwa *tiktok* dapat meningkatkan rasa percaya diri, berbanding terbalik dengan penelitian internasional yang dilakukan oleh Liu (2021) yang menyatakan bahwa *tiktok* dipenuhi dengan konten atau *trend* yang menampilkan tubuh ideal yang tidak realistis demi membuatnya menarik menimbulkan pandangan negatif terhadap *body image*. Video-video dalam *tiktok* tersebut membuat pengguna menjadi cemas mengenai kehidupannya terhadap ketidakpuasan yang dirasakan. Akibatnya hal

tersebut mempengaruhi pengguna yang seringkali membandingkan kehidupannya dengan orang lain (Liu, 2021).

Provinsi Jawa Barat termasuk kedalam urutan ke-3 pengguna *tiktok* terbanyak di Indonesia yaitu dengan presentase 13% (Ginee, 2021). Aplikasi *tiktok* menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diminati dan digunakan oleh remaja Kota Bandung dalam menunjukkan eksistensi diri di lingkungan pergaulannya. *Tiktok* ini diyakini sebagai wadah untuk menunjukkan ekspresi diri para remaja karena dapat meningkatkan kepercayaan diri, menghilangkan stres, mengembangkan kreativitas, menunjukkan bakat dan mengikuti trend yang ada di aplikasi *tiktok* (Fauziah, 2019).

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

1. Bagaimana gambaran *body image* pada remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran *self confidence* pada remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *body image* terhadap *self confidence* pada remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung?

B. Metodologi Penelitian

Body image adalah sejauh mana ketepatan penilaian individu mengenai pikiran, kesadaran, perilaku terhadap tubuhnya sendiri yang dapat diwujudkan dengan evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), orientasi penampilan (*appearance orientation*), kepuasan terhadap bagian tubuh (*body area satisfaction*), kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*), dan pengkategorian ukuran tubuh (*self-classified weigh*) (Cash, 2004).

Self Confidence merupakan seberapa yakin individu terhadap kemampuannya untuk dapat bertindak dengan sesuai kehendaknya dan bertanggung jawab yang dapat diwujudkan dengan percaya akan kemampuan diri, optimis, obyektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis (Lauster 2002).

Rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas. Penelitian kausalitas merupakan penelitian mengenai hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil kajian mengenai pengaruh kedua variabel yaitu, *body image* terhadap *self confidence*.

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja putri berusia 16-18 tahun di Kota Bandung, serta menggunakan *tiktok* selama 1-2 jam dalam satu hari. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* di media sosial. Selanjutnya karena peneliti menggunakan *accidental sampling*, maka siapa saja yang melihat kuesioner tersebut dan termasuk pada kriteria dapat dijadikan sampel penelitian. Dari total 430 responden yang mengisi kuesioner, setelah dilakukan *data cleaning* guna menghapus sampel yang termasuk *missing value* hanya terdapat 384 responden yang termasuk dalam kriteria responden. Maka selanjutnya peneliti melakukan pengolahan data berupa uji regresi sederhana hanya pada 384 responden.

Pada penelitian ini, untuk mengukur *body image* menggunakan alat ukur *Multidimensional Body Self Relations Questionnaire-Appereance Scales* (MBSRQ-AS) yang dikembangkan oleh Cash (2000) dan telah diadaptasi oleh Khairani, Hannan, & Amalia (2019) kedalam bahasa Indonesia. Alat ukur ini terdiri atas lima aspek yaitu: evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), orientasi penampilan (*appearance orientation*), kepuasan terhadap bagian tubuh (*body area satisfaction*), kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*), dan pengkategorian ukuran tubuh (*self-classified weigh*). Estimasi reliabilitas skala *body image* ini diuji oleh Khairani, Hannan, & Amalia (2019), diperoleh melalui teknik *Alpha Cronbach* dengan angka koefisien reliabilitas Alpha sebesar 0,613 dengan jumlah item yang valid sebanyak 13 aitem. Skala pengukuran dijawab dengan lima point mulai dari sangat sesuai hingga sangat tidak sesuai.

Kemudian untuk mengukur *self confidence* menggunakan alat ukur Skala Kepercayaan diri (*Self Confidence Scale*) Lauster (2002) yang diadaptasi oleh Setiawan (2020) terdiri dari lima aspek kepercayaan diri yaitu kemampuan diri, optimis, objektif, tanggung jawab,

rasional dan realistis. . Reliabilitas pada Alat ukur Skala Kepercayaan diri (*Self Confidence Scale*) sebesar 0,799 dengan jumlah aitem pertanyaan sebanyak 15 aitem.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tabel 1. Data Demografi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan

Durasi (Jam)	n	%
1-2 Jam	213	55,5
>2 Jam	171	44,5
Total	384	100

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1651.572	1	1651.572	83.446	.000 ^b
	Residual	7560.584	382	19.792		
	Total	9212.156	383			

a. Dependent Variable: SELF CONFIDENCE

b. Predictors: (Constant), BODY IMAGE

Berdasarkan tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai F hitung adalah 83.446 dengan tingkat signifikansi sebesar $.000 < 0.5$, maka terdapat pengaruh variabel body image terhadap variabel self confidence.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.15	1.08		26.987	0
	BODY IMAGE	0.216	0.024	0.423	9.135	0

a. Dependent Variable: Self Confidence

Berdasarkan data pada tabel 4.7, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar ,000. Dimana ,000 < 0,05 yang berarti signifikan. Artinya *body image* berpengaruh terhadap *self confidence* pada remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Sederhana

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	0.179	0.177	4.449

A. Predictors: (Constant), Body Image

B. Dependent Variable: Self Confidence

Berdasarkan data pada tabel 4.8 menjelaskan bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0,423 dan

koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,179. Yang memiliki makna bahwa pengaruh variabel *body image* terhadap variabel *self confidence* sebesar 17,9%.

Tabel 5. Hasil Tabulasi Silang

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1343.957 ^a	1196	0.002
Likelihood Ratio	794.645	1196	1
Linear-by-Linear Association	68.665	1	0
N of Valid Cases	384		

a. 1269 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .00.

Berdasarkan data pada tabel 4.6, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar ,002. Dapat dijelaskan bahwa ,002 < 0,05 berarti *body image* dan *self confidence* memiliki hubungan yang signifikan.

Tabel 6. Data Distribusi Frekuensi *Body Image*

		N	%
Valid	Negatif	69	18
	Positif	315	82
	Total	384	100

Berdasarkan deskripsi kategorisasi pada tabel 4.10, dapat diketahui bahwa terdapat sebanyak 315 responden atau 82% yang memiliki *body image* positif dan sebanyak 69 responden atau 18% yang memiliki *body image* negatif.

Tabel 4. Data Distribusi Frekuensi *Self Confidence*

		N	%
Valid	Rendah	133	34.6
	Tinggi	251	65.4
	Total	384	100.0

Berdasarkan deskripsi kategorisasi pada tabel 4.12, dapat diketahui bahwa terdapat sebanyak 251 responden atau 65,4% yang memiliki *self confidence* yang tinggi dan sebanyak 133 responden atau 34,6% yang memiliki *self confidence* rendah.

Pada analisis dekriptif dalam penelitian yang dilakukan ditemukan bahwa mayoritas remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung memiliki *body image* yang positif. Artinya remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung dapat menerima dan menghargai bentuk tubuh alami yang dimiliki, merasa nyaman dan percaya diri dengan bentuk tubuh, tidak menghabiskan banyak waktu untuk mengkhawatirkan tentang berat badan atau bentuk tubuh, menerima dan menghargai perbedaan tubuh (Sumanty, Sudirman & Puspasari, 2018).

Cash (2004) mengemukakan bahwa terdapat 5 dimensi dalam *body image* yaitu, evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh. Pada hasil penelitian yang dilakukan, dimensi yang memiliki nilai tertinggi adalah evaluasi penampilan, hal ini dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung tingginya *body image* pada remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung, dimana para remaja mampu mengukur kepuasan dan ketidakpuasan penampilannya secara keseluruhan dan dapat menilai perasaan positif pada keseluruhan dan evaluasi penampilannya. Hasil penelitian yang telah dilakukan sejalan dengan penelitian Tafdihla & Chania (2020) yang menunjukkan hasil bahwa *body image* remaja putri umumnya berada pada

kategori positif.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *self confidence* remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung mayoritas berada di kategori tinggi. Artinya remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung dapat mengarahkan dirinya kepada hal-hal yang positif, menerima kemampuan diri maupun lingkungan secara yakin dan bebas, serta memiliki sifat yang optimis. Hal tersebut sesuai dengan aspek-aspek *self confidence* yang dijelaskan oleh Lauster (2002) dimana individu dapat percaya akan kemampuan yang dimiliki sehingga individu dapat melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuannya, optimis dalam menghadapi segala hal mengenai diri dan kemampuan yang dimiliki, obyektif atau memandang suatu permasalahan dengan kebenaran sebenarnya, bertanggung jawab untuk menanggung segala sesuatu, serta rasional dan realistis terhadap suatu masalah.

Pada variabel *self confidence*, dimensi yang memiliki nilai tertinggi adalah objektif, hal ini dapat menjadi salah satu faktor yang mendukung tingginya *self confidence* pada remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung yang menunjukkan bahwa para remaja putri dapat percaya diri dalam memandang segala sesuatu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, bukan menurut kebenaran atau penilaian dari diri sendiri. Hasil penelitian juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdilah & Masykur (2021) yaitu diperoleh 76 responden yang memiliki kepercayaan diri tinggi dari jumlah sampel 100 orang. Berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan Adiasih (2015) yang menunjukkan kepercayaan diri remaja berada pada kategori sedang bahkan tergolong rendah, artinya masih terdapat remaja yang memiliki *self confidence* rendah. Rasa kepercayaan diri yang rendah dapat disebabkan karena remaja merasa khawatir, ketakutan, rasa tidak yakin terhadap kemampuan diri sendiri yang diiringi, cemas, dan tidak memahami kelebihan serta kelemahan diri sendiri (Musrani, 2020). Rendahnya kepercayaan diri akan berdampak pada remaja yang akan merasa tidak berarti, tidak berharga, dan berkecil hati di hadapan orang lain. Selain itu, individu akan mengalami ketakutan ketika membuat kesalahan, kemudian berkecil hati saat orang lain ketika menertawakannya, bahkan ketidakmendapatkan kritikan dari orang lain, kepercayaannya akan semakin menurun (Abdillah & Masykur, 2021).

Berdasarkan hasil analisis pada variabel *body image* dan *self confidence* yang dianalisis menggunakan teknik analisis regresi sederhana, hasil menunjukkan terdapat pengaruh *body image* terhadap *self confidence* pada remaja pengguna *tiktok* di Kota Bandung. Arah pengaruh *body image* dan *self confidence* bersifat positif. Sumbangan efektif variabel *body image* terhadap *self confidence* pada penelitian ini sebesar 21,6% dan didapatkan hasil bahwa variabel *body image* dan *self confidence* memiliki hubungan yang signifikan. Oleh karena itu semakin positif *body image* maka semakin tinggi kepercayaan diri begitupun sebaliknya semakin negatif *body image* maka semakin rendah pula kepercayaan diri yang dimiliki (Tambunan, Rini, & Pratitis, 2021). Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung menyadari dan memahami penggunaan media sosial *tiktok* dengan baik dan benar.

Salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi individu penampilan dan kepercayaan diri individu adalah media sosial atau media massa. Penilaian remaja terhadap *body image* baik penilaian positif maupun negatif dipengaruhi oleh media sosial yang terus menerus memberikan informasi standar tubuh yang ideal. Salah satu media sosial yang dapat mempengaruhi *body image* dan *self confidence* adalah *tiktok*. Hasil penelitian yang dilakukan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauziah (2019) yang menyatakan bahwa *tiktok* dapat meningkatkan *self confidence* pada remaja pengguna *tiktok* di Kota Bandung, sesuai dengan pernyataan Saiphoo (2019) yang mengungkapkan bahwa media sosial memiliki dampak yang positif terhadap *body image* dan *self confidence*. Namun, hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian internasional yang dilakukan Liu (2021) yang menyatakan bahwa *tiktok* dipenuhi dengan konten atau *trend* yang menampilkan tubuh ideal yang tidak realistis demi membuatnya menarik menimbulkan pandangan negatif terhadap *body image*, dimana hal tersebut juga mempengaruhi *self confidence* menjadi rendah. Video-video dalam *tiktok* tersebut membuat pengguna menjadi cemas mengenai kehidupannya terhadap ketidakpuasan yang dirasakan. Akibatnya hal tersebut mempengaruhi pengguna yang seringkali membandingkan kehidupannya dengan orang lain (Liu, 2021).

Penelitian terdahulu membuktikan bahwa *body image* berpengaruh terhadap *self confidence* pada remaja putri, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Khikmah (2017) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *body image* dan *self confidence* pada remaja putri. Dikuatkan oleh penelitian Pratiwi (2021) yang menunjukkan adanya pengaruh antara *body image* terhadap *self confidence* sebesar 55,9%. Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *body image* dapat mempengaruhi *self confidence* remaja putri. Begitu pula dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil hipotesis penelitian ini diterima yaitu terdapat pengaruh *body image* terhadap *self confidence* pada remaja pengguna *tiktok* di Kota Bandung dengan arah positif, sehingga semakin positif *body image* maka akan semakin tinggi kepercayaan diri begitupun sebaliknya semakin negatif *body image* maka semakin rendah pula kepercayaan diri yang dimiliki remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada variabel *body image* menunjukkan bahwa mayoritas remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung memiliki *body image* positif.
2. Berdasarkan hasil data yang diperoleh pada variabel *self confidence* menunjukkan bahwa mayoritas remaja putri pengguna *tiktok* di Kota Bandung memiliki *self confidence* tinggi.
3. Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana, hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *body image* terhadap *self confidence* pada remaja pengguna *tiktok* di Kota Bandung. Arah pengaruh *body image* dan *self confidence* bersifat positif.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut serta membantu dan berkontribusi sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan dan diselesaikan pada tepat waktu.

Daftar Pustaka

- [1] Adiasih, L. (2015). Hubungan Antara Pola Asuh Orang Tua Dengan Kepercayaan Diri Siswa Di SMAN 1 Tarusan. Universitas Negeri Padang.
- [2] Abdillah, S.H., & Masykur, A.M. (2021). Hubungan Antara *Body Image* Dengan Kepercayaan diri Pada Remaja Siswa Kelas XI SMAN 6 Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Empati*, 10(4), 300-104. <https://doi.org/10.14710/empati.2021.32607>
- [3] Barron, A. M., Krumrei-Mancuso, E. J., & Harriger, J. A. (2021). The effects of fitspiration and selfcompassion Instagram posts on body image and self-compassion in men and women. *Body Image*, 37, 14–27. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.003>
- [4] Coen, J. De, Verbeken, S., & Goossens, L. (2021). Media influence components as predictors of children ' s body image and eating problems : A longitudinal study of boys and girls during middle childhood. *Body Image*, 37, 204–213. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.001>
- [5] Convertino, D.A., Rodgers, R.F., Franco, D.L. & Jodoin, A.(2016). An evaluation of the Aerie Real campaign: Potention for promoting positive Body Image. *Journal od Health Psychology*. <https://doi.org/10.1177%2F1359105316680022>
- [6] Denich, A. U., & Ifdil. (2015). Konsep *Body Image* Remaja Putri. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 3(2), 55-61. <https://doi.org/10.29210/116500>
- [7] Fauziah, Y. R. (2019). Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 112, 1–2.
- [8] Ginee. (2021). Penggunaan Tiktok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar!. Di akses melalui <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/> pada tanggal 9 Januari 2021.
- [9] Hogue, J.V. Mills, J.S. (2019). The Effect Of Actove Social Media Engagement With Peers On Body Image In Young Women. *Body Image*, 28, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.11.002>

- [10] Hülsing, Greta M.. (2021). A Qualitative Study On The Influences Of Tiktok Consumption On The Body Image Of Adolescents. *Thesis*. Faculty of Behavioral, Management and Social Science (BMS): University of Twente.
- [11] Ifdil, T., & Ardi, Z. (2013). Kondisi Stres Akademik Siswa SMA Negeri di Kota Padang. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 1(2), 143-150. <https://doi.org/10.29210/12200>
- [12] Khairani, A.P, Hannan., & Amalia, L. (2019). Pengembangan Alat Ukur Skala Citra Tubuh. *Proyeksi: Jurnal Proyeksi*, 13 (2), 195-205. <http://dx.doi.org/10.30659/jp.14.2.195-205>
- [13] Lauster, P. (2002). Tes Kepribadian (alih bahasa: D.H. Gulo). Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- [14] Liu, J. (2021). The Influence of the Body Image Presented Through Tiktok Trend-Videos and Its Possible Reasons. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 559, (359-363). doi.org/10.2991/assehr.k.210609.072
- [15] Pratiwi, L.R. (2021). Pengaruh *Body Image* Terhadap Kepercayaan Diri Pada Remaja *Modelling Di Andika Production*. Universitas Medan Area.
- [16] Rakhmayanti, I. (2009). Pengguna *Tiktok* di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y. Diakses melalui <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y#:~:text=JAKARTA> pada tanggal 12 Desember 2021
- [17] Santrock, J.W. (2017) Psikologi Pendidikan Edisi Kedua. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- [18] Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A Meta-Analytic Review Of The Relationship Between Social Media Use And Body Image Disturbance. *Computers In Human Behavior*, 101, 259-275.
- [19] Setiawan, B.W.. (2020). Hubungan Antara *Body Image* Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Awal. Semarang: Fakultas Psikologi, Universitas Semarang.
- [20] Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Refika Aditama.
- [21] Tambunan, V. A., Rini, A.P., & Pratitis, N. (2021). Citra Tubuh Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Putri. Thesis. Surabaya: Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- [22] Tatangelo, G. L., McCabe, M. P., & Ricciardelli, L.A. (2015). Body Image. *International Encyclopedia of Social & Behavioral Sciences (Second Edition, Vol 2)*. Elsevier. 10.1016/B978-0-08-097086-8.14062-0
- [23] Wiranatha, F. D., & Supriyadi, S. (2015). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Pelajar Puteri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Undayana*, 2 (1), 38-47. <https://doi.org/10.24843/JPU.2015.v02.i01.p0>
- [24] Yuliati, T.S., Ariasti, D., & Sari, D.N. (2013). Hubungan Kelebihan Berat Badan Dengan Peubahan Konsep Diri Pada Mahasiswa AKPER Panti KOSALA Surakarta. *KOSALA*, 1(2), 34-39.
- [25] Zahra, A. C. A., & Shanti, P. (2021). Body Image Pada Remaja Laki-Laki: Sebuah Studi Literatur. *In Seminar Nasional Psikologi UM*, 1(1), 8-21.
- [26] Aisyah, Venus Hikaru, Sumaryanti, Indri Utami. (2022). Studi Deskriptif *Self-Presentation* pada *Roleplayer* di Twitter. *Jurnal Riset Psikologi*, 2(1), 1-6.