

Hubungan antara Intensitas Penggunaan Instagram dengan *Body Image* pada *Emerging Adulthood*

Anisa Indriani*, Suhana

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

*indrianisaa23@gmail.com, hansunisba@gmail.com

Abstract. Body image is an important aspect of human development. The development of technology and the internet today makes social media, one of which is Instagram, related to changes in body image. This study examines the relationship between the intensity of Instagram use and body image in emerging adulthood. The research sample is 140 emerging adulthood aged 18-25 years who live in Bandung obtained through purposive sampling. This research is a quantitative study with a correlational design and the were obtain using the Instagram usage intensity scale and the MBSRQ-AS body image scale. The data were analysed using SPSS 24.0 with the Spearman rho test. The results revealed that there was a relationship between the intensity of Instagram use and body image in emerging adulthood with a correlation coefficient of $-.523$ and a significance level of $.000$. The relationship between the intensity of Instagram use and body image has a negative direction, meaning that the higher the intensity of Instagram use, the more negative the individual's body image is and conversely, the lower the intensity of Instagram use, the more positive the individual's body image is.

Keywords: *Body Image, Emerging adulthood, Instagram Intensity*

Abstrak. *Body image* merupakan salah satu aspek penting dalam perkembangan manusia. Berkembangnya teknologi dan internet pada masa kini membuat media sosial, salah satunya *instagram* dapat berkaitan dengan perubahan pada *body image*. Penelitian ini akan menguji hubungan antara intensitas penggunaan *instagram* dengan *body image* pada *emerging adulthood*. Sampel dalam penelitian ini adalah 140 *emerging adulthood* berusia 18-25 tahun di Kota Bandung yang diperoleh menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain korelasional dan pengumpulan data menggunakan skala intensitas penggunaan *instagram* dan skala *body image* MBSRQ-AS. Analisis data dilakukan menggunakan *SPSS 24.0* dengan uji korelasional *spearman's rho*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara intensitas penggunaan *instagram* dengan *body image* pada *emerging adulthood* dengan koefisien korelasi sebesar $-.523$ dan taraf signifikansi sebesar $.000$. Hubungan antara intensitas penggunaan *instagram* dengan *body image* memiliki arah negatif, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan *instagram* maka semakin negatif *body image* individu dan sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan *instagram* maka semakin positif *body image* individu.

Kata Kunci: *Body Image, Emerging adulthood, Intensitas penggunaan instagram*

A. Pendahuluan

Body image saat ini masih menjadi pembahasan penting pada proses perkembangan individu. *American Psychology Association* mendefinisikan *body image* sebagai gambaran mental yang membentuk tubuh seseorang secara keseluruhan, termasuk karakteristik fisiknya (persepsi tubuh) dan sikap seseorang terhadap karakteristik ini (konsep tubuh). Menurut Cash dan Pruzinsky (1) mendefinisikan *body image* sebagai evaluasi dan sikap yang dimiliki individu terhadap tubuhnya. Evaluasi atau sikap tersebut dapat berupa kepuasan yang ditunjukkan dengan penerimaan terhadap penampilan fisik yang dimiliki atau juga dapat berupa ketidakpuasan terhadap terhadap penampilan fisik seperti ukuran tubuh, berat badan, dan bentuk tubuh.

Individu dapat memiliki *body image* yang positif atau memiliki *body image* yang negatif (1). Menurut Ifdil et al. (2) *Body image* yang positif berarti memiliki kepuasan terhadap tubuh atau penampilan dirinya sendiri sehingga individu menerima keadaan tubuhnya. Individu yang memiliki *body image* positif akan memiliki kepercayaan diri yang tinggi. *Body image* yang negatif ditunjukkan dengan ketidakpuasan individu terhadap tubuh atau penampilannya (3). Setiap orang diharapkan untuk memiliki *body image* yang positif. Pada kenyataannya banyak individu yang memiliki *body image* yang negatif.

Pada tahun 2018 dari hasil penelitian mengenai *body image* di Kota Bandung menunjukkan mayoritas responden sebanyak 175 orang memiliki *body image* negatif berupa ketidakpuasan pada bagian tubuh tertentu (4). Hasil pada penelitian Kurnia dan Lestari (5), menunjukkan bahwa mayoritas subjek responden yaitu perempuan yang berusia 18 – 25 tahun di Jawa Timur memiliki tingkat ketidakpuasan yang tinggi pada tubuhnya. Individu dengan *body image* negatif cenderung melakukan berbagai upaya untuk dapat mencapai penampilan yang dianggap ideal. Upaya yang dilakukan untuk mencapai penampilan ideal antara lain melakukan diet yang ketat, berolahraga secara berlebihan, dan mengonsumsi obat pelangsing (6).

Beberapa faktor yang mempengaruhi *body image* antara lain keluarga, teman sebaya dan media termasuk media sosial. Dalam hal ini, *Instagram* menjadi salah satu media sosial berbasis visual yang dapat memberikan pesan mengenai penampilan fisik pada para penggunanya (7). Berdasarkan laporan dari *We Are Social* pada tahun 2022 (8), pada tahun 2022 jumlah pengguna aktif sosial media di Indonesia sebanyak 191,4 juta orang. . Sebanyak 84% dari pengguna aktif media sosial di Indonesia menggunakan *instagram*. *Instagram* berada di posisi kedua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan dan paling disukai di Indonesia, dengan rata-rata waktu mengakses media sosial 3 jam 17 menit setiap harinya.

Jenis penggunaan media sosial tertentu, seperti terlibat dalam aktivitas di *instagram* dengan mengikuti akun – akun yang berfokus pada penampilan di *instagram*, dikaitkan dengan internalisasi penampilan ideal dan perbandingan penampilan (9). Perbandingan dan internalisasi ini pada akhirnya akan mendorong munculnya *body image* pada pengguna *instagram* baik itu kepuasan maupun ketidakpuasan (10). Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa usia 18 – 24 tahun yang merupakan *emerging adulthood* menjadi pengguna *instagram* terbanyak di Indonesia (11). Arnett (12) mendefinisikan *emerging adulthood* sebagai tahap transisi individu dari remaja ke dewasa awal.

Pada tahap ini individu melakukan eksplorasi di berbagai aspek seperti pekerjaan, hubungan romantis, dan pandangan terhadap dunia. Eksplorasi pada hubungan romantis membuat *emerging adulthood* menjadi lebih memperhatikan penampilannya (12). Mereka juga melihat bagaimana mereka dievaluasi oleh orang lain, dan mencoba mempelajari apa yang membuat orang lain tertarik (12). Dalam melakukan eksplorasi tersebut, *emerging adulthood* mencari informasi terkait penampilan dari lingkungan eksternal salah satunya media sosial *instagram* (13). Ketika individu *emerging adulthood* terpapar konten-konten terkait penampilan secara berulang dan menghayati konten tersebut maka hal ini dapat berkaitan dengan positif atau negatifnya *body image* individu (13).

Pengulangan atau frekuensi, durasi, perhatian, dan penghayatan individu ketika menggunakan *instagram* merupakan aspek-aspek dari intensitas. Ajzen (14), mendefinisikan intensitas sebagai sebuah usaha yang dilakukan oleh individu dalam melakukan aktivitas tertentu, dalam hal ini yaitu penggunaan *instagram*. Terdapat dua penelitian yang mengkaji intensitas paparan media sosial *instagram* dengan *body image*.

Pada responden yang berusia 18 – 29 tahun, menemukan bahwa intensitas penggunaan jenis media sosial tertentu, seperti keterlibatan dalam aktivitas berbasis foto di *instagram*, dan mengikuti konten yang berfokus pada penampilan di *instagram* memiliki korelasi dengan *body image* penggunanya (9). Penelitian Sepryawati et al. (15) menunjukkan hasil yang berbeda, Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa intensitas dalam menggunakan *instagram* tidak memiliki korelasi dengan *body image* pada responden.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana hubungan antara intensitas penggunaan *instagram* dengan *body image* pada *emerging adulthood* di kota Bandung?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui tingkat *body image* pada *emerging adulthood* di kota Bandung yang menggunakan *instagram*.
2. Untuk mengetahui intensitas *emerging adulthood* di kota Bandung dalam menggunakan *instagram*.
3. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan *instagram* dengan *body image* pada *emerging adulthood* di kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah *emerging adulthood* di kota Bandung yang menggunakan *instagram*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *Purposive Sampling* dan diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 140 responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Semua responden berusia 18-25 tahun, berdomisili di kota Bandung, aktif menggunakan *instagram*, dan mengikuti akun-akun penampilan di *instagram*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan kajian literatur.

Kuesioner menggunakan alat ukur intensitas penggunaan *instagram* dari Ajzen yang mengukur aspek-aspek dari intensitas yaitu frekuensi, durasi, perhatian, dan penghayatan. Alat ukur intensitas terdiri dari 23 item dan diadaptasi oleh Khrishananto dan Adriansyah (19). Alat ukur *body image* menggunakan alat ukur dari Cash dan Pruzinsky (MBSRQ-AS) yang mengukur *appearance evaluation*, *appearance orientation*, *body area satisfaction*, *overweight preoccupation*, dan *self classified weight*. Alat ukur MBSRQ-AS diadaptasi dan dimodifikasi oleh Kumalasarini dan Rahayu (20), item tersebut berjumlah 15 item Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis korelasional *Rank Spearman*.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hubungan Antara Intensitas Penggunaan *Instagram* dengan *Body Image*

Berikut adalah hasil penelitian mengenai hubungan antara intensitas penggunaan *instagram* dengan *body image* pada *emerging adulthood* di Kota Bandung, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Hubungan Antara Intensitas Penggunaan *Instagram* dengan *Body Image*

Variabel	r	p	r ²	Keputusan	Derajat Keeratan
Intensitas penggunaan <i>instagram</i> * <i>Body Image</i>	-.523	.000	.271	Ho ditolak	Kuat

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2023.

Dari tabel di atas, hasil uji *spearman's rho* menunjukkan koefisien korelasi sebesar -.523 dan nilai signifikansi .000 ($p < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel intensitas penggunaan *instagram* dengan *body image* memiliki hubungan yang signifikan dengan arah

hubungan negatif. Arah hubungan kedua variabel yang negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *instagram* maka *body image* yang dimiliki individu semakin negatif dan sebaliknya yaitu semakin rendah intensitas penggunaan *instagram* maka semakin positif *body image* individu.

Hasil ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Cash dan Pruzinsky (1), yang menyatakan bahwa media yang menampilkan dan memberikan paparan mengenai penampilan atau tubuh yang ideal berkaitan dengan ketidakpuasan tubuh yang tinggi pada individu. Paparan yang berulang kali terhadap konten penampilan akan membuat individu melakukan perbandingan dan menginternalisasi cita-cita penampilan ideal sebagai acuan dalam menilai penampilan atau tubuh mereka sendiri (1). *Emerging adulthood* menerima pesan yang kuat terkait penampilan dari lingkungan luar termasuk media sosial *instagram*. Pesan terkait penampilan ideal yang diterima oleh individu dari media sosial berperan dalam membentuk persepsi mengenai tubuh mereka (13).

Emerging adulthood akan melakukan eksplorasi di berbagai bidang terutama pada eksplorasi pada hubungan romantis yang membuat mereka akan lebih memperhatikan penampilan fisiknya (12). Penggunaan media sosial salah satunya *instagram* menjadi sarana bagi individu *emerging adulthood* untuk melakukan eksplorasi mengenai penampilan yang dianggap ideal dan menarik oleh masyarakat (12). Tekanan media terkait penampilan ideal membuat beberapa individu berpikir bahwa memiliki tubuh dan penampilan yang ideal secara signifikan mempengaruhi daya tarik pribadi, kesuksesan karir, dan hubungan interpersonal yang baik (7).

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Brahmini dan Supriyadi (16), pada remaja di Indonesia yang menunjukkan hasil bahwa semakin tinggi intensitas remaja dalam menggunakan *instagram* maka semakin negatif *body image* yang dimiliki oleh penggunanya. Hal tersebut dikarenakan remaja melihat foto atau video teman sebaya dan selebritis di *instagram* sehingga berkaitan dengan peningkatan ketidakpuasan pada penampilan fisik mereka (16).

Gambaran intensitas penggunaan *instagram* pada responden

Pada penelitian ini melihat juga tingkat intensitas penggunaan *instagram* dari responden penelitian yaitu *emerging adulthood* di Kota Bandung. Semua responden pada penelitian ini mengikuti akun-akun yang berkaitan dengan penampilan di *instagram*, seperti akun *workout*, *diet*, dan *skincare*.

Tabel 2. Kategorisasi intensitas penggunaan *instagram* pada responden

Variabel	Kategori	Interval	f	Presentase
Intensitas Penggunaan <i>Instagram</i>	Rendah	23 - 57	78	66%
	Tinggi	58 - 92	62	44%

Pada tabel 2, hasil pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa mayoritas subjek penelitian memiliki intensitas penggunaan *instagram* yang rendah dengan rata – rata 56,4. sebanyak 78 subjek (65%) memiliki intensitas penggunaan *instagram* dengan kategori rendah dan 62 subjek (44%) memiliki intensitas penggunaan *instagram* yang tinggi. Pada variabel intensitas penggunaan *instagram*, aspek frekuensi memiliki rata-rata paling tinggi dan aspek perhatian memiliki rata-rata paling rendah.

Gambaran *body image* pada responden

Berikut pada tabel 3 dapat menunjukkan gambaran *body image* yang dimiliki oleh reponden yaitu *emerging adulthood* di Kota Bandung yang menggunakan *instagram* dan mengikuti akun-akun yang berkaitan dengan penampilan.

Tabel 3. Kategorisasi *body image* pada responden

Variabel	Kategori	Interval	f	Presentase
<i>Body image</i>	Negatif	15 - 38	51	36%
	Positif	39 - 60	89	64%

Gambaran *body image* pada responden berdasarkan hasil penelitian menunjukkan mayoritas subjek penelitian memiliki tingkat *body image* yang tinggi atau *body image* yang positif. sebanyak 51 subjek (36%) memiliki *body image* negatif dan sebanyak 89 subjek (64%) memiliki *body image* yang positif. Hasil tersebut mengenai gambaran *body image* yang positif sejalan dengan hasil penelitian dari Rahma dan Qodariah (21) yang menunjukkan bahwa responden berusia 16-18 tahun yang menggunakan media sosial memiliki *body image* positif.

Body image positif pada responden penelitian ini, menunjukkan bahwa responden memiliki penerimaan diri yang baik. Penerimaan diri yang baik dapat berupa bersyukur dengan apa yang dimiliki, tidak menyalahkan diri sendiri atas keadaannya, dan merawat tubuh dengan upaya yang tidak merugikan diri sendiri (13).

Pada *body image*, aspek *appearance evaluation* memiliki rata-rata tertinggi dan aspek *body area satisfaction* memiliki rata-rata terendah. Hasil tersebut menjelaskan bahwa responden pada penelitian ini merasa tidak puas dengan beberapa bagian tertentu pada tubuh atau penampilannya, misalnya wajah, lengan, kaki, atau warna kulit (17). Responden dengan *body image* negatif memiliki rata-rata yang tinggi pada aspek *appearance orientation*, hasil ini menunjukkan bahwa pada responden dengan *body image* negatif mereka memberikan perhatian yang lebih besar terhadap penampilannya, perhatian ini ditunjukkan berupa usaha yang dilakukan untuk merawat penampilannya seperti berolahraga, menggunakan produk-produk perawatan tubuh, dan menjaga pola makan (17).

Temuan menarik dari penelitian ini adalah hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata *body image* laki-laki lebih rendah daripada perempuan. Penelitian-penelitian yang terkait dengan topik *body image* banyak yang fokus pada responden perempuan karena perempuan lebih memperhatikan tubuh dan keindahan penampilan fisiknya dibandingkan dengan laki-laki (4). Permasalahan *body image* tidak hanya dialami oleh perempuan namun juga oleh laki-laki, baik perempuan ataupun laki-laki sama-sama memperhatikan penampilannya. Saat ini tren mengenai tubuh yang berotot, tinggi badan, wajah dan kulit yang ideal mengalami peningkatan dan banyak ditampilkan di media sosial termasuk *instagram*, dan hal tersebut juga mendorong adanya ketidapuasan tubuh pada laki-laki (18).

D. Kesimpulan

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

Body image pada *emerging adulthood* di kota Bandung yang menggunakan *instagram* berada di kategori tinggi atau memiliki *body image* yang positif. Memiliki *body image* positif artinya menerima keadaan tubuhnya, merawat tubuhnya dengan baik dengan memperhatikan kesehatannya, memiliki kepuasan terhadap tubuhnya, dan menilai tubuhnya sesuai dengan kenyataannya.

Tingkat intensitas penggunaan *instagram* pada *emerging adulthood* di kota Bandung yang menjadi responden berada di kategori rendah. Intensitas penggunaan *instagram* yang rendah menunjukkan bahwa responden menikmati penggunaan *instagram* responden namun tidak mengaksesnya secara berulang, tidak berlebihan dalam mengakses *instagram* masih memperhatikan lingkungan sekitar, dan tidak langsung menerima atau mempercayai informasi yang diperoleh dari *instagram*.

Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan *instagram* dengan *body image* pada *emerging adulthood* di Kota Bandung. Semakin tinggi intensitas

penggunaan *instagram* maka semakin negatif atau rendah *Body image* pada *emerging adulthood* yang menggunakan *instagram* di kota Bandung, dan sebaliknya semakin rendah intensitas penggunaan *instagram* maka semakin positif atau tinggi *Body image* pada *emerging adulthood* yang menggunakan *instagram* di kota Bandung.

Acknowledge

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi pada penelitian ini secara sukarela, juga kepada dosen pembimbing, Fakultas Psikologi UNISBA, dan Universitas Islam Bandung yang telah mendukung penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: The Guilford Publications Inc.
- [2] Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2017). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 2(3), 107–113. <https://doi.org/10.17977/um001v2i32017p107>.
- [3] Whitaker, C., Gough, B., Fawkner, H., & Deighton-Smith, N. (2021). Young men's body dissatisfaction: A qualitative analysis of anonymous online accounts. *Journal of Health Psychology*, 26(5), 636–649. <https://doi.org/10.1177/1359105319832352>
- [4] Sumanty, D., Sudirman, D., & Puspasari, D. (2018). Hubungan Religiusitas dengan Citra Tubuh pada Wanita Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Islam Dan Budaya*, 1(1), 9–28. <https://doi.org/10.15575/jpib.v1i1.2076>
- [5] Kurnia, Y. C., & Lestari, S. (2020). Body Dissatisfaction dan Keterkaitannya dengan Subjective Well-Being pada Perempuan Masa Emerging Adulthood. *Mediapsi*, 6(2), 86–93. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.02.2>
- [6] Maurilla, T., Luh, D., Karisma, M., & Suarya, S. (2020). Peran intensitas komunikasi di Instagram dan perbandingan sosial terhadap ketidakpuasan tubuh pada perempuan remaja akhir. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2, 109-119.
- [7] Shen, J., Chen, J., Tang, X., & Bao, S. (2022). The effects of media and peers on negative body image among Chinese college students: a chained indirect influence model of appearance comparison and internalization of the thin ideal. *Journal of Eating Disorders*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00575-0>
- [8] We Are Social. (2022). *Digital Indonesia*
- [9] Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23, 183–187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- [10] Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). “Selfie” harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 27, 86–92. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
- [11] Napoleon Cat. (2022). *Instagram Users in Indonesia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>
- [12] Arnett, J. J. (2014). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties*. Oxford University Press.
- [13] Dalila, F., Mutiara Putri, A., & Harkina, P. (2021). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan Harga Diri. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 3(1), 47 – 55
- [14] Lubalu, C. A., Dinah, M., Leric, C., & Benu, J. M. Y. (2022). *Body Image and*

- Depression in Emerging Adulthood Women. *Journal of Health and Behavioral Science* 4(2).
- [15] Sepryawati, D., Lobo, R., Dinah, M., Lerik, C., Pasifikus, R., & Wijaya, C. (2022a). Body Image of Emerging Women as Seen From Intensity of Instagram Use. In *Journal of Health and Behavioral Science* 4(3).
- [16] Brahmini, B., & Supriyadi, D. (2019). Kontribusi intensitas komunikasi di media sosial *Instagram* terhadap citra tubuh remaja perempuan pelajar SMA di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana* 6 (1).
- [17] Cash, T. F. (2012). *Encyclopedia of Body Image And Human Appearance*. USA : Elsevier Inc.
- [18] Shanti, P., & Az Zahra, A. C. (2022). Self Esteem dan Gratitude sebagai Prediktor Body Image: Studi pada Remaja Laki-Laki di Kota Malang. *Jurnal Sains Psikologi*, 11(1), 71. <https://doi.org/10.17977/um023v11i12022p71-85>
- [19] Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Imiah Psikologi*, 9(2), 323–336. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- [20] Kumalasari, A. Y., Nugraheni, M., & Rahayu, M. (2022). Self Esteem dan Citra Tubuh Pada Wanita Dewasa Pasca Melahirkan. *Jurnal Imiah Psikologi*, 10, 653–661. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4>
- [21] Suhardian, A. S. R., & Qodariah, S. (2022, July). Pengaruh Self Esteem terhadap Body Image Remaja Akhir Putri Pengguna Tiktok. In *Bandung Conference Series: Psychology Science* (Vol. 2, No. 2, pp. 221-228). <https://doi.org/10.29313/bcsps.v2i3.2952>