



HUBUNGAN *SELF-OBJECTIFICATION* DENGAN *BODY DISSATISFACTION* PADA REMAJA PEREMPUAN PENGGUNA TIKTOK

Bunga Aisya¹, Rinaldi Rinaldi²

Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang^{1,2}

e-mail: bungaaisya@student.unp.ac.id¹, naldipsi@fip.unp.ac.id²

Diterima: 9/5/2026; Direvisi: 24/5/2026; Diterbitkan: 8/6/2026

ABSTRAK

Penggunaan TikTok yang semakin masif di kalangan remaja perempuan memengaruhi cara individu memandang tubuhnya melalui paparan konten kecantikan, penggunaan filter digital, dan standar tubuh ideal yang tidak realistis. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan *self-objectification*, yaitu kecenderungan individu menilai tubuh berdasarkan perspektif orang lain, yang kemudian dapat memunculkan *body dissatisfaction*. Fokus penelitian ini adalah mengidentifikasi hubungan antara kecenderungan *self-objectification* dan tingkat *body dissatisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok. Untuk mencapai tujuan tersebut, digunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasi sebagai metode analisis. Data diperoleh dari 148 remaja perempuan pengguna TikTok di Kota Padang yang ditetapkan sebagai partisipan melalui teknik *purposive quota sampling*. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui *Google Form* dengan menggunakan instrumen *Body Dissatisfaction Scale for Women* dan *Self-Objectification Scale*. Uji korelasi *Pearson Product Moment* digunakan untuk menganalisis hubungan yang terjadi antara variabel penelitian. Melalui temuan yang dihasilkan, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap penguatan kajian psikologi perkembangan dan psikologi media digital, terutama dalam menjelaskan proses terbentuknya citra tubuh pada remaja perempuan di era media sosial visual. Selain itu, hasil penelitian diharapkan menjadi dasar bagi upaya penguatan literasi digital dan edukasi kesehatan mental guna meminimalkan dampak psikologis negatif penggunaan media sosial pada remaja.

Kata Kunci: *Self-Objectification, Body Dissatisfaction, Tiktok, Media Sosial, Remaja Perempuan*

ABSTRACT

Visual-based social media platforms have become an important part of adolescents' daily lives, with TikTok emerging as one of the most frequently used applications among female teenagers. The platform exposes users to a wide range of appearance-related content, including beauty trends, edited images, and idealized body representations, which may influence how they evaluate their own physical appearance. Repeated exposure to such content can encourage self-objectification, whereby individuals prioritize external evaluations of their bodies, potentially contributing to body dissatisfaction. This study explored the relationship between self-objectification and body dissatisfaction among adolescent female TikTok users in Padang City. Using a quantitative correlational approach, data were collected from 148 participants selected through purposive quota sampling. Responses were obtained online through Google Forms using the Self-Objectification Scale and the Body Dissatisfaction Scale for Women. Pearson Product-Moment correlation analysis was employed to assess the association between the variables. The results are expected to provide empirical evidence regarding the psychological



effects of social media use on adolescent girls and to contribute to a better understanding of body image development in contemporary digital environments. Furthermore, the findings may support the design of educational and preventive interventions focused on digital literacy and adolescent mental well-being. Keywords: self-objectification, body dissatisfaction, TikTok, social media, adolescent girls.

Keywords: *Self-Objectification, Body Dissatisfaction, Tiktok, Social Media, Female*

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan periode penting dalam pembentukan identitas diri, termasuk bagaimana individu memandang dan mengevaluasi tubuhnya. Perubahan fisik yang terjadi selama pubertas sering kali memunculkan perhatian yang lebih besar terhadap penampilan, terutama pada remaja perempuan. Borges et al. (2021) menjelaskan bahwa perubahan biologis pada masa pubertas dapat memicu ketidakpuasan terhadap tubuh ketika kondisi fisik yang dimiliki tidak sesuai dengan gambaran tubuh ideal yang diharapkan. Grogan (2021) juga menegaskan bahwa perhatian terhadap *body image* mencapai intensitas yang tinggi pada masa remaja karena individu mulai mengaitkan penerimaan sosial dengan penampilan fisik. Idealnya, remaja mampu menerima perubahan tubuh sebagai bagian dari proses perkembangan, namun kenyataannya banyak remaja perempuan justru mengalami *body dissatisfaction* akibat tekanan sosial dan standar kecantikan yang berkembang di lingkungannya.

Perkembangan media sosial visual semakin memperkuat proses evaluasi terhadap penampilan fisik. Salah satu platform yang paling banyak digunakan remaja saat ini adalah *TikTok* yang memungkinkan pengguna mengakses berbagai konten secara berulang sesuai preferensi mereka (Montag et al., 2021). Schellewald (2023) menjelaskan bahwa algoritma *TikTok* secara konsisten menampilkan konten yang menarik perhatian pengguna, termasuk konten terkait kecantikan dan bentuk tubuh ideal. Minadeo dan Pope (2022) serta Xu et al. (2023) menunjukkan bahwa dominasi konten kecantikan dan penggunaan *beauty filter* dapat membentuk standar penampilan yang sulit dicapai secara realistis. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara fungsi ideal media sosial sebagai sarana komunikasi dan hiburan dengan realitas bahwa media sosial juga dapat menjadi sumber tekanan psikologis terkait penampilan fisik.

Paparan konten visual yang berulang mendorong remaja melakukan evaluasi diri melalui proses perbandingan sosial. Fatima et al. (2024) mengungkapkan bahwa konten yang menampilkan tubuh ideal maupun praktik *body shaming* dapat memengaruhi cara remaja menilai tubuhnya sendiri. Temuan tersebut diperkuat oleh Mink dan Szymanski (2022) yang menemukan bahwa penggunaan *TikTok* secara rutin berhubungan dengan meningkatnya ketidakpuasan tubuh pada perempuan. Selain itu, Arthantie dan Rahmasari (2024) menunjukkan bahwa kecenderungan melakukan *social comparison* pada pengguna *TikTok* berkaitan positif dengan *body dissatisfaction*. Hasil-hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa semakin intens individu membandingkan dirinya dengan standar yang ditampilkan media sosial, semakin besar kemungkinan muncul evaluasi negatif terhadap tubuh yang dimiliki.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui konsep *self-objectification*. Musyarrifani (2022) menjelaskan bahwa perempuan sering kali dinilai berdasarkan daya tarik fisiknya sehingga tubuh menjadi objek penilaian sosial. Ketika penilaian tersebut diinternalisasi, individu mulai memandang dirinya dari perspektif orang lain dan menempatkan penampilan sebagai ukuran utama nilai diri. Ruan et al. (2025) mendefinisikan kondisi ini sebagai *self-*



objectification, yaitu kecenderungan individu memandang tubuhnya sebagai objek yang harus memenuhi standar sosial tertentu. White et al. (2023) menemukan bahwa *self-objectification* berkaitan dengan meningkatnya *body dissatisfaction* dan evaluasi diri yang negatif. Dengan demikian, penggunaan *TikTok*, *self-objectification*, dan *body dissatisfaction* memiliki keterkaitan konseptual yang saling berhubungan dalam membentuk pengalaman psikologis remaja perempuan.

Hubungan antara *self-objectification* dan *body dissatisfaction* telah ditemukan dalam berbagai penelitian sebelumnya. Bukti empiris dari penelitian Candra dan Novianty (2022) menunjukkan bahwa *self-objectification* merupakan faktor yang berkaitan dengan meningkatnya *body dissatisfaction* pada remaja pengguna Instagram. Selanjutnya, Tang et al. (2024) menjelaskan bahwa pengaruh media sosial terhadap kondisi depresi dapat berlangsung melalui mekanisme psikologis berupa *self-objectification* dan ketidakpuasan terhadap tubuh. Penelitian Nugroho et al. (2025) serta Simon dan Agustina (2025) juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dan kecenderungan membandingkan diri berkontribusi terhadap munculnya ketidakpuasan tubuh pada perempuan muda. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada media sosial secara umum atau platform lain, sehingga kajian yang secara khusus menempatkan *TikTok* sebagai konteks utama pembentukan *self-objectification* pada remaja perempuan Indonesia masih relatif terbatas.

Merujuk pada fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini berupaya menginvestigasi keterkaitan antara *self-objectification* dan *body dissatisfaction* pada remaja perempuan pengguna media sosial *TikTok*. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus analisis yang secara spesifik menelaah keterkaitan kedua variabel tersebut dalam konteks budaya media sosial visual berbasis *TikTok* yang memiliki karakteristik algoritmik berbeda dibandingkan platform media sosial lainnya. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian psikologi perkembangan dan psikologi media digital mengenai pembentukan citra tubuh remaja. Selain itu, hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi upaya penguatan literasi digital dan kesehatan mental remaja dalam menghadapi tekanan standar kecantikan yang berkembang di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif korelasional untuk menguji hubungan empiris antara *self-objectification* sebagai variabel independen dan *body dissatisfaction* sebagai variabel dependen. Populasi penelitian adalah remaja perempuan pengguna *TikTok*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive quota sampling*, yaitu kombinasi teknik *purposive sampling* dan *quota sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti menetapkan karakteristik tertentu yang harus dimiliki partisipan sekaligus menentukan jumlah responden sesuai kebutuhan penelitian. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 148 remaja perempuan berusia 13–18 tahun yang memiliki akun *TikTok* dengan nama pengguna yang jelas, pernah mengunggah foto atau video menggunakan filter lebih dari tiga kali, dan berdomisili di Kota Padang.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis *web* melalui *Google Form*. Kuesioner yang digunakan terdiri atas lembar *informed consent*, identitas partisipan, serta instrumen pengukuran variabel *self-objectification* dan *body dissatisfaction*. Instrumen penelitian dikembangkan dalam bentuk skala psikologis yang disusun berdasarkan indikator setiap konstruk yang diteliti. Untuk memastikan kualitas instrumen, dilakukan serangkaian pengujian validitas dan reliabilitas sebelum instrumen digunakan pada penelitian utama.



Validitas butir ditentukan melalui analisis koefisien korelasi item, sedangkan reliabilitas instrumen dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach's Alpha guna mengukur konsistensi internal alat ukur. Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan perangkat SPSS, dimulai dari pemeriksaan kualitas data, pemberian skor pada instrumen, transformasi data, dan penyajian statistik deskriptif. Tahapan berikutnya meliputi uji kategorisasi, pengujian asumsi normalitas dengan Kolmogorov–Smirnov, serta pengujian hipotesis menggunakan teknik *Pearson Product Moment*. Interpretasi hasil dilakukan pada tahap akhir untuk menjelaskan pola hubungan antara kedua variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Sebanyak 148 pengguna TikTok perempuan berusia 13–18 tahun yang berdomisili di Kota Padang berpartisipasi dalam penelitian ini. Rincian karakteristik partisipan menurut kategori usia ditampilkan pada Tabel 1. Penyajian data tersebut bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai distribusi subjek penelitian berdasarkan tahap perkembangan remaja. Variasi usia responden juga menunjukkan bahwa penelitian mencakup fase remaja awal hingga remaja akhir yang relevan dengan perkembangan *body image* dan *self-objectification*.

Tabel 1. Gambaran subjek berdasarkan usia

Usia (th)	Jumlah	Persentase
13	10	6,8%
14	17	11,5%
15	23	15,5%
16	36	24,3%
17	17	11,5%
18	45	30,4%
Total	148	100%

Berdasarkan Tabel 1, distribusi responden menunjukkan bahwa penelitian melibatkan partisipan dari berbagai kelompok usia remaja. Sebaran tersebut memperlihatkan bahwa data penelitian tidak terpusat hanya pada satu fase perkembangan tertentu sehingga hasil penelitian menjadi lebih representatif. Keberagaman usia responden juga mendukung analisis mengenai pengalaman penggunaan TikTok dan pembentukan persepsi tubuh pada remaja perempuan. Dengan demikian, karakteristik subjek penelitian telah sesuai dengan konteks penelitian yang mengkaji *self-objectification* dan *body dissatisfaction*.

Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran umum mengenai variabel *body dissatisfaction* dan *self-objectification*. Hasil analisis hipotetik dan empirik masing-masing variabel disajikan pada Tabel 2. Penyajian data tersebut bertujuan untuk memperlihatkan perbandingan antara kondisi teoritis dan kondisi aktual yang ditemukan pada responden penelitian. Selain itu, analisis deskriptif menjadi dasar awal untuk memahami kecenderungan umum data penelitian sebelum dilakukan analisis lanjutan.



Tabel 2. Data Hipotetik dan Empirik

Variabel	Skor Hipotetik				Skor Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
<i>Body Dissatisfaction</i>	23	92	57,5	11,5	34	79	57,06	9,391
<i>Self-objectification</i>	18	72	45	9	23	65	52,89	7,407

Berdasarkan Tabel 2, variabel *self-objectification* menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi dibandingkan kondisi hipotetik, sedangkan *body dissatisfaction* berada pada kecenderungan sedang. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki perhatian yang cukup besar terhadap penampilan fisik dan penilaian sosial terhadap tubuh mereka. Kondisi ini memperlihatkan bahwa penggunaan TikTok dapat berkaitan dengan meningkatnya kesadaran terhadap penampilan diri pada remaja perempuan. Gambaran tersebut kemudian diperjelas melalui analisis kategorisasi masing-masing variabel penelitian.

Kategorisasi variabel *body dissatisfaction* dilakukan untuk mengetahui tingkat kecenderungan ketidakpuasan tubuh pada responden penelitian. Pengelompokan kategori tersebut disajikan pada Tabel 3. Penyajian kategorisasi bertujuan untuk mempermudah interpretasi data berdasarkan tingkat kecenderungan responden. Selain itu, kategorisasi membantu menggambarkan distribusi tingkat *body dissatisfaction* dari kategori sangat rendah hingga sangat tinggi.

Tabel 3. Kategorisasi *Body Dissatisfaction* Remaja Perempuan Pengguna Tiktok

Interval Kecenderungan	Skor	Kategori	F	%
$X > M + 1,5 SD$	$X > 74,75$	Sangat tinggi	4	2,7%
$M + 0,5 SD < X \leq M + 1,5 SD$	$63,25 < X \leq 74,75$	Tinggi	31	20,9%
$M - 0,5 SD < X \leq M + 0,5 SD$	$51,75 < X \leq 63,25$	Sedang	69	46,6%
$M - 1,5 SD < X \leq M - 0,5 SD$	$40,25 < X \leq 51,75$	Rendah	39	26,4%
$X \leq M - 1,5 SD$	$X \leq 40,25$	Sangat Rendah	5	3,4%
Jumlah			148	100%

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden berada pada kategori sedang hingga rendah dalam variabel *body dissatisfaction*. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar remaja perempuan pengguna Tiktok masih mengalami ketidakpuasan terhadap tubuh dalam tingkat tertentu. Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh paparan standar kecantikan ideal yang banyak ditampilkan di media sosial. Di sisi lain, keberadaan responden pada kategori rendah dan sangat rendah menunjukkan bahwa persepsi tubuh pada remaja tetap bersifat beragam.

Kategorisasi variabel *self-objectification* dilakukan untuk melihat tingkat kecenderungan responden dalam memandang dirinya berdasarkan penilaian fisik dan standar penampilan sosial. Hasil kategorisasi variabel tersebut disajikan pada Tabel 4. Pengelompokan ini dilakukan untuk memperjelas distribusi tingkat *self-objectification* pada remaja perempuan pengguna Tiktok. Selain itu, kategorisasi membantu mengidentifikasi kecenderungan dominan yang muncul pada responden penelitian.



Tabel 4. Kategorisasi *Self-objectification* Remaja Perempuan Pengguna Tiktok

Interval Kecenderungan	Skor	Kategori	F	%
$X > M + 1,5 SD$	$X > 58,5$	Sangat tinggi	37	25,0%
$M + 0,5 SD < X \leq M + 1,5 SD$	$49,5 < X \leq 58,5$	Tinggi	67	45,3%
$M - 0,5 SD < X \leq M + 0,5 SD$	$40,5 < X \leq 49,5$	Sedang	38	25,7%
$M - 1,5 SD < X \leq M - 0,5 SD$	$31,5 < X \leq 40,5$	Rendah	5	3,4%
$X \leq M - 1,5 SD$	$X \leq 31,5$	Sangat Rendah	1	0,7%
Jumlah			148	100%

Berdasarkan Tabel 4, kecenderungan *self-objectification* responden didominasi oleh kategori sedang hingga tinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar remaja perempuan cukup sering mengevaluasi dirinya berdasarkan penampilan fisik dan standar sosial. Tingginya kecenderungan tersebut memperlihatkan bahwa media sosial dapat membentuk cara individu memandang tubuh dan citra dirinya. Temuan ini juga menunjukkan adanya keterkaitan antara intensitas paparan konten visual TikTok dengan meningkatnya perhatian terhadap penampilan fisik.

Sebagai prasyarat analisis, data penelitian terlebih dahulu diuji normalitasnya dengan menggunakan prosedur *Kolmogorov-Smirnov* yang dijalankan melalui SPSS versi 25. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 5. Uji ini bertujuan untuk mengonfirmasi bahwa distribusi data tidak menyimpang dari asumsi normalitas, sehingga penggunaan teknik statistik parametrik dalam pengujian hubungan antarvariabel dapat dibenarkan secara metodologis.

Tabel 5. Uji Normalitas

Variabel	Asymp.Sig	Keterangan
<i>Body dissatisfaction</i>	0,072	Normal
<i>Self-objectification</i>	0,091	Normal

Hasil pengujian pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai probabilitas untuk kedua variabel melampaui 0,05. Kondisi ini mengonfirmasi bahwa data penelitian memenuhi asumsi distribusi normal dan dapat dianalisis menggunakan pendekatan parametrik. Berdasarkan hasil tersebut, korelasi Pearson Product Moment dipilih sebagai teknik analisis untuk mengidentifikasi hubungan antara *self-objectification* dan *body dissatisfaction*. Kesesuaian data dengan asumsi normalitas juga menjadi salah satu indikator yang mendukung kualitas dan ketepatan hasil penelitian.

Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan, digunakan analisis korelasi Pearson Product Moment guna mengevaluasi hubungan antara *self-objectification* dan *body dissatisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok. Hasil pengujian tersebut disajikan pada Tabel 6. Teknik korelasi ini memungkinkan identifikasi terhadap arah hubungan dan besarnya koefisien hubungan antarvariabel. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat ditentukan apakah hipotesis penelitian didukung oleh data empiris.

Tabel 6. Uji Hipotesis

Variabel	Pearson correlation	sig	Keterangan
<i>Self-objectification</i> dan <i>body dissatisfaction</i>	0,373	0,00	Terdapat hubungan



Hasil uji korelasi pada Tabel 6 menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian memiliki hubungan yang signifikan dengan arah positif. Hal ini berarti bahwa semakin kuat kecenderungan remaja perempuan memandang tubuhnya dari perspektif eksternal, semakin besar pula kemungkinan munculnya rasa tidak puas terhadap bentuk maupun penampilan tubuhnya. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa proses internalisasi standar fisik yang banyak ditemukan di media sosial berperan dalam membentuk persepsi tubuh individu. Dengan demikian, penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap keterkaitan antara *self-objectification* dan *body dissatisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-objectification* memiliki hubungan positif dengan *body dissatisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat kecenderungan remaja menilai dirinya berdasarkan standar fisik eksternal, semakin besar pula kemungkinan munculnya ketidakpuasan terhadap tubuh yang dimiliki. Dalam perspektif *Objectification Theory*, kondisi tersebut terjadi karena individu menginternalisasi penilaian sosial terhadap tubuh sehingga perhatian terhadap penampilan menjadi semakin dominan. Temuan ini memperlihatkan bahwa masalah ketidakpuasan tubuh pada remaja tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik individu, tetapi juga oleh proses psikologis yang terbentuk melalui interaksi berulang dengan lingkungan sosial digital serta berkaitan dengan rendahnya evaluasi diri dan penghargaan terhadap diri sendiri ketika individu merasa tidak mampu memenuhi standar penampilan yang diharapkan (Mink & Szymanski, 2022; Ruan et al., 2025; Andriana et al., 2026).

TikTok menjadi konteks yang penting dalam menjelaskan hubungan tersebut karena platform ini beroperasi melalui sistem distribusi konten yang sangat personal dan berulang. Schellewald (2023) menjelaskan bahwa algoritma *For You Page* memungkinkan pengguna terus menerima konten yang sejenis dengan minat sebelumnya, termasuk konten kecantikan dan penampilan fisik. Akibatnya, remaja memperoleh eksposur yang lebih intens terhadap representasi tubuh ideal dibandingkan media sosial yang interaksinya lebih terbatas. Kondisi ini menunjukkan bahwa TikTok tidak sekadar menjadi media hiburan, melainkan juga berfungsi sebagai ruang konstruksi sosial yang membentuk persepsi pengguna mengenai standar kecantikan dan nilai diri melalui dominasi konten visual yang sering kali menampilkan tubuh perempuan sebagai objek yang dinilai berdasarkan daya tarik fisik (Liu, 2021; Xu et al., 2023; Schmerz, 2024).

Secara teoritis, temuan penelitian ini memperkuat asumsi bahwa *body dissatisfaction* berkembang melalui mekanisme *body surveillance* atau pengawasan diri terhadap tubuh secara terus-menerus. Ketika remaja terbiasa membandingkan dirinya dengan figur ideal yang ditampilkan di media sosial, perhatian terhadap kekurangan fisik menjadi semakin tinggi. White et al. (2023) menjelaskan bahwa proses tersebut dapat memunculkan kecemasan penampilan, rasa malu terhadap tubuh, dan evaluasi diri yang negatif. Dengan demikian, hubungan antara *self-objectification* dan *body dissatisfaction* tidak bersifat langsung semata, tetapi melibatkan proses kognitif dan emosional yang berlangsung secara berulang dalam kehidupan sehari-hari remaja pengguna media sosial.

Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Candra dan Novianty (2022) yang menunjukkan bahwa objektifikasi diri merupakan faktor yang berkaitan dengan meningkatnya *body dissatisfaction* pada pengguna media sosial. Dukungan empiris juga diberikan oleh Tang et al. (2024), yang menjelaskan bahwa *self-objectification* berfungsi sebagai mekanisme



psikologis yang memediasi hubungan antara penggunaan media sosial dan berbagai indikator kesehatan mental yang kurang adaptif. Namun demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih spesifik karena menempatkan TikTok sebagai konteks utama analisis. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada media sosial secara umum atau platform berbasis foto, penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik video pendek, filter digital, dan budaya viral pada TikTok dapat memperkuat proses objektifikasi diri secara lebih intensif. Temuan ini juga mendukung hasil penelitian Yunani et al. (2025) yang menunjukkan bahwa paparan media TikTok berpengaruh terhadap pembentukan citra tubuh dan harga diri remaja melalui interaksi yang berulang dengan konten visual yang berorientasi pada penampilan fisik.

Selain faktor media sosial, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa masa remaja merupakan periode yang rentan terhadap munculnya ketidakpuasan tubuh. Borges et al. (2021) menjelaskan bahwa perubahan fisik selama pubertas meningkatkan sensitivitas remaja terhadap penilaian sosial mengenai penampilan. Dalam penelitian ini, aspek wajah menjadi bagian yang paling banyak memunculkan ketidakpuasan, yang dapat dipahami karena wajah merupakan fokus utama dalam sebagian besar konten TikTok. Hal tersebut mengindikasikan bahwa standar kecantikan digital yang berpusat pada visual wajah berpotensi membentuk persepsi tubuh yang kurang realistis pada remaja perempuan dan pada akhirnya dapat memengaruhi citra tubuh maupun harga diri mereka (Lynch, 2025; Yunani et al., 2025). Jika berlangsung dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat meningkatkan risiko munculnya berbagai permasalahan psikologis seperti rendahnya harga diri, kecemasan sosial, depresi, hingga gangguan makan (Grogan, 2021; Momeñe et al., 2023; Andriana et al., 2026).

Kebaruan utama penelitian ini terletak pada penguatan peran *self-objectification* sebagai variabel psikologis yang menjelaskan hubungan antara paparan media sosial visual dan munculnya *body dissatisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok di Indonesia. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menyoroti pengaruh media sosial terhadap citra tubuh secara umum, sedangkan penelitian ini secara khusus menempatkan TikTok sebagai lingkungan digital yang memfasilitasi proses objektifikasi diri. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya memperluas penerapan *Objectification Theory* pada konteks media sosial berbasis video pendek, tetapi juga memberikan bukti empiris mengenai relevansi teori tersebut pada remaja perempuan Indonesia.

Secara praktis, temuan penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan literasi media digital dan edukasi kesehatan mental bagi remaja perempuan. Remaja perlu dibekali kemampuan untuk mengevaluasi secara kritis berbagai standar kecantikan yang ditampilkan di media sosial agar tidak menjadikannya sebagai tolok ukur utama dalam menilai diri sendiri. Di sisi lain, orang tua, guru, dan konselor sekolah perlu berperan aktif dalam membangun citra tubuh yang positif serta mengurangi kecenderungan melakukan perbandingan sosial yang berlebihan. Implikasi teoritis penelitian ini adalah semakin kuatnya dukungan terhadap *Objectification Theory* dalam menjelaskan dinamika psikologis remaja di era digital, sedangkan implikasi praktisnya membuka peluang pengembangan program intervensi berbasis literasi media untuk mencegah meningkatnya *body dissatisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok.



KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *self-objectification* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *body dissatisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok. Temuan ini menegaskan bahwa semakin kuat kecenderungan remaja memandang tubuhnya berdasarkan standar penilaian eksternal, semakin besar pula kemungkinan munculnya ketidakpuasan terhadap tubuh yang dimiliki. Dalam konteks media sosial berbasis visual seperti TikTok, proses objektifikasi diri berkembang melalui paparan konten kecantikan, penggunaan *beauty filter*, serta budaya perbandingan sosial yang terus berlangsung secara digital. Hasil penelitian ini memperkuat relevansi *Objectification Theory* dalam menjelaskan bagaimana media sosial tidak hanya memengaruhi perilaku komunikasi remaja, tetapi juga membentuk cara mereka memaknai nilai diri dan citra tubuh secara psikologis. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa ketidakpuasan tubuh pada remaja tidak lagi hanya dipengaruhi oleh faktor lingkungan langsung, tetapi juga oleh konstruksi standar kecantikan virtual yang terus direproduksi melalui algoritma media sosial.

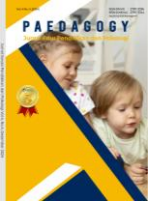
Temuan penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan kajian psikologi remaja dan psikologi media digital, khususnya terkait dinamika *self-objectification* pada pengguna TikTok di Indonesia. Kebaruan penelitian terletak pada fokus analisis hubungan *self-objectification* dan *body dissatisfaction* dalam konteks penggunaan TikTok sebagai media visual yang sangat dominan di kalangan remaja perempuan. Implikasi praktis penelitian ini menekankan pentingnya literasi media, edukasi citra tubuh positif, serta pendampingan psikologis bagi remaja agar lebih kritis dalam memahami standar kecantikan di media sosial. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian dengan melibatkan variabel lain seperti *social comparison*, harga diri, durasi penggunaan media sosial, maupun kesehatan mental agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dampak psikologis media sosial terhadap remaja. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antarvariabel, tetapi juga memperluas pemahaman teoritis tentang pengaruh budaya visual digital terhadap pembentukan citra diri remaja perempuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamyar, I. H., & Khotimah, K. (2023). The impact of TikTok on body image: A narrative review of the literature. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 764-773. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1265>
- Andriona, J., Heng, P. H., & Uranus, H. C. (2026). Body Dissatisfaction Dan Self-Esteem: Studi Korelasional Pada Perempuan Emerging Adulthood. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 6(1), 237-246. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v6i1.8405>
- Arthantie, S. D., & Rahmasari, D. (2024). Hubungan antara Social Comparison dengan Body Dissatisfaction pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna TikTok. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(1), 465-480. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/61567>
- Borges, G. A., Abdalla, P. P., Souza, D. C. D., Pelegrini, A., & Machado, D. R. L. (2021). Body image dissatisfaction in adolescent girls in puberty. *Research, Society and Development*, 10(13), 1-10. <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i13.21524>
- Candra, I. A., & Novianty, A. (2022). Hubungan antara ketidakpuasan bentuk tubuh dengan objektifikasi diri pada remaja pengguna instagram. *Jurnal Sains Psikologi*, 11(1), 34-



49. <http://dx.doi.org/10.17977/um023v11i12022p34-49>
Fatima, T., Shahzad, S., & Zeib, F. (2024). Exploring the influence of Tiktok videos on body image: An insight into body shaming and body dissatisfaction phenomenon. *Migration Letters*, 21(S5), 2155-2167.
<https://migrationletters.com/index.php/ml/article/view/9311>
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003100041>
- Liu, J. (2021, June). The influence of the body image presented through TikTok trend-videos and its possible reasons. In *2nd international conference on language, art and cultural exchange (ICLACE 2021)*, 359-363. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210609.072>
- Lynch. (2025). *Scrolling into insecurity: a study of TikTok and body image issues among girls*. University of Missouri. <https://hdl.handle.net/10355/109736>
- Minadeo, M., & Pope, L. (2022). Weight-normative messaging predominates on TikTok A qualitative content analysis. *PloS one*, 17(11), e0267997.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0267997>
- Mink, D. B., & Szymanski, D. M. (2022). TikTok use and body dissatisfaction: Examining direct, indirect, and moderated relations. *Body Image*, 43, 205-216.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.006>
- Momeñe, J., Estévez, A., Herrero, M., Griffiths, M. D., Olave, L., & Iruarrizaga, I. (2023). Emotional regulation and body dissatisfaction: the mediating role of anger in young adult women. *Frontiers in psychiatry*, 14, 1221513.
<https://doi.org/10.3389/fpsyt.2023.1221513>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673.
<https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Musyarrifani, N. I. (2022). Pengaruh citra tubuh terhadap budaya konsumsi pada perempuan. *Gajah Mada Journal of Humanities*, 6(1), 67-80.
<https://doi.org/10.22146/sasdaya.5246>
- Nugroho, A. P. A., Santi, D. E., & Kusumandari, R. (2025). Body Dissatisfaction pada Perempuan Dewasa Awal Ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Peran Objektifikasi Diri. *JiWA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(04), 424-432.
<https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jiwa/article/view/133413>
- Ruan, J., Yu, R., Zhao, Y., Xie, L., & Mei, Y. (2025). Body talk on social networking sites and appearance anxiety among college students: the mediating role of self-objectification and moderating role of gender. *Frontiers in Psychology*, 16, 1513923.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1513923>
- Schellewald, A. (2023). Understanding the popularity and affordances of TikTok through user experiences. *Media, Culture & Society*, 45(8), 1568-1582.
<https://doi.org/10.1177/01634437221144562>
- Schmerz, G. (2024). *An Exploratory Research on the Sexualization of Young Women on TikTok*. City University of New York John Jay College of Criminal Justice.
https://academicworks.cuny.edu/jj_etds/310/
- Simon, S., & Agustina, A. (2025). Hubungan Body Image Dengan Self-Presentation Pada Dewasa Awal Pengguna Instagram. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 5(4), 1941-1948. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v5i4.8321>
- Tang, Y., Xu, M., Tan, Z., & Liu, Y. (2024). The impact of social network use on adolescent



- depression: the chain mediation between self-objectification and body satisfaction. *Frontiers in psychology*, 15, 1347858.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1347858>
- White, G., Piercey, C., & Fernandez, A. M. (2023). Body Image, Self-Objectification, and Appearance Maintenance Among College-Aged Women: Direct Original Research. *Research in Psychology and Behavior*, 3(1).
<https://doi.org/10.53520/rdpb2023.10770>
- Xu, Y., Conroy, H., Reynolds, A., Bathini, G., & Lee, M. (2023). The relationship between body image and usage of TikTok beauty filters. *Psychology*, 14(5), 667-675.
<https://doi.org/10.4236/psych.2023.145035>
- Yunani, M., Ariyati, I., Hendar, K., Pardi, F., Dewi, E. P., & Maisuri, N. L. (2025). The Influence of TikTok Media Exposure on Body Image and Self-Esteem in Adolescents. *Berkala Ilmiah Pendidikan*, 5(1), 34-43.
<https://doi.org/10.51214/bip.v5i1.1386>