

Hubungan antara *Social Comparison* dengan *Body Dissatisfaction* pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna TikTok

The Relationship between Social Comparison and Body Dissatisfaction in Early Adult Female TikTok Users

Shendiva Dinda Arthantie

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: shendiva.20086@mhs.unesa.ac.id

Diana Rahmasari

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: dianarahmasari@unesa.ac.id

Abstrak

Maraknya konten mengenai tubuh di TikTok dapat meningkatkan *body dissatisfaction*. Salah satu penyebab munculnya *body dissatisfaction* adalah *social comparison*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan Fakultas Psikologi UNESA sebagai tempat penelitian. Sampel penelitian ini adalah 91 mahasiswa Psikologi UNESA dengan rentang usia 18-23 tahun yang menggunakan TikTok. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan adalah kuesioner. Instrumen penelitian ini merupakan skala *Iowa Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) dan skala *Multiple Body-Self Related Questionnaire Appearance Scales* (MBSRQ-AS). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji korelasi *pearson*. Hasil analisis data menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,632 ($r=0,632$) dan taraf signifikan sejumlah 0,000 ($p<0,05$) yang berarti hubungan *social comparison* dengan *body dissatisfaction* termasuk dalam kategori kuat. Hipotesis penelitian dapat diterima, yakni terdapat hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. Peneliti selanjutnya dapat menyajikan secara kualitatif agar faktor-faktor yang melatarbelakangi variabel dapat dijelaskan secara lebih rinci.

Kata kunci : *Social comparison, body dissatisfaction, tiktok*

Abstract

The rise in body contents on TikTok can increase *body dissatisfaction*. One of the causes of *body dissatisfaction* is *social comparison*. This study aims to determine the relationship between *social comparison* and *body dissatisfaction* in early-adult female TikTok users. This study uses a correlational quantitative method with the Faculty of Psychology UNESA as the research site. The samples for this study were 91 UNESA Psychology students with an age range of 18–23 years who used TikTok. The data collection technique used was a questionnaire. This research instrument is the *Iowa Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) scale and the *Multiple Body-Self Related Questionnaire Appearance Scales* (MBSRQ-AS) scale. The data analysis technique used is the *Pearson correlation test*. The results of the data analysis showed a correlation coefficient of 0.632 ($r=0.632$) and a significant level of 0.000 ($p<0.05$) which means that the relationship between *social comparison* and *body dissatisfaction* is included in the strong category. The research hypothesis can be accepted, namely that there is a relationship between *social comparison* and *body dissatisfaction* in early adult female TikTok users. Future researchers can present qualitative data so that the factors behind the variables can be explained in more detail.

Key word : *Social comparison, body dissatisfaction, tiktok*

Article History

Submitted : 01-07-2024

Final Revised : 08-07-2024

Accepted : 08-07-2024



This is an open access article under the [CC-BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license

Copyright © 2024 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya

Sejak diperkenalkan di tahun 2016, terkumpul pengguna aktif TikTok sebanyak kurang lebih 800 juta di kancah internasional. Menurut DataReportal (dalam Slice, 2023), TikTok menempati posisi ketiga dalam kategori media sosial terpopuler di Indonesia pada tahun 2023. Slice (2023) dalam artikelnya mengungkapkan TikTok berhasil mengalahkan Instagram yang berada di posisi keempat, serta Twitter atau X yang menempati posisi keenam. Berdasarkan data yang disajikan We Are Social dan Hootsuite (dalam Rizaty, 2023), Indonesia memiliki total pengguna TikTok sejumlah 106,52 juta orang pada Bulan Oktober 2023. Menurut Ginee (2021), pengguna TikTok terbanyak di Indonesia terdapat di Jakarta dengan persentase 22%, kemudian Jawa Timur menduduki posisi kedua dengan total 18% pada tahun 2021.

Mohsin (2020) mengemukakan bahwa 90% pengguna TikTok mengakses aplikasi tersebut setiap hari dan menghabiskan rata-rata 52 menit, baik untuk membuat konten video atau menonton video yang sudah ada. Media sosial TikTok ini sendiri memperbolehkan siapapun untuk dapat merekam dan menonton video hingga 60 detik. Analisis yang dilakukan Minadeo & Pope (2022) terhadap 1000 video TikTok menunjukkan bahwa tagar *whatieatinaday* maupun tagar *mealprep* yang sesuai namanya diyakini berisikan konten berbagai persiapan makanan justru didominasi oleh konten makanan untuk diet maupun menurunkan berat badan, dan sebanyak 22% video dengan tagar yang berkaitan dengan berat badan dan makanan justru berisikan konten aktivitas fisik yang dilakukan untuk menurunkan berat badan dan bukan karena manfaatnya (Minadeo dan Pope, 2022). Fenomena ini dapat mengakibatkan pengguna yang mengonsumsi konten-konten tersebut menjadi tergerak untuk mengatur pola makan dan berolahraga bukan untuk alasan kesehatan melainkan untuk mendapatkan tubuh ramping sesuai dengan tolok ukur kecantikan yang umumnya berupa badan yang kurus dan ramping, hidung mancung, rambut lurus, berkulit putih, dan memiliki kaki yang jenjang (Basir, Tsalatsa, dan Kresna, 2022).

Di sisi lain, berdasarkan tren *body positivity* yang dipromosikan di TikTok, Harriger *et al.* (2023) berpendapat dalam penelitiannya bahwa video-video mengenai *body positive* yang seharusnya menyampaikan pesan citra tubuh positif sering kali dilakukan oleh perempuan muda berkulit putih yang memiliki kecantikan ideal yang tidak realistis dan hanya 32,2% dari 342 video yang benar-benar berisi pesan citra tubuh positif secara eksplisit. Hal tersebut dapat memunculkan keraguan pada pengguna yang menonton konten tersebut karena hal-hal pada dirinya tidak selaras dengan apa yang ditampilkan dalam video-video *viral* tersebut sehingga muncul pertanyaan apakah dirinya tidak kompeten, malas, atau merupakan individu yang gagal (Liu, 2021).

Pada aplikasi TikTok, pengguna tidak diharuskan untuk mengikuti akun tertentu untuk melihat *post* yang disesuaikan dengan dirinya. Dengan fitur *for you page*, berbagai konten yang mirip dengan konten yang telah ditonton, disukai, atau dikomentari oleh pengguna sebelumnya akan muncul. Apabila seseorang secara konsisten menonton konten mengenai tubuh, diet atau olahraga untuk menurunkan berat badan, maka konten yang berkaitan akan terus muncul kecuali jika pengguna memilih opsi tidak tertarik (Minadeo dan Pope, 2022). Para pengguna terutama perempuan dewasa awal yang terpapar konten mengenai persepsi tubuh ideal yang ada di masyarakat perlu memiliki keterampilan untuk memilah informasi dengan benar.

Paparan persepsi tubuh ideal yang diyakini masyarakat secara terus menerus pada individu dapat berdampak pada kemunculan perasaan tidak puas pada tubuh yang dimiliki atau dalam kata lain, yakni *body dissatisfaction*. *Body dissatisfaction* atau rasa tidak puas

kepada tubuh mengacu pada penilaian negatif individu kepada tubuh yang dimiliki dan merupakan salah satu gejala kesehatan mental yang dapat menimpa remaja perempuan dan laki-laki (Baker *et al.*, 2019). Dalam kata lain, *body dissatisfaction* merupakan pandangan individu yang beranggapan bahwa tubuh individu lainnya terlihat lebih menarik dan merasa malu dengan tubuh yang dimilikinya. Permasalahan terkait *body dissatisfaction* tidak jarang dianggap sepele, akan tetapi apabila tidak diatasi secara tepat dapat menimbulkan gangguan yang cukup serius. Niide *et al.* (dalam Tariq dan Ijaz, 2015) mengemukakan bahwa *body dissatisfaction* dikatakan sebagai akibat dari adanya diskrepansi antara tubuh yang dipunyai dengan persepsi tubuh ideal seseorang. Dalam kata lain, seseorang dapat melakukan penilaian terhadap tubuh yang dimilikinya berdasarkan pandangan orang tersebut mengenai tubuh seperti apa yang dianggapnya ideal. Hal tersebut sejalan dengan Heider, Spruyt, dan De Houwer (2018) yang mengartikan *body dissatisfaction* sebagai sikap negatif individu terhadap penampilan fisiknya karena disebabkan oleh ketidakcocokan antara persepsi individu tersebut tentang tubuh yang dimiliki dan tubuh yang diidealkan. *Body dissatisfaction* juga didefinisikan sebagai evaluasi buruk yang bersifat subjektif terhadap tubuh individu itu sendiri atau pun komponen tubuhnya (Hall, 2009). Pikiran, perasaan, dan penilaian subjektif individu yang tidak menyenangkan terhadap tubuhnya karena keyakinan tentang tubuh yang dimiliki tidak ideal atau tidak selaras dengan keinginannya juga merupakan definisi dari *body dissatisfaction* (Sumanty, Sudirman, dan Puspasari, 2018).

Body dissatisfaction memiliki dampak secara tidak langsung terhadap gangguan pola makan dengan *self-esteem* dan emosi negatif sebagai perantaranya (Brechan dan Kvaalem, 2015). Griffiths *et al.* (2016) mengungkapkan bahwa *body dissatisfaction* juga dapat dihubungkan dengan gangguan makan, seperti anoreksia dan bulimia, serta kualitas hidup yang memburuk (Dewi, Noviekayati, dan Rina, 2020). *Body dissatisfaction* yang didukung oleh keinginan kuat untuk memenuhi persepsi ideal yang ada pada masyarakat tidak hanya dapat menimbulkan gangguan kesehatan fisik dan menyebabkan kekurangan nutrisi, tetapi juga dapat memunculkan gangguan psikologis yang perlu ditangani dengan serius. Cash *et al.* (dalam Chase, 2001) juga menjelaskan bahwa terdapat lima dimensi yang mendukung pembentukan *body dissatisfaction*, di antaranya: (1) Evaluasi penampilan (*appearance evaluation*), yakni individu menilai daya tarik fisik yang dimilikinya, dan mengevaluasi kepuasan atau ketidakpuasan terhadap penampilannya; (2) Orientasi penampilan (*appearance orientation*), ketika individu melakukan upaya untuk merawat dan memperbaiki penampilannya; (3) Kecemasan akan kegemukan (*overweight preoccupation*), yaitu manusia memiliki perasaan cemas atau merasa waspada terhadap berat badan, pola makan, dan pengendalian makannya; (4) Kepuasan terhadap bagian tubuh (*body areas satisfaction*), ketika individu merasa tidak puas ataupun puas tentang area tertentu pada tubuh yang dimilikinya; (5) Klasifikasi berat tubuh (*self-classified weight*), berarti pandangan manusia kepada tubuh yang dimilikinya sendiri, memberi label pada berat badannya sendiri, termasuk berat badan yang terbilang kurang maupun berat badan yang berlebih.

Cash dan Pruzinsky (dalam Amarina dan Laksmiwati, 2021) memiliki teori bahwa faktor-faktor yang dapat memengaruhi *body dissatisfaction*, yakni: (1) Jenis kelamin; (2) Hubungan interpersonal; (3) Media massa. Faktor jenis kelamin terlihat dari *body dissatisfaction* yang ditemukan kerap kali dialami perempuan daripada pria. Faktor hubungan interpersonal terlihat dari umpan balik mengenai penampilan fisik yang diberikan oleh orang lain akan cenderung memengaruhi perasaan maupun pandangan individu terhadap tubuhnya sendiri. Faktor media massa yang dapat berupa konten dalam media yang memengaruhi individu dalam membentuk standar yang dianggap ideal dan memberikan dorongan untuk membandingkan tubuh yang dipunyai dengan figur yang memenuhi standar idealnya. Selain

itu, Hall (2009) mengungkapkan faktor-faktor yang dapat memprediksi terjadinya *body dissatisfaction*, yakni: (1) Hubungan dengan teman sebaya; (2) Lingkungan sosial dan media; (3) Internalisasi kekurusan; (4) Penurunan dukungan sosial.

Body dissatisfaction tidak jarang dirasakan oleh perempuan yang merasa berkewajiban untuk memenuhi standar ideal yang ada di masyarakat. Dalam sepanjang hidup, *body dissatisfaction* umumnya acapkali dirasakan oleh perempuan daripada pria tanpa memandang latar belakang pendidikan yang dimiliki (Rosenqvist *et al.*, 2023). *Body dissatisfaction* yang sering ditemukan pada perempuan dapat meningkat dengan adanya paparan konten yang berfokus pada tubuh di media sosial, seperti TikTok. DataReportal (dalam Kemp, 2023) menyatakan bahwa sebanyak 66,1% pengguna media sosial TikTok merupakan perempuan. Menurut Cash & Pruzinsky (dalam Wulandari, 2019), media massa, jenis kelamin dan hubungan interpersonal meliputi media sosial merupakan segenap hal yang memengaruhi *body dissatisfaction*. Media sosial dapat dikatakan memiliki dampak pada persepsi diri perempuan terhadap tubuhnya. Hal ini didukung oleh pernyataan De Vries (dalam Arshuha, 2019) bahwa apabila media sosial digunakan dalam waktu yang lama, maka tingkat *body dissatisfaction* pada individu semakin besar, tidak terkecuali pada perempuan.

Salah satu penyebab munculnya *body dissatisfaction* pada perempuan yang terkena paparan konten mengenai tubuh yang dianggap ideal di masyarakat adalah *social comparison*. *Social comparison* adalah satu dari sekian faktor krusial yang membangun citra tubuh individu dan menentukan kepuasan ataupun ketidakpuasan individu dengan tubuh yang dimiliki (Najla dan Zulfiana, 2022). Perempuan mengenali dan mempelajari konsep ideal dalam masyarakat, menilai dirinya sebagai individu yang menarik atau tidak, kemudian perempuan akan mengidentifikasi dirinya sebagai individu yang sesuai dengan standar tubuh ideal menurut masyarakat atau tidak melalui *social comparison*. Schaefer & Thompson (2014) mendefinisikan *social comparison* sebagai tendensi individu dalam menilai fisiknya menggunakan cara perbandingan antara fisiknya dan fisik individu lain. *Social comparison* ini berupa perbandingan antara karakteristik, seperti penampilan dan ukuran, yang dimiliki dengan karakteristik orang lain. Di sisi lain, Festinger (dalam Verduyn *et al.*, 2020) memiliki teori bahwa *social comparison* mengacu pada kecenderungan menggunakan orang lain sebagai sumber informasi untuk menentukan hal yang kita lakukan sembari membandingkannya dengan hal-hal yang dilakukan orang lain (*ability comparison*), atau bagaimana kita harus berperilaku, berpikir, dan merasa (*opinion comparison*). Festinger (dalam Thompson dan Bardone-Cone, 2022) menyampaikan bahwa individu terdorong untuk mengevaluasi status dan kemajuan diri sendiri dengan membandingkan diri sendiri dengan norma dan standar yang ada pada masyarakat. Secara singkat, Festinger (dalam Crusius, Corcoran, dan Mussweiler, 2022) juga menyebutkan bahwa manusia sebagai suatu organisme memiliki dorongan untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapatnya.

Fardouly dan Vartanian (dalam Scully, Swords, dan Nixon, 2023) mengidentifikasi bahwa arah perbandingan juga perlu diperhatikan, terutama pada *upward comparisons* yang berarti perbandingan ketika individu menganggap dirinya kurang menarik dibandingkan individu lain. Sebaliknya, *downward comparisons* berarti perbandingan yang dilakukan oleh individu dengan anggapan dirinya lebih menarik dibandingkan individu lain (Scully *et al.*, 2023). Sesuai dengan pemikiran para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa *social comparison* ini dapat berupa perbandingan antara kemampuan ataupun pendapat seseorang dengan orang lainnya. Peneliti akan membahas *social comparison* dengan menaruh fokus pada perbandingan kemampuan dan pendapat seseorang dalam memperindah tubuhnya dan mendapatkan tubuh yang dianggap ideal secara lebih spesifik.

Aspek-aspek dalam *social comparison* menurut Festinger (dalam Crusius *et al.*, 2022), terdiri dari aspek kemampuan (*ability*) dan aspek pendapat (*opinion*). Festinger (dalam Noon, 2020) mengungkap individu melakukan perbandingan antara kemampuan orang lain dengan kemampuannya ketika berusaha dalam menentukan sebagai apa kinerjanya dibandingkan kinerja orang lain. Individu melakukan perbandingan ke atas dengan manusia yang dianggap lebih unggul dalam hal tertentu. Sebaliknya, situasi yang menggambarkan perbandingan ke bawah adalah manusia membandingkan dirinya dengan orang yang dianggap tidak lebih baik darinya dalam aspek tertentu dan perbandingan ini digunakan dalam upaya mempertahankan citra diri yang positif (Noon, 2020). Selain itu, Suls (dalam Noon, 2020) menyatakan bahwa individu membandingkan keyakinan dan preferensinya dengan orang lain dengan tujuan untuk mempelajari norma-norma sosial, untuk memperjelas sistem nilai individu, dan untuk mengatur perilaku individu. Individu menggunakan pendapat manusia lain guna melakukan evaluasi keyakinan maupun preferensinya, termasuk sudah akurat dan dapat diterima di sosial atau tidak (Park & Baek, dalam Noon, 2020).

Permatasari dan Ansyah (2023) menyatakan dalam artikel penelitiannya bahwa *body dissatisfaction* memiliki kontribusi terhadap *social comparison*. Penelitian yang telah dilakukan oleh Adelia dan Rinaldi (2023) pun membuktikan keterkaitan yang signifikan pada *social comparison* dan *body dissatisfaction* yang terlihat dari keberadaan korelasi positif. *Social comparison* yang kian tinggi pada individu, lantas *body dissatisfaction* yang dirasakan individu pun kian tinggi (Adelia dan Rinaldi, 2023). Sejalan dengan penelitian tersebut, Thompson (dalam Tiggemann dan Brown, 2018) memposisikan *social comparison* sebagai mekanisme utama dari paparan media yang menyebabkan munculnya *body dissatisfaction* pada model sosiokulturalnya. Tiggemann dan Brown (2018) memandang bahwa ketidakpuasan muncul ketika perempuan membandingkan dirinya dengan gambaran tidak realistis yang dianggap ideal pada media dan merasa bahwa dirinya selalu tidak sesuai dengan sesuatu yang tidak realistis dan dianggap ideal tersebut.

Mink dan Szymanski (2022) mengungkapkan bahwa mahasiswi pengguna TikTok dapat terpapar dengan konten yang sangat berfokus pada penampilan yang memunculkan rasa tidak puas akan karakteristik fisik yang dimiliki. Para mahasiswi tersebut merupakan dewasa awal berkisar antara umur 18-24 tahun. Data disajikan oleh Ginee (2021) menampakkan sejumlah 40% pengguna TikTok di Indonesia merupakan dewasa awal. Dewasa awal dapat dikatakan sebagai suatu fase pertumbuhan pada manusia yang mulai menunjukkan kematangan secara fisik. Santrock (dalam Dewi *et al.*, 2020) menjelaskan bahwa dewasa awal berkisar antara usia 18-25 tahun. Pada rentang usia tersebut, kematangan fisik juga diiringi dengan munculnya kemauan untuk terlihat menarik di hadapan individu lain dalam hal penampilan. Adapun, tak jarang ditemukan kekhawatiran pada dewasa awal terkait penampilannya karena keinginan untuk terlihat menarik di hadapan teman sebaya maupun lawan jenis. Padahal, kematangan fisik pada dewasa awal seharusnya diikuti dengan kematangan psikologis, seperti mempunyai konsep diri yang jelas dan positif.

Dengan demikian, peneliti terdorong untuk mengetahui dan membuktikan adanya hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. Penelitian terdahulu telah menjelaskan tentang *social comparison* dan *body dissatisfaction* menggunakan subjek penelitian seperti, pengguna Instagram, remaja perempuan, wanita yang kelebihan berat badan. Penelitian yang memaparkan *social comparison* berkenaan dengan *body dissatisfaction* sembari melibatkan pengguna platform TikTok masih belum banyak ditemukan sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai hal ini.

Metode

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif sembari mengikuti standar ilmiah yang terukur dan disajikan secara sistematis. Data penelitian dalam metode ini mencakup angka sehingga disebut sebagai metode kuantitatif. Metodologi penelitian ini melibatkan studi tentang populasi atau sejumlah sampel yang ditentukan, kemudian dilakukan analisis secara kuantitatif pada data yang sudah dikumpulkan guna menguji hipotesis penelitian yang dibuat lebih dahulu (Sugiyono, 2013).

Sampel/populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang yang mempunyai kualitas ciri-ciri yang sudah ditetapkan atau mempunyai karakteristik tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016). Populasi yang dipilih peneliti ialah mahasiswi S1 Psikologi UNESA Angkatan 2020 hingga 2023 yang sebanyak 971 orang.

Pengambilan sampel yang mendukung kelancaran penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dapat diartikan sebagai teknik yang menentukan sampel berdasarkan pertimbangan yang telah dilakukan peneliti bahwa sampel telah memenuhi semua kriteria yang diperlukan penelitian (Jannah, 2018). Teknik ini dipilih karena berguna untuk memilih sampel yang sesuai dengan karakteristik tertentu dari sejumlah populasi secara tidak acak (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016). Kriteria sampel yang ditunjuk ialah mahasiswi S1 Psikologi Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2020-2023 yang berumur 18-23 tahun dan menggunakan media sosial TikTok.

Penentuan sampel dilakukan dengan perhitungan rumus slovin. Berikut merupakan rumus slovin menurut Sugiyono (2019):

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dibutuhkan

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Berdasarkan rumus tersebut, apabila jumlah populasi sebanyak 971 orang dan menggunakan *sampling error* 10%, maka sampel penelitian berjumlah 91 orang.

Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang peneliti manfaatkan merupakan kuesioner. Metode guna mengumpulkan data yang tidak mengajukan pertanyaan secara langsung dan berisikan sejumlah pertanyaan yang harus dijawab oleh responden berdasarkan realitas dan pengalamannya yang sebenarnya dinamakan kuesioner (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016). Sugiyono (2013) berpendapat bahwa kuesioner ialah metode pengumpulan data yang prosesnya melalui penulisan pertanyaan ataupun pernyataan guna diisi oleh responden.

Kuesioner disajikan di dalam *Google Form* dengan pilihan jawaban yang telah disiapkan oleh peneliti.

Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016) menjelaskan instrumen penelitian sebagai alat yang mengukur variabel yang akan dipakai pada penelitian. Instrumen untuk dipergunakan oleh peneliti merupakan instrumen *Non-Test* yang disajikan dalam bentuk kuesioner. Skala yang dipergunakan untuk penelitian adalah Skala *Social Comparison* beserta Skala *Body Dissatisfaction*.

Skala yang sesuai untuk mengukur variabel *social comparison* adalah skala *Iowa Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) yang dikembangkan oleh Gibbons dan Buunk (1999) berdasarkan teori Festinger. Uji validitas dan reliabilitas telah dilakukan pada instrumen ini yang membuktikan skala INCOM valid dan reliabel sebanyak 0,77 sampai 0,85 (Buunk *et al.*, 2020). Peneliti menggunakan adaptasi dengan memodifikasi skala INCOM yang sudah melalui proses pengalihbahasaan oleh Krisanti (2022). Skala digunakan sesudah melakukan korespondensi mengenai perizinan penggunaan skala tersebut. Skala ini memiliki 11 aitem yang tersebar dalam dua aspek, yakni *ability* dan *opinion*. Pengukuran variabel *body dissatisfaction* menggunakan adaptasi dengan memodifikasi skala *Multiple Body-self Related Questionnaire Appearance Scales* (MBSRQ-AS) yang dikembangkan oleh Cash dan diadaptasi oleh Maimunah (2021). Skala ini memiliki total aitem sebanyak 40. Korespondensi mengenai penggunaan skala tersebut dilakukan sebelum skala digunakan.

Analisis data

Teknik analisis data yang dilakukan berupa uji normalitas Kolmogorov Smirnov dipergunakan bertujuan untuk mengetahui penyebaran data secara spesifik di populasi yang diteliti (Indah dan Farida, 2021), serta uji korelasi *product moment* yang dipergunakan untuk menguji hipotesis penelitian apabila data berdistribusi normal. Menurut Sugiyono (2013),

H_0 diterima ketika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dan sebaliknya, H_0 ditolak ketika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. Data yang telah terkumpul diolah dengan memanfaatkan SPSS versi 25.0 *for windows*. Berikut merupakan tabel deskripsi penelitian ini:

Tabel 1. Deskripsi Penelitian

<i>Descriptive Statistics</i>					
	<i>N</i>	<i>Min.</i>	<i>Max.</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
<i>Social Comparison</i>	91	11	34	22.59	5.393
<i>Body Dissatisfaction</i>	91	41	129	84.38	20.474
<i>Valid N (listwise)</i>	91				

Sesuai yang tertera pada tabel di atas, variabel *social comparison* memiliki nilai minimum sejumlah 11 dan nilai maksimum sebanyak 34. Variabel *social comparison* juga mendapatkan nilai rata-rata sebanyak 22,59 dan standar deviasi sebanyak 5,393. Selain itu, variabel *body dissatisfaction* memiliki nilai minimum sebesar 41, nilai maksimum sejumlah 129, nilai rata-rata 84,38 dan standar deviasi sebanyak 20,474.

Nilai skor *social comparison* yang didapatkan dari sampel penelitian ini dapat dikategorikan menjadi 3 tingkat, yaitu tingkat tinggi, sedang, dan rendah. Kategorisasi nilai ini diperoleh dari nilai rata-rata dan standar deviasi variabel *social comparison*. Berdasarkan Tabel 2, nilai rata-rata skor dari variabel *social comparison* adalah 22,59, dan standar deviasi dari variabel ini sebesar 5,39.

Tabel 2. Nilai Skor *Social Comparison*

<i>Social Comparison</i>	Mean	Std. Deviasi
	22.59	5.39

Pada tabel di bawah ini, terdapat sebanyak 17 mahasiswi (18,7%) memiliki tingkat *social comparison* yang tinggi, 55 mahasiswi (60,4%) memiliki tingkat *social comparison* yang sedang, dan 19 mahasiswi (20,9%) memiliki tingkat *social comparison* yang rendah.

Tabel 3. Kategori Skor *Social Comparison*

Kategori	Nilai	Jumlah	Persentase
Tinggi	$X > 27,98$	17	18,7%
Sedang	$17,2 \leq X < 27,98$	55	60,4%
Rendah	$X < 17,2$	19	20,9%
		91	100%

Pada variabel *body dissatisfaction* ini, nilai skor yang didapatkan dari sampel penelitian juga dikategorikan menjadi 3 tingkat, yaitu tingkat tinggi, sedang, dan rendah. Kategorisasi nilai berdasarkan nilai rata-rata dan standar deviasi variabel *body dissatisfaction*. Berdasarkan Tabel 4, nilai rata-rata skor dari variabel *body dissatisfaction* adalah 84,38, dan standar deviasi dari variabel ini sebesar 20,47.

Tabel 4. Nilai Skor *Body Dissatisfaction*

<i>Body Dissatisfaction</i>	Mean	Std. Deviasi
	84.38	20.47

Berdasarkan tabel kategorisasi nilai *body dissatisfaction* yang terbagi menjadi 3 tingkat, sejumlah 16 mahasiswi (17,6%) memiliki tingkat *body dissatisfaction* yang tinggi, 61 mahasiswi (67%) memiliki tingkat *body dissatisfaction* yang sedang, dan 14 mahasiswi (15,4%) memiliki tingkat *body dissatisfaction* yang rendah.

Tabel 5. Kategori Skor Body Dissatisfaction

Kategori	Nilai	Jumlah	Persentase	T
Tinggi	$X > 104,85$	16	17,6%	
Sedang	$63,91 \leq X < 104,85$	61	67%	
Rendah	$X < 63,91$	14	15,4%	
		91	100%	

Adapun, berikut ini merupakan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang telah dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25.00 *for windows* terhadap variabel *social comparison* dan *body dissatisfaction*:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Social Comparison</i>	0,200	Distribusi data normal
<i>Body Dissatisfaction</i>		

Hasil uji normalitas yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikan yang dimiliki variabel *social comparison* dan *body dissatisfaction* adalah $p = 0,200$. Hasil tersebut berarti bahwa data dari kedua variabel berdistribusi normal dengan nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 ($p > 0,05$).

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan korelasi *bivariate pearson (product moment)* di SPSS versi 25.0 *for windows*. Uji ini dilakukan untuk membuktikan hipotesis bahwa ada hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. Menurut Sugiyono (2013), uji hipotesis dapat membuktikan hubungan antara variabel yang disajikan dalam bentuk besaran nilai korelasi r dengan rentang nilai 0-1. Adapun, tabel interpretasi koefisien korelasi menurut Miftahuddin, Sitanggang, dan Setiawan (2021) sebagai berikut:

Tabel 7. Interpretasi Koefisien Korelasi

Tingkat Hubungan	Interpretasi Koefisien
Sangat Rendah	0,00-0,199
Rendah	0,200-0,399
Sedang	0,400-0,599
Kuat	0,600-0,799
Sangat Kuat	0,800-1,000

Sugiyono (2013) menyatakan apabila p value kurang dari 0,05 ($p < 0,05$), maka ditemukan adanya hubungan yang signifikan antara variabel. Sebaliknya, jika p value lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hubungan antar variabel tidak signifikan. Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan peneliti pada aplikasi SPSS versi 25.0 *for windows*:

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

		<i>Social Comparison</i>	<i>Body Dissatisfaction</i>
<i>Social Comparison</i>	<i>Pearson Correlation</i>	1	.632
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
	<i>N</i>	91	91
<i>Body Dissatisfaction</i>	<i>Pearson Correlation</i>	.632	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
	<i>N</i>	91	91

Hasil uji korelasi *bivariate pearson* menunjukkan variabel *social comparison* dan variabel *body dissatisfaction* memiliki nilai korelasi sebesar 0,632 ($r=0,632$). Berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi, terdapat tingkat korelasi yang kuat antara variabel *social comparison* dan variabel *body dissatisfaction* yang memiliki nilai korelasi 0,632. Nilai korelasi yang positif antara kedua variabel tersebut menunjukkan adanya hubungan yang berbanding lurus. Hubungan yang berbanding lurus antara kedua variabel berarti *social comparison* yang meningkat pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok berhubungan dengan peningkatan *body dissatisfaction*. Di sisi lain, penurunan *social comparison* yang dilakukan perempuan dewasa awal pengguna TikTok berhubungan dengan *body dissatisfaction* yang semakin menurun.

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.632 ^a	.400	.393	15.952

Berdasarkan Tabel 9, koefisien determinasi variabel *social comparison* dan variabel *body dissatisfaction* sebesar 0,400 (40%). Hal tersebut berarti bahwa *social comparison* yang merupakan variabel bebas mempengaruhi variabel terikat *body dissatisfaction* sebanyak 40%, dan dapat dikatakan bahwa *body dissatisfaction* dipengaruhi oleh faktor lain sejumlah 60% lainnya.

Pembahasan

Berdasarkan paparan hasil mengolah data di atas, nilai signifikan *social comparison* dan *body dissatisfaction* adalah $p= 0,200$ yang bernilai lebih dari 0,05 ($p>0,05$). Pernyataan ini mengindikasikan kedua variabel mempunyai data yang terdistribusi normal. Hipotesis penelitian () yang menyatakan bahwa ada hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok dapat diterima. Hal tersebut diperlihatkan dari perolehan uji hipotesis dengan korelasi *pearson* yang menghasilkan signifikansi korelasi berjumlah 0,000 ($\text{sig}<0,05$) pada variabel bebas *social comparison* dan variabel terikat *body dissatisfaction*. Hasil uji korelasi *pearson* tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas dan terikat yang diteliti mempunyai korelasi yang signifikan akibatnya

H_a

mengenai eksistensi hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok yang telah diajukan sebelumnya dapat diterima dan *H₀* ditolak.

Uji korelasi *pearson* pun menghasilkan nilai dari koefisien korelasi (*r*) berjumlah 0,632 ($r=0,632$). Nilai koefisien korelasi antara kedua variabel penelitian tersebut mengungkapkan bahwa ada hubungan kuat antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. Koefisien korelasi bernilai positif berarti ditemukan hubungan searah pada variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian. Hubungan searah tersebut memiliki makna apabila semakin tinggi *social comparison*, maka akan semakin tinggi juga *body dissatisfaction* yang dialami oleh perempuan dewasa awal pengguna TikTok, sedangkan semakin rendah *social comparison* yang dilakukan maka akan semakin rendah pula *body dissatisfaction* yang dialami perempuan dewasa awal pengguna TikTok.

Hasil analisis data sejalan dengan penelitian Adelia dan Rinaldi (2023) yang memaparkan bahwa *social comparison* dan *body dissatisfaction* mempunyai hubungan signifikan yang searah, yakni semakin tinggi skor *social comparison* maka semakin tinggi pula skor *body dissatisfaction*. Myers dan Crowther (dalam Buvár *et al.*, 2024) juga berpendapat bahwa *body dissatisfaction* umumnya berkaitan dengan tendensi yang lebih besar untuk *social comparison*.

Berdasarkan Tabel 9, koefisien determinasi variabel *social comparison* dan variabel *body dissatisfaction* adalah 0,400. *Social comparison* yang berperan sebagai variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, yakni *body dissatisfaction* sebanyak 40%, serta sebesar 60% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hasil koefisien determinasi ini tidak berbeda dari temuan Najla dan Zulfiana (2022) yang membuktikan pengaruh *social comparison* pada *body dissatisfaction*. Menurut Cash dan Pruzinsky (dalam Amarina dan Laksmiwati, 2021), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *body dissatisfaction* adalah jenis kelamin, hubungan interpersonal, dan media massa.

Media sebagai satu dari sekian banyak faktor yang dapat mempengaruhi *body dissatisfaction* dapat dilihat dari hasil penelitian Joiner *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa menonton video penari yang kurus di TikTok memiliki dampak negatif terhadap *body satisfaction*. Selain itu, Faraci (2023) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa menonton konten diet dan olahraga dapat meningkatkan *body dissatisfaction* dan perilaku *disordered eating*. Hasil penelitian Faraci (2023) tersebut juga menunjukkan bahwa perempuan yang melihat konten diet di TikTok merasakan *body dissatisfaction* secara signifikan dibandingkan perempuan yang tidak melihat konten diet. Sehubungan itu, jenis konten yang dilihat tersedia pada media sosial, seperti TikTok, dapat dikatakan memiliki dampak tersendiri kepada penggunanya.

TikTok merupakan satu dari berabagai macam media sosial yang menyajikan fitur guna membagikan video atau gambar penggunanya hingga tidak jarang konten yang dibagikan tersebut berfokus pada tubuh. TikTok juga memiliki peran sebagai salah satu media

sosial yang menyebarkan gagasan bahwa perempuan harus mempertahankan citra "sempurna" yang tidak realistis agar dapat diterima oleh masyarakat (Fatima, Shahzad, dan Zeib, 2024). Menurut Morry dan Staska (dalam Fatima *et al.*, 2024), keinginan untuk menyerupai model-model yang pernah dilihat di media dapat muncul. Dalam hal ini, perempuan dewasa awal dapat memilah konten seperti apa yang memberikan dampak positif dan negatif terhadap citra tubuhnya untuk mencegah terjadinya *body dissatisfaction*. Penggunaan media sosial seharusnya digunakan dengan bijaksana dan pengaturan tertentu harus diberlakukan untuk mencegah efek negatif pada kesehatan mental, terutama pada perempuan dewasa awal agar tidak mudah terpengaruh standar ideal yang tidak realistis.

Kesimpulan

Berlandaskan proses uji korelasi *pearson*, simpulan yang ditemukan adalah terdapat hubungan yang signifikan di tengah variabel *social comparison* dan variabel *body dissatisfaction*. Hipotesis penelitian yang mengatakan bahwa adanya hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok terbukti benar dan dapat diterima. Hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,632 ($r=0,632$) dapat diartikan sebagai adanya hubungan searah antara variabel *social comparison* dengan variabel *body dissatisfaction*. Nilai koefisien korelasi sejumlah 0,632 membuktikan bahwa variabel *social comparison* memiliki korelasi yang kuat dengan variabel *body dissatisfaction*. Hubungan searah antara kedua variabel tersebut berarti peningkatan *social comparison* yang dilakukan oleh perempuan dewasa awal pengguna TikTok berhubungan dengan peningkatan *body dissatisfaction* yang dirasakan. Di samping itu, penurunan *social comparison* berkaitan dengan *body dissatisfaction* yang lebih rendah dirasakan perempuan dewasa awal pengguna TikTok.

Saran

Hasil penelitian ini bisa dipergunakan oleh para pengguna TikTok secara umum sebagai basis untuk berhenti membandingkan kemampuannya dalam memperindah tubuh dan kemampuannya untuk mendapatkan tubuh yang dianggap ideal dengan kemampuan orang lain di TikTok. Pengguna TikTok juga diharapkan mengurangi intensitas menonton konten mengenai tubuh di TikTok serta disarankan untuk tidak terlalu mempedulikan komentar orang lain dan belajar lebih percaya diri untuk tampil apa adanya. Fokus pada penelitian ini merupakan keterkaitan *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. Peneliti selanjutnya dapat menyajikan secara kualitatif sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi variabel dapat dijelaskan secara lebih rinci dan jelas. Peneliti selanjutnya juga dapat menambah atau menggunakan variabel lain sebagai variabel bebas untuk mencari tahu pengaruhnya terhadap *body dissatisfaction*. Sasaran penelitian selanjutnya dapat berada di tahap perkembangan lainnya, seperti remaja, pengguna media sosial selain TikTok, atau jenis kelamin pria.

Daftar Pustaka

Adelia, A., & Rinaldi, R. (2023). Hubungan antara *social comparison* dengan *body dissatisfaction* pada wanita dewasa awal pengguna instagram di kota padang.

- Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 28024-28030.
<https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.11289>
- Amarina, F. N., & Laksmiwati, H. (2021). Hubungan antara komparasi sosial dan body dissatisfaction pada perempuan pengguna instagram di surabaya. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(6), 1-11.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/41526>
- Arshuha, F. (2019). *Pengaruh Perbandingan Sosial dan Perfeksionisme terhadap Body Dissatisfaction pada Mahasiswi Pengguna Instagram* (Skripsi Sarjana, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/52076>
- Baker, J. H., Higgins Neyland, M. K., Thornton, L. M., Runfola, C. D., Larsson, H., Lichtenstein, P., Bulik, C. (2019). Body dissatisfaction in adolescent boys. *Developmental Psychology*, 55(7), 1566.
<https://psycnet.apa.org/buy/2019-20581-001>
- Basir, N. S. D., Tsalatsa, S. L., & Kresna, M. T. (2022). Persepsi Wanita dalam Menentukan Standar Kecantikan di Tiktok dan Instagram. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 1, pp. 566-575).
<https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/112>
- Brechan, I., & Kvalem, I. L. (2015). Relationship between body dissatisfaction and disordered eating: Mediating role of self-esteem and depression. *Eating Behaviors*, 17, 49-58. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.12.008>
- Buunk, A., Barelds, D., Urzúa, M. A., Zurriaga, R., González-Navarro, P., Dijkstra, P. D., & Gibbons, F. (2020). The psychometric structure of the Spanish language version of the Iowa-Netherlands comparison orientation measure in Spain and Chile. *The Spanish Journal of Psychology*, 23, e9.
<https://doi.org/10.1017/SJP.2020.1>
- Buvár, Á., Schein, A., Tódor, I., Varga, A., Koronczai, B., Szócs, L. Á., ... & Ágoston-Kostyál, C. (2024). Body positive social media posts: who likes them anyway? The role of internalization, body dissatisfaction and actual weight in the implicit and explicit bias towards thin-ideal social media posts.
<https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3964504/v1>
- Crusius, J., Corcoran, K., & Mussweiler, T. (2022). Social comparison: Theory, research, and applications. *Theories in Social Psychology, Second Edition*, 165-187. <https://doi.org/10.1002/9781394266616.ch7>
- Dewi, A. E., Noviekayati, I. G. A. A., & Rina, A. P. (2020). Social comparison dan kecenderungan body dissatisfaction pada wanita dewasa awal pengguna instagram. *SUKMA: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(2), 173-180.
<https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/sukma/article/view/4467>
- Faraci, A. R. (2023). The influence of TikTok and social media on body dissatisfaction and disordered eating behavior in college-aged women. *Senior Theses*. 648.
https://scholarcommons.sc.edu/senior_theses/648
- 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/9311/6056>
- Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(1), 129.
<https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Ginee. (2023, December 12th). Pengguna TikTok Indonesia gempar, potensi cuan menggelejar. <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Griffiths, S., Hay, P., Mitchison, D., Mond, J. M., McLean, S. A., Rodgers, B., ... & Paxton, S. J. (2016). Sex differences in the relationships between body dissatisfaction, quality of life and psychological distress. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 40(6), 518-522.
<https://doi.org/10.1111/1753-6405.12538>
- Hall, M. (2009). Predictors of body dissatisfaction among adolescent females. In *Makalah dipresentasikan pada pertemuan the American Counseling Association Annual Conference and Exposition, Charlotte, NC*.
https://www.counseling.org/docs/default-source/vistas/vistas_2009_hall.pdf?sfvrsn=34548f65_11
- Harriger, J. A., Wick, M. R., Sherline, C. M., & Kunz, A. L. (2023). The body positivity movement is not all that positive on TikTok: A content analysis of body positive TikTok videos. *Body Image*, 46, 256-264.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.003>
- Heider, N., Spruyt, A., & De Houwer, J. (2018). Body dissatisfaction revisited: On the importance of implicit beliefs about actual and ideal body image. *Psychologica Belgica*, 57(4), 158. doi: 10.5334/pb.362.
- Indah, R. P., & Farida, A. (2021). Pengaruh kemandirian belajar siswa terhadap hasil belajar matematika. *Jurnal Derivat: Jurnal Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 8(1), 41-47. <https://doi.org/10.31316/j.derivat.v8i1.1641>
- Jannah, M. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif untuk psikologi*. Unesa University Press.
- Joiner, R., Mizen, E., Pinnell, B., Siddique, L., Bradley, A., & Trevalyen, S. (2023). The effect of different types of TikTok dance challenge videos on young women's body satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 147, 107856.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107856>
- Kemp, S. (2023, February 9th). Digital 2023: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Krisanti, D. (2022). *Hubungan Social Comparison dengan Gratitude pada Dewasa Madya di Kota Makassar* (Skripsi Sarjana, Universitas Bosowa Makassar).
- Kurniawan, A. W., Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Liu, J. (2021). 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)* (pp. 359-363). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210609.072>
- Maimunah, S. (2021). *Hubungan Media Sosial dengan Body Dissatisfaction pada Mahasiswa Perempuan di Kota Surabaya* (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Surabaya).
- Miftahuddin, M., Sitanggang, A. P., & Setiawan, I. (2021). Analisis hubungan antara kelembaban relatif dengan beberapa variabel iklim dengan pendekatan korelasi pearson di Samudera Hindia. *Jurnal Siger Matematika*, 25-33. <https://jurnal.fmipa.unila.ac.id/JSM/article/view/2753>
- 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>
- Mohsin, M. (2020, September 3rd). 10 TikTok statistics that you need to know in 2020. <https://www.oberlo.com/blog/tiktokstatistics#:~:text=TikTok%20has%20800%20million%20active%20users%20worldwide.,aged%20between%2016%20and%2024>
- Najla, A. D., & Zulfiana, U. (2022). Pengaruh social comparison terhadap body dissatisfaction pada laki-laki dewasa awal pengguna instagram. *Cognicia*, 10(1), 64-71. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v10i1.20084>
- Noon, E. (2020). Compare and despair or compare and explore? Instagram social comparisons of ability and opinion predict adolescent identity development. *Cyberpsychology*, 14(2). <https://doi.org/10.5817/CP2020-2-1>
- Permatasari, N. G., & Ansyah, E. H. (2023). The relationship between social comparison and body dissatisfaction on students at muhammadiyah university of Sidoarjo. *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 5, 10-21070. <https://doi.org/10.21070/jims.v5i0.1580>
- Rizaty, M. A. (2023, December 12th). Data jumlah pengguna TikTok di Indonesia hingga Oktober 2023. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/data-jumlah-pengguna-tiktok-di-indonesia-hingga-oktober-2023>
- Rosenqvist, E., Kontinen, H., Berg, N., & Kiviruusu, O. (2023). Development of body dissatisfaction in women and men at different educational levels during the life course. *International Journal of Behavioral Medicine*, 1-12. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12529-023-10213-x>
- Schaefer, L. M., & Thompson, J. K. (2014). The development and validation of the physical appearance comparison scale-revised (PACS-R). *Eating Behaviors*, 15(2), 209-217. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2014.01.001>

- Scully, M., Swords, L., & Nixon, E. (2023). Social comparisons on social media: Online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 40(1), 31-42. <https://doi.org/10.1017/ipm.2020.93>
- Slice. (2023, May 4th). Statistik pengguna media sosial Instagram terbaru. <https://www.blog.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru>
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- 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://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jpib/article/view/2076>
- Tiggemann, M., & Brown, Z. (2018). Labelling fashion magazine advertisements: Effectiveness of different label formats on social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 25, 97-102. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.02.010>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32-37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- Wulandari, S. D. (2019). Hubungan antara intensitas melihat iklan kecantikan dengan citra tubuh negatif pada remaja putri. *Naskah Publikasi Program Studi Psikologi*. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/727>