

Hubungan antara *Body Image* dengan *Self Confidence* pada Remaja Laki-laki Pengguna Tiktok

The Relationship between Body Image and Self-Confidence in Male Adolescent TikTok Users

Nadine Khoirunnisa*

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: nadine.22005@mhs.unesa.ac.id

Qurrota A'yuni Fitriana

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Surabaya

Email: qurrotafitriana@unesa.ac.id

Abstrak

Penggunaan media sosial TikTok yang semakin masif pada remaja laki-laki berpotensi memengaruhi cara individu memandang tubuhnya serta tingkat kepercayaan diri yang dimiliki. Paparan standar fisik ideal di media sosial dapat membentuk body image tertentu yang berdampak pada self confidence remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara body image dan self confidence pada remaja laki-laki pengguna TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan melibatkan 215 remaja laki-laki berusia 15–20 tahun yang aktif menggunakan TikTok. Instrumen penelitian berupa skala body image berdasarkan aspek Cash dan Pruzinsky serta skala self confidence berdasarkan aspek Lauster. Analisis data dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 25.0 for Windows. Hasil analisis menunjukkan koefisien korelasi sebesar $r = 0,472$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang menandakan adanya hubungan positif dan signifikan antara body image dan self confidence. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif body image yang dimiliki remaja laki-laki pengguna TikTok, maka semakin tinggi tingkat self confidence mereka, sehingga penting adanya upaya pengembangan body image positif pada remaja dalam konteks penggunaan media sosial.

Kata kunci : Citra tubuh; Kepercayaan diri; Remaja laki-laki; Tiktok

Abstract

The increasing use of TikTok among male adolescents may influence how individuals perceive their bodies and develop self-confidence. Continuous exposure to idealized physical standards on social media can shape body image and subsequently affect adolescents' self-confidence. This study aimed to examine the relationship between body image and self-confidence among male adolescent TikTok users. This study employed a quantitative correlational design. The sampling technique used was purposive sampling, involving 215 male adolescents aged 15–20 years who were active TikTok users. The research instruments consisted of a body image scale developed based on the aspects proposed by Cash and Pruzinsky and a self-confidence scale developed based on Lauster's aspects of self-confidence. Data were analyzed using the Pearson Product Moment correlation test with the assistance of SPSS version 25.0 for Windows. The results showed a correlation coefficient of $r = 0.472$ with a significance value of $p = 0.000$ ($p < 0.05$), indicating a positive and significant relationship between body image and self-confidence. These findings suggest that a more positive body image is associated with higher levels of self-confidence among male adolescent TikTok users.

Therefore, fostering a positive body image is important in supporting adolescents' psychological well-being in the context of social media use.

Keywords : Body image; Self confidence; Male adolescents; Tiktok

Article History	*corresponding author
Submitted : 20-01-2026	
Final Revised : 21-01-2026	
Accepted : 21-01-2026	
	  <i>This is an open access article under the CC-BY-SA license</i> <i>Copyright © 2022 by Author, Published by Universitas Negeri Surabaya</i>

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia, terutama dalam cara berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun identitas diri. Data APJII (2025) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 229 juta jiwa, dengan durasi penggunaan rata-rata 4–6 jam per hari, di mana sebagian besar waktu tersebut dimanfaatkan untuk mengakses media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa internet dan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, khususnya bagi generasi muda yang tumbuh dalam lingkungan digital (Lisa & Irma, 2025).

Media sosial, khususnya platform berbasis visual, memiliki peran besar dalam membentuk persepsi diri individu. Generasi Z menunjukkan tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap media sosial sebagai sarana interaksi sosial, ekspresi diri, dan pencarian pengakuan sosial (Afifah & Kuntar, 2025). Paparan konten visual yang berulang tidak hanya memberikan manfaat, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi diri individu, terutama dalam membentuk standar estetika dan penilaian terhadap penampilan fisik (Silitonga, 2023).

Di antara berbagai platform media sosial, TikTok menjadi salah satu yang paling populer dan berpengaruh di Indonesia. Data APJII (2025) mencatat bahwa TikTok menempati posisi teratas dalam tingkat popularitas media sosial dengan persentase penggunaan sebesar 35,17%. Melalui konten video singkat dan algoritma yang menyesuaikan minat pengguna, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang pembentukan standar sosial dan estetika tubuh, yang secara langsung memengaruhi body image dan berpotensi berdampak pada self confidence remaja (Roainina, 2021; Barek et al., 2025).

Paparan berulang terhadap standar tubuh tertentu di media sosial memicu fenomena *social comparison*, yaitu kecenderungan individu untuk membandingkan dirinya dengan figur yang ditampilkan secara visual. APJII (2025) menunjukkan bahwa konten olahraga merupakan konten yang paling banyak diakses oleh pengguna laki-laki. Konten tersebut umumnya menampilkan gambaran tubuh atletis dan maskulin, sehingga menjadikan remaja laki-laki rentan mengalami tekanan psikologis terkait persepsi tubuh. Tekanan ini berpotensi menimbulkan ketidakpuasan tubuh, gangguan pola makan, serta perilaku kompulsif yang tidak sehat (Tenkorang & Okyere, 2022).

Dalam kajian psikologi, penelitian mengenai body image dan self confidence lebih banyak menyoroti remaja perempuan karena kelompok ini sering dilaporkan memiliki tingkat ketidakpuasan tubuh dan kepercayaan diri yang lebih rendah (Trimayati et al., 2023). Akibatnya, pengalaman psikologis remaja laki-laki cenderung kurang mendapat perhatian. Norma sosial yang menuntut laki-laki untuk tampil kuat dan percaya diri membuat permasalahan self confidence pada remaja laki-laki sering kali tidak teridentifikasi secara jelas,

meskipun mereka juga menghadapi tekanan psikologis yang signifikan dalam konteks penggunaan media sosial seperti TikTok.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan antara body image dan self confidence (Kusumawati et al., 2025; Kurniawan et al., 2023; Malau & Rosito, 2023). Namun, penelitian yang secara khusus menelaah remaja laki-laki pengguna TikTok pada fase remaja pertengahan hingga akhir (15–20 tahun) masih sangat terbatas. Padahal, fase ini merupakan periode penting dalam pencarian identitas diri dan penerimaan perubahan fisik (Manatar et al., 2022; Danielle & Sandjaja, 2024). Oleh karena itu, penelitian mengenai hubungan antara body image dan self confidence pada remaja laki-laki pengguna TikTok menjadi penting untuk mengisi kesenjangan penelitian serta memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai dinamika psikologis remaja laki-laki di era media sosial.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional yang bertujuan untuk menguji hubungan antara body image dan self confidence pada remaja laki-laki pengguna media sosial TikTok. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memperoleh data numerik yang dapat dianalisis secara statistik untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antarvariabel. Desain korelasional digunakan karena penelitian ini tidak bertujuan memberikan perlakuan tertentu, melainkan mengidentifikasi hubungan yang terjadi secara alami antara variabel body image dan self confidence (Sugiyono, 2023). Penelitian dilaksanakan secara daring dan luring di wilayah Kota Surabaya dan Kab. Gresik pada bulan Desember 2025.

Sampel / Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh responden yang terlibat dalam penelitian, yaitu remaja laki-laki pengguna media sosial TikTok yang telah memenuhi kriteria penelitian. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 215 orang. Kriteria responden meliputi: (1) remaja laki-laki berusia 15-20 tahun, dan (2) memiliki akun TikTok serta aktif mengakses konten, baik sebagai penonton maupun pengunggah. Seluruh responden tersebut dijadikan sampel penelitian sehingga penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, di mana pemilihan responden dilakukan berdasarkan kesesuaian karakteristik dengan tujuan penelitian.

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan disebarluaskan secara daring melalui Google Form serta secara luring kepada responden yang memenuhi kriteria. Penyebaran kuesioner daring dilakukan melalui media sosial, sedangkan pengumpulan data luring dilakukan dengan mendatangi langsung siswa laki-laki di Sekolah Menengah Kejuruan. Sebelum pengisian kuesioner, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan dijamin kerahasiaan data yang diberikan. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju.

Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan bantuan program SPSS versi 25.0 for Windows. Analisis data diawali dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data responden. Selanjutnya dilakukan uji asumsi yang meliputi uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan uji linearitas untuk memastikan terpenuhinya syarat analisis

parametrik. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel body image dan self confidence pada remaja laki-laki pengguna TikTok.

Hasil

Demografi Responden

Berdasarkan tabel demografi usia responden, bisa diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 15-16 tahun, dengan jumlah 116 responden (53,9%). Hal ini menyiratkan bahwa lebih dari setengah partisipan penelitian ini berada pada rentang usia tersebut. Kelompok usia berikutnya yang paling banyak adalah 17-18 tahun, dengan jumlah 48 responden (22,33%), diikuti dengan kelompok usia 19-20 tahun dengan jumlah 51 responden (23,72%).

Table 1. Usia Responden

Kelompok Usia	Jumlah	Persentase
15-16 tahun	116	53,9%
17-18 tahun	48	22,33%
19-20 tahun	51	23,72%

Berdasarkan data pada demografis wilayah responden, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari wilayah Gresik, yaitu sebanyak 155 responden (71,4%). Tingginya persentase responden dari wilayah ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan penelitian berdomisili di Gresik, sehingga karakteristik responden dalam penelitian ini lebih banyak merepresentasikan kondisi dan latar belakang wilayah tersebut. Selanjutnya, responden yang berasal dari wilayah Surabaya berjumlah 62 responden (28,6%).

Table 2. Persebaran Wilayah Responden

Wilayah	Jumlah	Persentase
Surabaya	60	27,91%
Gresik	155	71,4%

Berdasarkan Tabel 3, mayoritas responden menggunakan TikTok selama 3–4 jam per hari, yaitu sebanyak 76 responden (35,1%), diikuti oleh responden dengan durasi penggunaan 1–2 jam per hari sebanyak 70 responden (32,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki intensitas penggunaan TikTok yang tergolong sedang hingga tinggi. Selanjutnya, sebanyak 43 responden (19,9%) menggunakan TikTok lebih dari 4 jam per hari, sedangkan kelompok dengan durasi penggunaan kurang dari 1 jam per hari merupakan kelompok paling sedikit, yaitu sebanyak 27 responden (12,5%).

Tabel 3. Intensitas Penggunaan TikTok per Hari

Intensitas waktu	Jumlah	Percentase
<1 jam	27	12,5%
1-2 jam	70	32,4%
3-4 jam	76	35,1%
>4 jam	43	19,9%

Berdasarkan Tabel demografi konten, responden menunjukkan preferensi yang beragam terhadap konten TikTok. Konten olahraga menjadi yang paling dominan dengan 62 responden (28,8%), menunjukkan tingginya minat terhadap aktivitas fisik dan informasi olahraga. Kategori lain-lain menempati urutan kedua (44 responden; 20,4%), yang mencerminkan ketertarikan responden pada berbagai jenis konten di luar kategori utama, seperti game, modifikasi motor, elektronika, dan konten acak lainnya. Konten fashion ditonton oleh 36 responden (16,7%), diikuti konten edukasi sebanyak 28 responden (13%), serta konten komedi atau hiburan oleh 27 responden (12,5%). Sementara itu, konten berita menjadi yang paling sedikit ditonton (18 responden; 8,3%), menunjukkan bahwa responden relatif jarang mengakses konten berita melalui TikTok dibandingkan jenis konten lainnya.

Tabel 4. Konten yang Sering Ditonton

Jenis Konten	Jumlah	Percentase
Olahraga	62	28,8%
Fashion	36	16,7%
Komedi atau Hiburan	27	12,5%
Berita	18	8,3%
Edukasi	28	13%
Lain-lain	44	20,4%

Uji Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel body image memiliki nilai rata-rata sebesar 77,40 dari rentang skor 52 hingga 101. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat body image yang berada pada kategori sedang. Simpangan baku sebesar 8,50 menunjukkan adanya variasi skor yang relatif moderat antarresponden. Sementara itu, variabel self confidence memiliki nilai rata-rata sebesar 48,85 dari rentang skor 26 hingga 85. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat self confidence responden secara umum berada pada kategori sedang. Simpangan baku sebesar 11,59 mengindikasikan adanya variasi yang cukup besar antarresponden terkait tingkat kepercayaan diri.

Table 5. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Body Image	215	52	101	77,40	8,505
Self Confidence	215	26	85	48,85	11,593

Melalui data statistik deskriptif tersebut maka dapat dibuat kategorisasi yang dibagi menjadi tiga yaitu, rendah, sedang dan tinggi yang ditentukan berdasarkan nilai mean dan standar deviasi pada variabel (Azwar, 2021). Adapun tabel skor dari nilai body image yaitu :

Berdasarkan tabel kategori tingkat body image yang dihitung menggunakan pedoman menurut Azwar (2021), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat 30 remaja laki-laki (13,95%) termasuk golongan rendah, 152 remaja laki-laki (70,70%) termasuk kategori sedang, kemudian 33 remaja laki-laki (15,35%) termasuk dalam kategori tinggi.

Table 6. Kategori Tingkat Body Image

Kategori	Nilai	Jumlah	Persentase
Rendah	$X < 68,90$	30	13,95%
Sedang	$68,90 \leq X \leq 85,91$	152	70,70%
Tinggi	$X > 85,91$	33	15,35%
215			

Berdasarkan tabel kategori tingkat self confidence yang telah dihitung menurut pedoman dari Azwar (2021), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat 34 remaja laki-laki (15,81%) termasuk dalam kategori rendah, dan terdapat 141 remaja laki-laki (65,58%) termasuk kategori sedang, kemudian terdapat 40 remaja laki-laki (18,60%) termasuk dalam kategori tinggi.

Table 7. Kategori Tingkat Self Confidence

Kategori	Nilai	Jumlah	Persentase
Rendah	$X < 37,26$	34	15,81%
Sedang	$37,26 \leq X \leq 60,44$	141	65,58%
Tinggi	$X > 60,44$	40	18,60%
215			

Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa body image dan self confidence responden berada pada kategori sedang di seluruh kelompok usia. Kelompok usia 15–16 tahun memiliki mean body image sebesar 77,31 dan mean self confidence sebesar 49,79. Pada usia 17–18 tahun, mean body image sedikit meningkat menjadi 77,66, namun disertai mean self confidence terendah dibandingkan kelompok usia lain, yaitu 46,45, meskipun tetap dalam kategori sedang. Sementara itu, responden usia 19–20 tahun menunjukkan mean body image

sebesar 77,31 dan mean self confidence sebesar 48,94, yang juga termasuk kategori sedang. Secara umum, temuan ini mengindikasikan bahwa usia tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan terhadap tingkat body image dan self confidence, karena seluruh kelompok usia memperlihatkan pola yang relatif serupa.

Table 8. Body Image dan Self Confidence Berdasarkan Usia

Usia	Mean Body Image	Kategori	Mean Self Confidence	Kategori
15-16	77,31	Sedang	49,79	Sedang
17-18	77,66	Sedang	46,45	Sedang
19-20	77,31	Sedang	48,94	Sedang

Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa body image dan self confidence responden berada pada kategori sedang pada seluruh tingkat intensitas penggunaan TikTok. Responden dengan intensitas penggunaan kurang dari 1 jam memiliki mean body image dan self confidence terendah, masing-masing sebesar 74,03 dan 44,74. Seiring meningkatnya durasi penggunaan, nilai mean kedua variabel cenderung meningkat, dengan mean body image sebesar 76,87 dan mean self confidence sebesar 48,12 pada intensitas 1–2 jam, serta mencapai mean tertinggi pada intensitas 3–4 jam, yaitu 77,92 untuk body image dan 50,25 untuk self confidence. Pada intensitas lebih dari 4 jam, mean body image tetap meningkat menjadi 79,44, sementara mean self confidence sedikit menurun menjadi 50,13, namun tetap berada dalam kategori sedang. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan body image dan self confidence seiring bertambahnya intensitas penggunaan TikTok, meskipun belum mencapai perbedaan kategori yang signifikan.

Table 9. Body Image dan Self Confidence Berdasarkan Intensitas Penggunaan Tiktok

Intensitas	Mean Body Image	Kategori	Mean Self Confidence	Kategori
<1 jam	74,03	Sedang	44,74	Sedang
1-2 jam	76,87	Sedang	48,12	Sedang
3-4 jam	77,92	Sedang	50,25	Sedang
>4 jam	79,44	Sedang	50,13	Sedang

Analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa body image dan self confidence responden berada pada kategori sedang pada seluruh jenis konten TikTok yang sering dikonsumsi. Responden yang lebih sering menonton konten olahraga memiliki mean body image sebesar 76,75 dan mean self confidence sebesar 48,06. Pada konten fashion, mean body image relatif lebih tinggi, yaitu 77,86, namun disertai mean self confidence yang cenderung lebih rendah dibandingkan beberapa jenis konten lainnya, yakni 47,22. Responden yang mengonsumsi konten komedi atau hiburan menunjukkan mean self confidence tertinggi sebesar 50,77, dengan mean body image sebesar 77,51, sementara konten edukasi mencatat mean body image tertinggi, yaitu 79, serta mean self confidence sebesar 50,5. Adapun responden yang mengonsumsi konten berita dan kategori lain-lain menunjukkan nilai mean kedua variabel yang relatif serupa dan tetap berada dalam kategori sedang. Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan adanya variasi nilai rata-rata body image dan self confidence berdasarkan jenis konten yang dikonsumsi, meskipun perbedaan tersebut belum menunjukkan pergeseran kategori yang signifikan.

Table 10. Body Image dan Self Confidence Berdasarkan Jenis Konten

Jenis Konten	Mean Body Image	Kategori	Mean Self Confidence	Kategori
Olahraga	76,75	Sedang	48,06	Sedang
Fashion	77,86	Sedang	47,22	Sedang
Komedи/ hiburan	77,51	Sedang	50,77	Sedang
Berita	77,66	Sedang	49,44	Sedang
Edukasi	79	Sedang	50,5	Sedang
Lain-lain	76,70	Sedang	48,79	Sedang

Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov–Smirnov pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi 0,052. Nilai ini lebih besar dari batas signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Table 11. Hasil Uji Normalitas

One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		215
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std.	10.22219125
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	0,54
	Negative	-,37
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d

Uji Linearitas

Berdasarkan hasil uji linearitas, nilai signifikansi (p) = 0.099 > 0.05 menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara body image dan self confidence. Berdasarkan uji yang dilaksanakan, bisa dikatakan syarat linearitas telah terpenuhi, dan analisis korelasi dapat diterus ujikan ke tahap uji hipotesis menggunakan metode Pearson Product Moment.

Table 12. Hasil Uji Linearitas

SC*BI	Sig	
	Combined	,000
	Linearity	,000
	Deviation from Linearity	,099

Uji Hipotesis

Pada hasil analisis menggunakan korelasi Pearson Product Moment, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0,472$ dengan signifikansi $0,000$ ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara body image dan self confidence pada remaja laki-laki pengguna TikTok. Koefisien korelasi yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan body image berbanding lurus dengan meningkatnya tingkat self confidence. Nilai $r = 0,472$ mengindikasikan bahwa kekuatan hubungan antara kedua variabel berada pada tingkat sedang berdasarkan interpretasi koefisien korelasi.

Table 13. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Korelasi (r)	Sig. (2-tailed)
Body Image dan Self Confidence	,472	0.000 < 0.05

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara body image dan self confidence pada remaja laki-laki pengguna TikTok. Hasil analisis menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment menunjukkan koefisien korelasi sebesar $r = 0,472$ dengan tingkat signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang mengindikasikan adanya hubungan positif dengan kekuatan sedang. Temuan ini menegaskan bahwa semakin positif persepsi remaja laki-laki terhadap tubuhnya, semakin tinggi tingkat kepercayaan diri yang dimiliki, dan sebaliknya. Remaja yang mampu menerima dan menghargai kondisi tubuhnya cenderung merasa lebih nyaman dalam berinteraksi sosial, mengekspresikan pendapat, serta menghadapi penilaian dari lingkungan, sehingga body image menjadi salah satu aspek psikologis penting dalam pembentukan self confidence pada masa remaja (Zuvita et al., 2022).

Hubungan antara body image dan self confidence dalam penelitian ini dapat dipahami melalui proses evaluasi diri dan perbandingan sosial yang intens terjadi pada pengguna TikTok. Paparan konten visual yang menampilkan standar tubuh ideal, seperti tubuh atletis dan maskulin, mendorong remaja laki-laki untuk membandingkan dirinya dengan figur lain di media sosial. Ketika perbandingan tersebut dimaknai secara realistik dan adaptif, hal ini dapat menjadi sumber motivasi. Namun, perbandingan sosial yang berlebihan dan tidak realistik justru berpotensi menurunkan body image dan berdampak negatif pada self confidence (Megawati & Nurhayati, 2022). Karakteristik TikTok sebagai platform berbasis visual juga memungkinkan terjadinya validasi sosial melalui jumlah tayangan dan komentar, yang dapat memperkuat atau melemahkan rasa percaya diri remaja tergantung pada respons yang diterima (Liu, 2021).

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki body image dan self confidence pada kategori sedang. Kondisi ini mencerminkan bahwa sebagian besar remaja laki-laki memiliki persepsi tubuh dan kepercayaan diri yang cukup adaptif, meskipun belum optimal (Ifdil, 2024). Keseragaman kategori sedang pada berbagai kelompok usia, intensitas penggunaan TikTok, dan jenis konten yang dikonsumsi menunjukkan bahwa pengaruh TikTok terhadap body image dan self confidence tidak semata-mata ditentukan oleh karakteristik demografis atau pola penggunaan, melainkan lebih dipengaruhi oleh cara individu memaknai dan mengevaluasi paparan konten yang diterima.

Ditinjau dari tahap perkembangan, mayoritas responden berada pada fase remaja pertengahan, yaitu periode yang ditandai oleh perubahan fisik signifikan dan meningkatnya kebutuhan akan penerimaan sosial. Pada fase ini, penampilan tubuh sering dijadikan dasar dalam menilai nilai diri dan

maskulinitas, sehingga body image memiliki peran penting dalam pembentukan self confidence (Saryuti & Nur, 2025). Preferensi terhadap konten olahraga dan fashion dapat memberikan dampak ganda, yakni mendorong perhatian terhadap kebugaran, namun juga berpotensi menampilkan standar tubuh ideal yang menimbulkan tekanan psikologis apabila tidak dimaknai secara sehat (Kusdemawati, 2024).

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara body image dan self confidence pada pengguna media sosial (Laili et al., 2024; Kristano & Ambarwati, 2024). Selain body image, faktor lain seperti dukungan sosial, pengalaman pribadi, serta kemampuan mengelola penggunaan media sosial juga berperan dalam membentuk kepercayaan diri remaja (Kanda & Oktaviani, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan body image yang sehat melalui literasi media, penerimaan diri, dan pengelolaan penggunaan TikTok sebagai upaya preventif untuk menjaga self confidence remaja laki-laki di era digital (Syifa & Irwansyah, 2022).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara body image dan self confidence pada remaja laki-laki pengguna TikTok. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengolahan data penelitian yang menunjukkan koefisien korelasi Pearson sebesar 0,441 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti hipotesis dalam penelitian ini diterima. Jika dikelompokkan berdasarkan tingkat kekuatan korelasi, hubungan antara body image dan self confidence termasuk dalam kategori hubungan sedang dan bersifat positif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa body image berperan dalam pembentukan self confidence pada remaja laki-laki pengguna TikTok. Remaja yang memiliki persepsi positif terhadap kondisi tubuhnya cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi, sedangkan remaja yang memiliki body image negatif cenderung menunjukkan tingkat self confidence yang lebih rendah. Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa semakin positif body image yang dimiliki individu, maka semakin tinggi pula self confidence yang dimilikinya.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan dengan kekuatan sedang antara body image dan self confidence pada remaja laki-laki pengguna TikTok, disarankan agar remaja laki-laki menggunakan TikTok secara lebih selektif dengan membatasi paparan konten yang mendorong perbandingan fisik berlebihan. Remaja diharapkan lebih memfokuskan diri pada konten yang bersifat edukatif, inspiratif, dan mendukung pengembangan diri, serta mengembangkan penerimaan diri melalui pemahaman yang realistik terhadap perubahan fisik, penerapan gaya hidup sehat, dan keterlibatan dalam lingkungan sosial yang suportif guna meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan karakteristik responden agar hasil penelitian lebih representatif, serta mempertimbangkan penambahan variabel lain yang berpotensi memengaruhi body image dan self confidence, seperti dukungan teman sebaya, lingkungan keluarga, atau faktor psikososial lainnya, guna memperkaya kajian teoritis dan empiris di bidang ini.

Daftar Pustaka

- Afifah, N., & Kuntar, S. (2025). Peran media sosial dalam pembentukan identitas sosial Gen Z di aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 1–15.
- Barek, V. P. I., Keraf, M. K. P., & Takalapeta, T. (2025). Gambaran body image pada mahasiswa pengguna TikTok di Universitas Nusa Cendana. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 5(4), 10021–10029.
- Dannelle, E. C., & Sandjaja, S. S. (2024). Gambaran citra tubuh pada remaja laki-laki. *Psikowipa*, 5(2), 114–122.
- Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2024). Hubungan body image dengan kepercayaan diri remaja putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2(3), 1–10.
- Kanda, A. S., & Oktaviani, A. (2023). Dampak media sosial terhadap rasa percaya diri terkait citra tubuh generasi Z di Kota Cimahi. *Jurnal Janaloka*, 1(2), 81–96.
- Kristano, A. D., & Ambarwati, K. D. (2024). Hubungan Body Image dengan Penerimaan Diri pada Remaja Pengguna TikTok atau Instagram. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 3211–3219. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10815>
- Kurniawan, A., Noviekayati, I. G. A. A., & Rina, A. P. (2023). Hubungan body image dengan kepercayaan diri pada korban body shaming pengguna Instagram. *Psikosains*, 18(1), 1–9.
- Kusdemawati, J. (2024). Konsep body image remaja putri penikmat beauty content pada aplikasi TikTok. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(1), 8591–8601.
- Kusumawati, N. A. D., Marheni, A., & Suarya, L. M. K. S. (2025). Peran citra tubuh terhadap kepercayaan diri pada remaja perempuan di Denpasar yang menggunakan media sosial TikTok. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(9.C), 134–155.
- Laili, F. N., Sholichah, I. F., & Amelasasih, P. (2024). Pengaruh body image terhadap kepercayaan diri pada wanita pengguna media sosial Instagram. *Wacana Psikokultural: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(1), 43–50. <https://doi.org/10.24246/jwp.v2i1.13733>
- Lisa, H., & Irma, A. (2025). Penggunaan akun second Instagram sebagai media ekspresi diri remaja di era digital. *ARINI: Jurnal Ilmiah dan Karya Inovasi Guru*, 2(1), 1–15.
- Liu, J. (2021). The Influence of the Body Image Presented Through TikTok Trend-Videos and Its Possible Reasons. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 559, (359-363). doi.org/10.2991/assehr.k.210609.072
- Malau, B. F. A., & Rosito, A. C. (2023). Hubungan body image terhadap kepercayaan diri wanita dewasa awal. *Jurnal Inovatif*, 5(2), 214–223
- Manatar, F., Tiwa, T., & Narosaputra, D. (2022). Pengaruh social comparison terhadap body image remajaakhir laki-laki di SMAN 1 Kakas. *Psikopedia*, 3.
- Megawati, S. B., & Nurhayati, S. R. (2022). Pengaruh perbandingan sosial terhadap body image pada mahasiswi. *Acta Psychologia*, 4(2), 65–71.
- Roainina, F. (2021). Pengaruh sosial media terhadap body image. *Jurnal Universitas Mercu Buana Yogyakarta*, 60–63.
- Saryuti, & Nur, H. (2025). Identitas di era maya: Pencarian jati diri remaja dalam labirin media sosial. *JKP: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 2(2), 13–23.

- Silitonga, P. (2023). Pengaruh positif dan negatif media sosial terhadap perkembangan sosial, psikologis, dan perilaku remaja yang tidak terbiasa dengan teknologi sosial media di Indonesia. *Pediaqu: Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 2(4), 1–15.
- Sugiyono. (2023). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Syifa, A. N., & Irwansyah. (2022). Dampak media sosial Instagram terhadap kepercayaan diri anak remaja. *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2), 102–116.
- Tenkorang, S., & Okyere, C. O. (2022). Factors influencing body image perception of university students in Ghana. *Technium Social Sciences Journal*, 27, 492–501.
- Trimayati, R. H., Sholichah, I. F., & Alfinuha, S. (2023). Perbedaan tingkat kepercayaan diri ditinjau dari jenis kelamin pada siswa SMA Negeri 1 Cerme. *Psikosains*, 18(1), 42–48.
- Zuvita, F., Arneliwati, & Nauli, F. A. (2022). Hubungan dukungan sosial teman sebaya dengan body image pada remaja. *Jurnal Ners Indonesia*, 12(2), 177–185.