

Social Comparison dan Body Image pada Perempuan Dewasa Awal Pengguna TikTok: Studi Korelasional

Bunga Chantiqa¹, Sarita Candra Merida², Tugimin Supriyadi³

^{1,2,3} Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Riwayat artikel: Diterima : 26/06/2026 Direvisi : 06/08/2026 Dipublikasikan : 13/08/2026 Kata kunci: <i>Social Comparison;</i> <i>Body Image;</i> <i>Perempuan Dewasa;</i> <i>Pengguna TikTok.</i>	Perempuan dewasa awal merupakan kelompok individu yang berada pada tahap perkembangan yang ditandai dengan meningkatnya perhatian terhadap penampilan fisik dan penerimaan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara social comparison dengan body image pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok di Kecamatan Bekasi Timur. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional. Sampel penelitian terdiri dari 110 responden yang diperoleh menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis convenience sampling. Instrumen yang digunakan adalah skala social comparison dan skala body image dari penelitian terdahulu yang telah dimodifikasi. Hasil analisis data menggunakan uji korelasi Spearman's Rho menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif yang signifikan antara social comparison dengan body image ($r = -0.622$; $p < 0.05$), artinya semakin tinggi tingkat social comparison maka semakin negatif body image yang dimiliki individu. Sebaliknya, semakin rendah tingkat social comparison individu maka body image cenderung lebih positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa paparan konten TikTok yang menampilkan standar kecantikan tertentu dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk membandingkan diri dengan orang lain, sehingga hal ini berpengaruh terhadap penilaian negatif individu terhadap kondisi tubuhnya.
Penulis Korespondensi: Bunga Chantiqa Email: bungachantiqa99@gmail.com	

PENDAHULUAN

Perempuan yang berada pada masa dewasa awal umumnya menunjukkan perhatian yang cukup besar terhadap kondisi fisik dan penampilannya. Hal tersebut sering dipandang sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepercayaan diri, interaksi sosial, serta cara individu menilai dirinya sendiri (Maulani, 2019). Kondisi ini sejalan dengan karakteristik masa dewasa awal yang merupakan periode penting dalam perkembangan individu. Santrock (2012), menyatakan bahwa masa dewasa awal adalah periode perkembangan yang berlangsung pada rentang usia 20 hingga 40 tahun dan ditandai oleh berbagai perubahan, seperti meningkatnya tanggung jawab sosial, pembentukan kemandirian, pengembangan karir, serta adanya peningkatan kesadaran terhadap identitas diri dan penampilan fisik.

Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai salah satu faktor yang memengaruhi cara perempuan dewasa awal memandang dan menilai penampilan fisiknya. Penggunaan media sosial yang semakin intens dapat membuat perempuan dewasa awal lebih

sering terpapar pada berbagai konten yang menampilkan standar kecantikan tertentu. Standar kecantikan tersebut umumnya dikaitkan dengan tubuh yang langsing, kulit cerah, dan wajah yang menarik, sehingga hal ini dipandang masyarakat sebagai simbol nilai serta keberhargaan diri seorang perempuan (Rizkiyah & Apsari, 2020).

Individu yang merasa penampilan fisiknya belum sesuai dengan standar kecantikan tersebut cenderung lebih rentan mengalami ketidakpuasan terhadap tubuhnya (Claudia & Siahaan, 2024). Kondisi ini juga dipengaruhi oleh adanya konstruksi sosial dan budaya yang menempatkan penampilan fisik sebagai salah satu aspek penting dalam menilai daya tarik perempuan (Mappatunru et al., 2023). Informasi mengenai tren kecantikan dan penampilan fisik ideal semakin mudah diakses oleh individu melalui berbagai *platform* digital, salah satunya yaitu *TikTok* yang menjadi media sosial paling populer di kalangan perempuan dewasa awal. Vendhitya (2023), mendefinisikan *TikTok* sebagai sebuah *platform* media sosial berbasis video pendek yang menyediakan beragam konten visual dengan menampilkan gaya hidup, rutinitas perawatan diri, kecantikan, hingga tren *fashion* terkini.

Karakteristik *TikTok* yang memiliki kemudahan akses dan daya tarik visual menjadikannya sebagai salah satu *platform* media yang berpengaruh besar dalam menyebarkan standar kecantikan modern (Amalia, 2025). Hasil laporan DataReportal (2024), mencatat bahwa pada awal tahun 2024 pengguna *TikTok* di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 18-24 tahun dengan jumlah mencapai 126,8 juta pengguna. Sejalan dengan hal tersebut, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025 mengungkapkan hasil data terbaru yaitu ditemukan bahwa pengguna *TikTok* dengan jenis kelamin perempuan mencapai persentase sebesar 37,55%, sedangkan pengguna *TikTok* dengan jenis kelamin laki - laki mencapai persentase sebesar 32,98% (Suharno, 2025). Data ini memperlihatkan bahwa pengguna *TikTok* dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki – laki, sehingga hal ini semakin menggambarkan adanya ketertarikan perempuan terhadap *platform* digital *TikTok*. Dinata dan Pratama (2022), menyatakan bahwa konten bertema kecantikan di *TikTok* berpotensi memengaruhi cara individu khususnya perempuan dalam mengevaluasi dan memandang tubuhnya sendiri atau yang dikenal dengan istilah *body image*.

Cash dan Pruzinsky (2002), mendefinisikan *body image* sebagai suatu persepsi, pikiran, dan perasaan individu terhadap tubuhnya sendiri. Konsep ini mencakup cara individu menilai dan merasakan tubuhnya dari sudut pandang pribadi maupun sosial. Media sosial khususnya *TikTok* menjadi salah satu sumber yang berperan dalam membentuk persepsi perempuan mengenai standar kecantikan. Fenomena ini juga ditemukan dalam wawancara awal yang dilakukan terhadap sepuluh partisipan perempuan dewasa awal pengguna *TikTok* di Kecamatan Bekasi Timur. Hasil wawancara awal menemukan bahwa sebanyak enam partisipan mengalami adanya kecenderungan *body image* negatif seperti merasa *insecure*, minder, dan tidak puas terhadap penampilan fisiknya setelah melihat konten yang menampilkan standar kecantikan ideal di *TikTok*, sedangkan empat partisipan lainnya mengalami kecenderungan *body image* positif dengan cara memandang konten kecantikan di *TikTok* sebagai sumber inspirasi untuk merawat diri.

Perbedaan respons partisipan menunjukkan bahwa paparan konten *TikTok* dapat memengaruhi cara perempuan dewasa awal mengevaluasi penampilan fisiknya, sehingga hal tersebut mendorong munculnya kecenderungan untuk membandingkan diri dengan pengguna lain di *TikTok* yang dianggap lebih menarik atau ideal. Proses membandingkan diri ini sering dikenal dengan istilah *social comparison*. Festinger (1954), mendefinisikan *social comparison* sebagai suatu proses yang dilakukan individu untuk memperoleh pemahaman dengan cara melakukan evaluasi terhadap dirinya melalui perbandingan dengan orang lain. Proses evaluasi tersebut juga melibatkan adanya reaksi emosional yang kompleks seperti rasa kagum, iri, minder, bangga, ataupun ketidakpuasan terhadap diri sendiri setelah melakukan perbandingan dengan individu lain (Jones, 2001).

Reaksi emosional yang muncul setelah melakukan *social comparison* menunjukkan bahwa proses membandingkan diri yang dilakukan individu dapat memengaruhi pembentukan *body*

image pada perempuan dewasa awal pengguna *TikTok*. Paparan konten kecantikan yang ditampilkan secara berulang dapat meningkatkan kecenderungan individu untuk mengevaluasi penampilan fisiknya berdasarkan standar kecantikan yang berkembang di *TikTok* (Usmar et al., 2022). Kondisi tersebut menjadi semakin penting untuk diperhatikan karena *TikTok* merupakan media sosial yang cenderung menampilkan konten visual mengenai kecantikan, gaya hidup, dan citra tubuh ideal, sehingga hal ini berpotensi untuk meningkatkan kecenderungan *social comparison* yang dilakukan oleh individu dan pembentukan *body image* negatif (Amalia, 2025; Mappatunru et al., 2023). Fenomena ini masih relevan dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai peran *social comparison* dalam pembentukan *body image*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *body image* pada perempuan dewasa awal pengguna *TikTok*.

METODE PENELITIAN

Desain

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Sugiyono (2023), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada paradigma positivisme yang digunakan untuk memperoleh data dari populasi maupun sampel tertentu melalui instrumen penelitian yang telah disusun. Jenis penelitian korelasional digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih (Gay et al., 2012). Data yang terkumpul dianalisis secara statistik sebagai dasar untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Partisipan

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perempuan dewasa awal berusia 18 - 25 tahun yang aktif menggunakan aplikasi *TikTok* dan berdomisili di Kecamatan Bekasi Timur. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non - probability sampling* dengan jenis *convenience sampling* yang berjumlah sebanyak 110 partisipan. Partisipan berasal dari beberapa Kelurahan seperti Margahayu sebanyak 27 orang, Bekasi Jaya 32 orang, Duren Jaya 27 orang, dan Aren Jaya 24 orang.

Instrumen

a. Body Image

Pada penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk mengukur *body image* adalah instrumen pengukuran yang telah dimodifikasi dari penelitian Novianti (2020) dengan 40 item pernyataan *favorable*, namun terdapat 8 item yang gugur karena memiliki nilai korelasi item total $\leq 0,300$ sehingga item yang dinyatakan valid hanya berjumlah sebanyak 32 item dan memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,946. Instrumen tersebut disusun menggunakan aspek *body image* dari teori Cash dan Pruzinsky (2002) dan telah dimodifikasi oleh peneliti agar sesuai dengan konteks penelitian ini. Instrumen pengukuran ini mencakup lima aspek, antara lain sebagai berikut:

Tabel 1. *Blueprint Body Image Scale*

No	Aspek	Nomor Item	Jumlah Nomor
1	Appearance evaluation	1,3,5,7,2,4,6,8	8
2	Appearance orientation	9,11,12,15,10,13,14,16	8
3	Body areas satisfaction	17,19,21,24,18,20,22,23	8
4	Overweight preoccupation	25,26,28,30,27,29,31,32	8
5	Self-classified weight	33,34,36,38,35,37,39,40	8
<i>Total</i>			40

b. Social Comparison

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *social comparison* dalam penelitian ini adalah instrumen pengukuran yang telah dimodifikasi dari penelitian Yauseph (2024) dengan jumlah sebanyak 10 item yang valid dan memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,777. Instrumen ini disusun menggunakan aspek *social comparison* yang dikemukakan oleh Jones (2001) dan telah

dimodifikasi oleh peneliti agar sesuai dengan konteks penelitian ini. Instrumen pengukuran ini mencakup dua aspek, antara lain sebagai berikut:

Tabel 2. *Blueprint Social Comparison Scale*

No	Aspek	Nomor Item	Jumlah Nomor
1	Physical	2,7,14,19,8,11,21,27, 5,12,18,30,4,16,23,24	16
2	Social	9,15,28,31,1,13,22,26 6,10,20,32,3,17,25,29	16
<i>Total</i>			32

Prosedur

Penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan beberapa tahapan. Pada tahap awal, peneliti mengidentifikasi fenomena terlebih dahulu melalui observasi terhadap perilaku individu yang menggunakan *TikTok*, khususnya dalam menanggapi berbagai konten yang menampilkan penampilan fisik dan gaya hidup. Fenomena tersebut diperkuat melalui wawancara awal kepada sepuluh partisipan yang sesuai dengan karakteristik penelitian serta mengumpulkan penelitian terdahulu yang relevan. Berdasarkan fenomena dan data pendukung yang telah diperoleh, maka peneliti menetapkan variabel bebas dan variabel terikat dengan menentukan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian.

Peneliti selanjutnya melakukan penyesuaian instrumen penelitian dan menyusun kuesioner dalam bentuk Google Form. Sebelum penelitian utama yaitu peneliti melakukan uji coba instrumen pada tanggal 11 April hingga 19 April 2026. Setelah instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel, maka pengumpulan data penelitian utama dilaksanakan pada tanggal 23 April 2026 hingga 10 Mei 2026 dengan menggunakan Google Form yang disebarluaskan melalui WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Telegram sesuai dengan kriteria responden yang telah ditetapkan oleh peneliti. Proses pengambilan sampel menghasilkan 110 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah proses pengumpulan data selesai. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan software SPSS versi 27. Pengolahan data bertujuan untuk menjawab hipotesis penelitian mengenai hubungan antara social comparison dan body image pada perempuan dewasa awal pengguna TikTok. Analisis data dimulai dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen, kemudian dilanjutkan dengan uji prasyarat yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Tahap selanjutnya dilakukan analisis kategorisasi responden dan uji korelasi untuk menguji hubungan antara kedua variabel penelitian. Pada penelitian ini, uji korelasi dilakukan dengan menggunakan teknik Spearman's Rho.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dilakukan pada perempuan dewasa awal berusia 18-25 tahun di Kecamatan Bekasi Timur yang menggunakan aplikasi TikTok. Berdasarkan proses pengumpulan data yang telah dilakukan, maka diperoleh sebanyak 110 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi usia, domisili kelurahan, intensitas penggunaan TikTok, tujuan utama menggunakan TikTok, jenis konten yang sering dilihat di TikTok, status aktivitas, dan pendapatan per bulan.

Seluruh responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 110 orang (100%). Berdasarkan usia, mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 18-20 tahun dan 21-23 tahun dengan jumlah masing - masing responden sebanyak 45 orang (40,9%), sedangkan responden berusia 24-25 tahun berjumlah sebanyak 20 orang (18,2%). Pada aspek domisili kelurahan yaitu diperoleh hasil responden terbanyak berasal dari

Bekasi Jaya dengan jumlah 32 orang (29,1%), sedangkan Margahayu dan Duren Jaya masing - masing berjumlah sebanyak 27 orang (24,5%) serta Aren Jaya sebanyak 42 orang (21,8%).

Berdasarkan intensitas penggunaan *TikTok* dalam sehari, mayoritas responden menggunakan *TikTok* lebih dari 3 jam per-hari sebanyak 47 orang (42,7%), diikuti penggunaan selama 1-3 jam yaitu sebanyak 43 orang (39,1%) dan penggunaan selama 1 jam sebanyak 20 orang (18,2%). Ditinjau dari tujuan utama menggunakan *TikTok* yaitu ditemukan sebagian besar responden menggunakan *TikTok* untuk melihat konten tentang penampilan sebanyak 28 orang (25,5%), sedangkan tujuan lain seperti hiburan sebanyak 27 orang (24,5%), mengikuti tren atau *update* sosial sebanyak 17 orang (15,5%), membuat konten pribadi sebanyak 16 orang (14,5%), mencari informasi atau edukasi sebanyak 12 orang (10,9%), serta jualan atau promosi sebanyak 10 orang (9,1%).

Pada kategori konten yang sering dilihat di *TikTok*, mayoritas responden sering melihat konten hiburan serta *fashion*, *skincare*, dan *bodycare* dengan jumlah yang sama yaitu masing - masing sebanyak 34 orang (30,9%). Hal ini adapun konten lain seperti konten *dance* atau *challenge* dan *review* produk masing – masing berjumlah sebanyak 16 orang (14,5%), serta konten edukasi sebanyak 10 orang (9,1%). Ditinjau dari status aktivitas yaitu ditemukan mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa sebanyak 53 orang (48,2%), diikuti oleh responden yang bekerja sebanyak 33 orang (30%), pelajar sebanyak 13 orang (11,8%) dan tidak bekerja sebanyak 11 orang (10%). Pada kategori pendapatan dalam waktu satu bulan yaitu mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 sebanyak 76 orang (69,1%), adapun responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 500.000 sebanyak 22 orang (20%) dan lebih dari Rp. 1.000.000 sebanyak 12 orang (10,9%).

Tabel 3. Data Demografi Responden

Profil		N	Prosentase
Jenis Kelamin	Perempuan	110	100%
Usia	18-20 tahun	45	40,9%
	21-23 tahun	45	40,9%
	24-25 tahun	20	18,2%
Domisili	Margahayu	27	24,5%
	Bekasi Jaya	32	29,1%
	Duren Jaya	27	24,5%
	Aren Jaya	24	21,8%
Durasi <i>TikTok</i>	1 Jam	20	18,2%
	1 – 3 Jam	43	39,1%
	>3 Jam	47	42,7%
Tujuan Utama Menggunakan <i>TikTok</i>	Hiburan	27	24,5%
	Melihat konten tentang penampilan	28	25,5%
	Membuat konten pribadi	16	14,5%
	Jualan / promosi	10	9,1%
	Mencari informasi / edukasi	12	10,9%
	Mengikuti tren / <i>update</i> sosial	17	15,5%
Konten yang sering dilihat di <i>TikTok</i>	Hiburan (konten <i>prank</i> , lucu, meme)	34	30,9%
	<i>Dance</i> / <i>challenge</i>	16	14,5%
	<i>Fashion</i> , <i>skincare</i> , <i>bodycare</i>	34	30,9%
	Edukasi	10	9,1%
	<i>Review</i> produk	16	14,5%
Status	Pelajar	13	11,8%
	Mahasiswa	53	48,2%
	Bekerja	33	30%
	Tidak Bekerja	11	10%
Pendapatan dalam sebulan	< 500.000	22	20%
	500.000 – 1.000.000	76	69,1%

>1.000.000	12	10,9%
Total	110	100%

Uji Asumsi

Pada penelitian ini, diperoleh hasil uji normalitas variabel *body image* yaitu sebesar 0.021 dan variabel *social comparison* sebesar 0.002 artinya data penelitian tidak berdistribusi normal karena berada dibawah 0.05 sehingga uji asumsi normalitas tidak terpenuhi. Hasil uji linearitas yaitu memperoleh nilai sebesar 0.123 yang artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel *social comparison* dengan *body image* karena memiliki nilai diatas 0.05 sehingga uji asumsi linearitas terpenuhi.

Tabel 4. Uji Normalitas dan Linearitas

	Uji Normalitas <i>Kolmogorov - Smirnov</i>	Uji Linearitas <i>Deviation from Linearity</i>
<i>Body Image</i>	0.021	
<i>Social Comparison</i>	0.002	0.123
Keterangan	Uji asumsi tidak terpenuhi	Uji asumsi terpenuhi

Kategorisasi

a. *Body Image*

Hasil kategorisasi *body image* dalam penelitian ini memperoleh sebanyak 79 responden (71,8%) berada pada kategori *body image* negatif, sedangkan 31 responden lainnya (28,2%) berada pada kategori *body image* positif. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar perempuan dewasa awal pengguna *TikTok* dalam penelitian ini cenderung memiliki penilaian yang kurang positif terhadap kondisi fisik dan penampilannya. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa responden belum sepenuhnya merasa puas dengan tubuh yang dimilikinya, sehingga individu cenderung lebih rentan untuk melakukan evaluasi diri berdasarkan standar penampilan yang berkembang di media sosial.

Tabel 5. Kategorisasi *Body Image*

Kategori	Batas Nilai	N	Prosentase
Positif	≥ 101	31	28,2%
Negatif	≤ 94	79	71,8%
Total		110	100%

b. *Social Comparison*

Pada hasil kategorisasi *social comparison* dalam penelitian ini memperoleh batas kategori rendah sebesar ≤ 75 , kategori sedang berada pada rentang 75 – 80, dan kategori besar ≥ 80 . Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori tinggi sebanyak 86 responden (78,2%), dan kategori rendah diperoleh sebanyak 13 responden (11,8%), serta kategori sedang sebanyak 11 responden (10%). Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat *social comparison* yang tinggi, artinya responden cenderung sering melakukan perbandingan sosial terhadap orang lain khususnya dalam menilai diri sendiri melalui penampilan, pencapaian, maupun kehidupan individu lain di *TikTok*.

Tabel 6. Kategorisasi *Social Comparison*

Kategori	Batas Nilai	N	Prosentase
Tinggi	≥ 80	86	78,2%
Sedang	75 – 80	11	10%
Rendah	≤ 75	13	11,8%
Total		110	100%

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi dengan teknik *Spearman's Rho*. Hal tersebut disebabkan karena adanya nilai uji asumsi yang menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini memperoleh nilai koefisien korelasi sebesar -0.622 dengan nilai signifikansi $p < 0.001$ artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *social comparison* dengan *body image*. Analisis koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan negatif antara *social comparison* dan *body image*, artinya semakin tinggi tingkat *social comparison* yang dimiliki individu, maka semakin rendah atau semakin negatif *body image* yang dimiliki oleh individu. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *social comparison*, maka cenderung semakin positif *body image* yang dimiliki oleh individu. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dalam penelitian ini diterima. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa semakin sering individu melakukan perbandingan sosial dengan orang lain, maka penilaian terhadap tubuh dan penampilannya cenderung menjadi lebih negatif. Kondisi tersebut semakin diperkuat dengan hasil wawancara awal dalam penelitian ini terhadap salah satu partisipan yang menyatakan bahwa paparan konten *TikTok* mengenai standar kecantikan tertentu membuat dirinya sering membandingkan penampilan fisiknya dengan orang lain di *TikTok* yang dianggap lebih ideal, sehingga proses perbandingan tersebut menimbulkan perasaan kurang percaya diri terhadap bentuk tubuh, warna kulit, dan wajah yang dimilikinya.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Korelasi	Sig.
<i>Body Image</i> <i>Social Comparison</i>	-0.622	< 0.001

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *body image* pada perempuan dewasa awal pengguna *TikTok* di Wilayah Bekasi Timur. Hasil uji korelasi dengan teknik *Spearman's Rho* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel dengan nilai koefisien korelasi sebesar -0.622 dan nilai signifikansi $p < 0.001$. Berdasarkan klasifikasi tingkat korelasi yang dinyatakan oleh Periantalo (2016), yaitu nilai tersebut termasuk dalam kategori hubungan yang kuat, sehingga hipotesis alternatif (H_a) dalam penelitian ini diterima. Penerimaan hipotesis dalam penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Jones (2001), yang menyatakan bahwa proses perbandingan sosial bersifat evaluatif dan berdampak pada pembentukan perasaan individu terhadap dirinya sendiri, baik yang bersifat positif maupun negatif.

Pada konteks penggunaan *TikTok*, paparan konten visual secara intens mengenai penampilan fisik dan standar kecantikan tertentu dapat memperkuat kecenderungan individu untuk menjadikan orang lain sebagai acuan evaluasi diri. Kondisi tersebut mengindikasikan individu untuk lebih rentan melakukan *upward comparison* dan berpotensi untuk memunculkan kesenjangan antara kondisi diri individu dengan standar kecantikan yang berkembang di *TikTok*, sehingga hal ini dapat memperkuat munculnya evaluasi diri negatif dan berkaitan dengan terbentuknya *body image* yang lebih negatif.

Arah hubungan yang negatif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *social comparison* yang dimiliki oleh individu, maka semakin rendah atau semakin negatif *body image* yang dimilikinya. Sebaliknya, semakin rendah tingkat *social comparison* individu, maka *body image* yang dimilikinya cenderung semakin positif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan individu dalam membandingkan dirinya dengan orang lain berkaitan dengan cara individu menilai tubuh dan penampilannya. Temuan ini sejalan dengan pandangan Cash dan Pruzinsky (2002), yang menyatakan bahwa *body image* dapat terbentuk dari cara individu mempersepsikan, menilai, dan merasakan tubuhnya, sehingga hal ini dapat berkembang ke arah yang positif atau negatif. Individu dengan *body image* positif cenderung memiliki persepsi yang realistis serta mampu menerima kondisi fisiknya, sedangkan individu

dengan *body image* negatif cenderung menunjukkan penilaian yang tidak realistis, ketidakpuasan terhadap tubuh, serta adanya kecenderungan untuk membandingkan diri dengan standar sosial yang berkembang di masyarakat.

Proses perbandingan tersebut dapat memunculkan reaksi emosional individu seperti adanya rasa puas, iri, bangga, ataupun minder, tergantung pada arah perbandingan yang dilakukan oleh individu (Jones, 2001). Hal ini juga didukung oleh teori Festinger (1954), yang menjelaskan bahwa perbandingan sosial dapat dilakukan melalui dua arah yaitu *upward comparison* dan *downward comparison*. *Upward comparison* yaitu terjadi ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih unggul atau lebih baik, sedangkan *downward comparison* yaitu terjadi ketika individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap lebih buruk atau kurang beruntung. Hasil penelitian Fardouly dan Vartanian (2016), menyatakan bahwa individu yang melakukan arah perbandingan ke atas maka cenderung menilai dirinya lebih rendah, sehingga menimbulkan adanya ketidakpuasan terhadap tubuhnya sendiri.

Pada hasil uji kategorisasi *body image* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 31 responden (28,2%) berada pada kategori *body image* positif dan sebanyak 79 responden (71,8%) berada pada kategori *body image* negatif. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar perempuan dewasa awal pengguna *TikTok* dalam penelitian ini memiliki penilaian yang cenderung negatif terhadap tubuh dan penampilannya. Penilaian negatif terhadap tubuh dapat muncul ketika adanya kesenjangan antara kondisi tubuh yang dimiliki dengan standar tubuh ideal yang diharapkan oleh individu (Cash & Pruzinsky, 2002).

Kondisi tersebut dapat dikaitkan dengan intensitas paparan berulang terhadap berbagai konten visual di *TikTok* yang menampilkan standar kecantikan tertentu, seperti tubuh ideal, kulit putih, wajah simetris, serta karakteristik fisik lain yang dianggap menarik oleh masyarakat. Tiggemann dan Mccourt (2013), menyatakan bahwa media memiliki peran yang sangat kuat dalam menanamkan standar kecantikan yang tidak realistis seperti gambaran tubuh ideal di media sosial sering kali membuat individu merasa tidak puas dengan bentuk tubuhnya sendiri dan sulit dicapai oleh sebagian individu. Salah satu faktor yang sering dikaitkan dengan pembentukan *body image* adalah *social comparison*, yaitu kecenderungan individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain sebagai dasar evaluasi diri.

Hasil uji kategorisasi *social comparison* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat *social comparison* yang tinggi yaitu sebanyak 86 responden (78,2%), sedangkan 11 responden (10%) berada pada kategori sedang dan 13 responden (11,8%) berada pada kategori rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar perempuan dewasa awal pengguna *TikTok* dalam penelitian ini memiliki kecenderungan yang tinggi untuk membandingkan dirinya dengan orang lain.

Paparan berulang terhadap konten *TikTok* yang menampilkan standar kecantikan tertentu dapat mendorong perempuan dewasa awal untuk melakukan perbandingan sosial dengan figur yang dianggap menarik. Pada masa dewasa awal, individu mulai berada pada tahap perkembangan yang ditandai dengan pencarian identitas diri secara lebih matang, termasuk dalam aspek penampilan fisik dan penerimaan terhadap tubuh (Santrock, 2012). Kondisi tersebut cenderung membuat perempuan dewasa awal lebih sensitif terhadap informasi mengenai penampilan dan lebih mudah untuk melakukan perbandingan diri dengan orang lain. Tingginya *social comparison* yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi salah satu faktor yang berkaitan dengan tingginya jumlah responden dalam penelitian ini yang memiliki *body image* negatif. Secara keseluruhan, temuan tersebut mengindikasikan bahwa proses perbandingan sosial yang terjadi selama penggunaan *TikTok* memiliki peran penting terhadap cara perempuan dewasa awal memandang dan menilai kondisi fisiknya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *social comparison* dengan *body image* pada perempuan dewasa awal pengguna *TikTok*, artinya semakin tinggi kecenderungan individu

dalam melakukan perbandingan sosial maka semakin rendah atau semakin negatif penilaian terhadap tubuh yang dimilikinya. Sebaliknya, individu dengan tingkat perbandingan sosial yang rendah maka cenderung memiliki penilaian yang lebih positif terhadap tubuhnya. Hal ini menunjukkan bahwa proses perbandingan sosial memiliki peran penting dalam membentuk persepsi individu terhadap kondisi tubuh dan penampilannya.

Hasil kategorisasi dalam penelitian ini menunjukkan sebagian besar responden memiliki body image negatif dan tingkat social comparison yang tinggi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa perempuan dewasa awal pengguna TikTok cenderung lebih rentan terhadap standar kecantikan yang ditampilkan di media sosial. Paparan berulang terhadap konten visual di TikTok mengenai bentuk tubuh ideal dapat mendorong individu untuk melakukan perbandingan ke atas yang memicu terjadinya ketidakpuasan terhadap tubuh.

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat konsep bahwa social comparison merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan body image individu. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan individu dapat menerapkan strategi jeda penggunaan ketika mulai merasa terdorong untuk membandingkan diri setelah melihat konten di *TikTok* yang menampilkan standar kecantikan tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2025). Pengaruh gender terhadap perbandingan sosial pada generasi z pengguna tiktok. *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris*, 11(1), 41–47.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*.
- Claudia, E., & Siahaan, E. M. R. (2024). Pengaruh Body Image terhadap Self Esteem pada Wanita Dewasa Awal Pengguna Kosmetik. *DE_JOURNAL (Dharmas Education Journal)*, 5(1), 1387–1396.
- DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia - DataReportal - Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Dinata, R. I., & Pratama, M. (2022). Hubungan antara Social Comparison dengan Body Image Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Tiktok. *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(3), 217–224.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Festinger, L. (1954). A Theory Of Social Comparison Processes. In *Human Relations* (Vol. 7, pp. 117–140). Human Relations.
- Gay, R. L., Mills, G. E., & Airasian, P. W. (2012). *Educational research competencies for analysis and applications*.
- Jones, D. C. (2001). Social Comparison and Body Image: Attractiveness Comparisons to Models and Peers Among Adolescent Girls and Boys. *Sex Roles*, 45(9–10), 645–664.
- Mappatunru, F. N., Musawwir, & Gismin, S. S. (2023). Gambaran Body Image pada Wanita Dewasa Awal di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2), 579–583. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2530>
- Maulani, F. A. (2019). Body Image dan Tingkat Kebahagiaan pada Wanita Dewasa Awal. *Cognicia*, 7(3), 369–377. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v7i3.9229>
- Novianti, R. (2020). *Hubungan antara Self-Concept dengan Citra Tubuh pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II: Bekasi*. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Pustaka Pelajar.

-
- Rizkiyah, I., & Apsari, N. C. (2020). Strategi Coping Perempuan terhadap Standarisasi Cantik di Masyarakat. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 18(2), 133–152. <https://doi.org/10.24014/marwah.v18i2.7371>
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development - 13th ed.* Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- Suharno. (2025). *Survei APJII Beberkan Media Sosial Terpopuler di Indonesia 2025.* Selular.ID. <https://selular.id/2025/08/survei-apjii-beberkan-media-sosial-terpopuler-di-indonesia-2025/>
- Tiggemann, M., & Mccourt, A. (2013). Body appreciation in adult women : Relationships with age and body satisfaction. *Body Image*, 10(4), 624–627. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.07.003>
- Usmar, A. P. M., Dewi, E. M. P., & Hamid, H. (2022). Pengaruh Upward Comparison terhadap Citra Tubuh pada Remaja Perempuan Pengguna Sosial Media di Kota Makassar. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(4), 269–280.
- Vendhitya, M. (2023). *TikTok: Sejarah, Fenomena, dan Pengaruhnya bagi Kehidupan Digital.* Marketeers. <https://www.marketeers.com/tiktok-sejarah-fenomena-dan-pengaruhnya-bagi-kehidupan-digital/>
- Yauseph, F. (2024). *Gambaran social comparison pada mahasiswa di kota makassar.* Universitas Bosowa Makassar.