Jurnal Siber Multi Disiplin (JSMD)
E-ISSN: 2987-0380
P-ISSN: 2987-0402
+62 811 7404 445 https://research.e-siber.org siberpublisher.info@gmail.com
DOI : https://doi.org/10.38035/jsmd.v4i2.976
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Pengaruh *Social Comparison* dan *Body Dissatisfaction* Terhadap *Self-Esteem* Pada Dewasa Awal Pengguna TikTok di Kabupaten Bandung

Neng Siti Rahmah[1], Rifqi Farisan Akbar[2], Prinska Damara Sastri[3]
[1]Universitas Indonesia Membangun, Bandung, Indonesia, nengsitirahmah@student.inaba.ac.id
[2]Universitas Indonesia Membangun, Bandung, Indonesia, rifqi.farisan@inaba.ac.id
[3]Universitas Indonesia Membangun, Bandung, Indonesia, prinska.damara@inaba.ac.id

Corresponding Author: nengsitirahmah@student.inaba.ac.id[1]

Abstract: *This study aimed to analyze the influence of social comparison and body dissatisfaction on self-esteem among early adult TikTok users in Bandung Regency. A quantitative approach was employed using multiple linear regression analysis. The study involved 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire using the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM), Body Shape Questionnaire–Short Version (BSQ-8C), and Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) instruments. Data analysis was conducted using SPSS software. The findings revealed that social comparison had a negative and significant effect on self-esteem (Sig. 0.034 < 0.05). In addition, body dissatisfaction also had a negative and significant effect on self-esteem (Sig. 0.002 < 0.05). Simultaneously, social comparison and body dissatisfaction significantly influenced self-esteem, with a significance value of 0.004 < 0.05. The Adjusted R Square value of 8.8% indicates that these two predictor variables explained 8.8% of the variance in self-esteem, while the remainder is influenced by factors outside the scope of this study. These findings suggest that higher levels of social comparison and body dissatisfaction are associated with lower levels of self-esteem.*

Keywords: *Body Dissatisfaction,* Dewasa Awal*, Self-Esteem, Social Comparison,* TikTok.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social comparison* dan *body dissatisfaction* terhadap *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung. Metodologi yang diaplikasikan adalah pendekatan kuantitatif, dengan analisis regresi linear berganda. Sampel penelitian melibatkan 100 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring dengan instrumen *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM), *Body Shape Questionnaire–Short Version* (BSQ-8C), dan Rosenberg *Self-Esteem Scale* (RSES). Analisis data diimplementasikan dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Temuan studi ini mengindikasikan bahwa *social comparison* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *self-esteem* (Sig. 0,034 < 0,05). Di samping itu, *body dissatisfaction* juga terbukti memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap *self-esteem* (Sig. 0,002 < 0,05). Secara simultan, *social comparison* dan *body dissatisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *self-esteem*

dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,05. Nilai Adjusted R Square sebesar 8,8% menunjukkan bahwa kedua variabel prediktor tersebut dapat menjelaskan 8,8% variasi *self-esteem*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *social comparison* dan *body dissatisfaction*, semakin rendah tingkat *self-esteem*.

Kata Kunci: *Body Dissatisfaction,* Dewasa Awal, *Self-Esteem, Social Comparison,* TikTok.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam cara individu berinteraksi dan memperoleh informasi. Teknologi informasi dimanfaatkan untuk mendukung berbagai aktivitas dalam kehidupan sehari-hari (Nuradina, 2022). Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah semakin tingginya intensitas penggunaan media sosial yang telah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Berdasarkan laporan DataReportal (2024), jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 139 juta atau setara dengan 49,9% dari total populasi, dan meningkat menjadi 62,9% pada tahun 2025 (DataReportal, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi pola pikir dan perilaku individu (Gratia *et al*., 2022 dalam Ghifary & Abdullah, 2025).

Salah satu platform media sosial yang menunjukkan perkembangan pesat adalah TikTok. TikTok memungkinkan penggunanya untuk membagikan konten yang menampilkan versi terbaik dari diri mereka (Fitri & Cholilah, 2024). TikTok menjadi populer karena menyajikan konten video singkat yang menarik, variatif, serta didukung oleh algoritma yang mampu menyesuaikan preferensi pengguna. Media sosial memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengubah, serta memperbarui konten yang dibagikan (‘Aisy & Akbar, 2025). Konten yang ditampilkan tidak hanya berupa hiburan, tetapi juga mencakup gaya hidup, kecantikan, *self-improvement*, hingga tren penampilan fisik. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun (Ramdan *et al*., 2024), intensitas penggunaan TikTok juga terus mengalami peningkatan. Tingginya intensitas penggunaan TikTok di Indonesia ditunjukkan oleh jumlah pengguna yang mencapai sekitar 126,8 juta usia 18 tahun ke atas dan menjangkau sekitar 68,5% pengguna internet, dengan lebih dari separuh pengguna mengaksesnya setiap hari (DataReportal, 2024; Katadata, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa TikTok berpotensi memberikan pengaruh terhadap cara individu memandang dirinya.

Fenomena penggunaan TikTok juga terlihat pada dewasa awal di Kabupaten Bandung. Berdasarkan hasil observasi awal terhadap 12 individu pengguna TikTok dengan rentang usia 21–24 tahun, ditemukan bahwa sebagian responden menunjukkan kecenderungan merasa kurang percaya diri, merasa dirinya kurang menarik dibandingkan orang lain, serta lebih fokus pada kekurangan diri. Selain itu, responden mengaku sering merasa tidak puas terhadap penampilan fisiknya setelah mengakses TikTok, terutama ketika melihat konten yang menampilkan standar penampilan ideal. Media sosial sering kali menyajikan standar ideal mengenai bentuk tubuh, kecantikan, dan gaya hidup yang cenderung tidak realistis (Ndueng *et al*., 2025). Standar tersebut sering kali menggambarkan bahwa individu yang dianggap ideal adalah mereka yang memiliki kulit putih atau cerah, perempuan bertubuh langsing dan proporsional, laki-laki yang tinggi dan berotot, serta penampilan yang menarik dan sesuai dengan tren yang berkembang. TikTok menjadi platform yang sangat memengaruhi tren (Munthe & Nasution, 2025). Beberapa responden juga mengalami perasaan minder, *overthinking* terhadap penilaian orang lain, serta keinginan untuk menyerupai figur yang dilihat di TikTok.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya permasalahan pada *self-esteem* individu. Penggunaan TikTok yang intensif dapat memengaruhi *self-esteem* (Sari *et al.,* 2025). *Self-esteem* merupakan penilaian individu terhadap dirinya secara keseluruhan yang mencerminkan sejauh mana individu merasa berharga dan mampu (Rosenberg, 1965). Selain itu, *self-esteem* juga diartikan sebagai evaluasi individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya yang tercermin melalui sikap seseorang terhadap diri sendiri (Akbar *et al*., 2023). Individu dengan *self-esteem* yang baik cenderung mampu menerima dirinya, memiliki kepercayaan diri, serta tidak mudah terpengaruh oleh penilaian negatif dari lingkungan (Coopersmith, 1967). Sebaliknya, individu dengan *self-esteem* yang rendah cenderung menunjukkan perasaan tidak puas terhadap diri, kurang percaya diri, serta lebih rentan terhadap penilaian sosial. Pada tahap dewasa awal, *self-esteem* menjadi aspek yang penting karena individu berada dalam fase pencarian identitas diri dan penyesuaian sosial (Hurlock, 2011; Santrock, 2012).

Self-esteem dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan sosial. Menurut Stanley Coopersmith (1967), faktor yang memengaruhi *self-esteem* meliputi penerimaan sosial, pengalaman keberhasilan, nilai pribadi, serta evaluasi diri. Selain itu, Morris Rosenberg (1965) menyatakan bahwa interaksi sosial dan penilaian dari lingkungan turut berperan dalam membentuk *self-esteem* individu. Dalam konteks perkembangan teknologi saat ini, *self-esteem* tidak hanya dipengaruhi oleh interaksi sosial secara langsung, tetapi juga oleh lingkungan digital seperti media sosial (Gratia *et al*., 2022 dalam Ghifary & Abdullah, 2025). Paparan konten secara terus-menerus dapat memengaruhi cara individu mengevaluasi dirinya, baik secara positif maupun negatif.

Tingginya penggunaan TikTok di Indonesia juga diikuti oleh munculnya berbagai fenomena psikologis yang berkaitan dengan cara individu memandang dirinya. Penelitian Fitri dan Cholilah (2024) menemukan bahwa pengguna TikTok cenderung melakukan *social comparison* ketika melihat konten yang diunggah oleh pengguna lain. Selain itu, penelitian Pratiwi dan Koanda (2025) menunjukkan bahwa tingkat *body dissatisfaction* pada remaja wanita pengguna TikTok tergolong tinggi, dengan persentase sebesar 34,5%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dapat mendorong individu untuk membandingkan dirinya dengan orang lain serta meningkatkan ketidakpuasan terhadap penampilan fisik yang dimiliki. Sejalan dengan temuan tersebut, berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan pada 12 individu pengguna TikTok di Kabupaten Bandung, ditemukan bahwa sebagian responden menunjukkan kecenderungan merasa kurang percaya diri, merasa dirinya kurang menarik dibandingkan orang lain, serta lebih fokus pada kekurangan diri setelah mengakses TikTok. Responden juga mengaku sering membandingkan dirinya dengan pengguna lain yang dianggap lebih ideal. Kondisi ini menunjukkan adanya kecenderungan individu untuk melakukan perbandingan sosial dalam penggunaan media sosial.

Fenomena tersebut sejalan dengan teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Leon Festinger (1954), yang menjelaskan bahwa individu memiliki dorongan untuk membandingkan dirinya dengan orang lain sebagai cara untuk mengevaluasi diri. Dalam konteks media sosial seperti TikTok, proses perbandingan sosial menjadi lebih intens karena individu secara terus-menerus terpapar pada representasi diri orang lain yang cenderung ditampilkan secara ideal. Kondisi ini dapat memengaruhi penilaian individu terhadap dirinya sendiri, termasuk terhadap *self-esteem*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa *social comparison* memiliki hubungan dengan *self-esteem* (Hasanati & Aviani, 2020; Lusiana, 2023).

Selain itu, hasil observasi juga menunjukkan bahwa responden mengalami ketidakpuasan terhadap penampilan fisiknya setelah mengakses TikTok. Responden merasa bahwa penampilan dan bentuk tubuhnya kurang sesuai dengan standar ideal yang sering ditampilkan dalam konten. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan terkait kepuasan individu terhadap kondisi tubuhnya atau *body dissatisfaction*. *Body dissatisfaction* merupakan ketidakpuasan individu terhadap bentuk, ukuran, berat badan, maupun penampilan fisiknya yang muncul akibat adanya kesenjangan antara kondisi tubuh yang dimiliki dengan tubuh ideal yang

diharapkan (Grogan, 2016). Paparan konten yang menampilkan standar kecantikan atau penampilan tertentu dapat memengaruhi kepuasan individu terhadap tubuhnya. Semakin rendah ketidakpuasan terhadap tubuh yang dimiliki, semakin positif penilaian individu terhadap dirinya. Sebaliknya, semakin tinggi *body dissatisfaction* yang dialami, semakin rendah tingkat *self-esteem* yang dimiliki. (Sastri *et al*., 2025).

Berdasarkan fenomena yang ditemukan di lapangan, kecenderungan melakukan *social comparison* serta adanya ketidakpuasan terhadap tubuh (*body dissatisfaction*) menjadi faktor yang berpengaruh terhadap *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *social comparison* berhubungan dengan *self-esteem* (Hasanati & Aviani, 2020; Lusiana, 2023), serta *body dissatisfaction* memiliki keterkaitan dengan *self-esteem* (Sastri *et al*., 2024; Hysi, 2024). Namun, sebagian besar penelitian masih mengkaji hubungan variabel-variabel tersebut secara terpisah, sehingga belum banyak diketahui variabel mana yang memiliki kontribusi lebih besar terhadap *self-esteem* ketika diuji secara bersamaan. Selain itu, penelitian yang mengkaji *social comparison, body dissatisfaction*, dan *self-esteem* secara simultan dalam konteks penggunaan TikTok masih relatif terbatas. Padahal, TikTok memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan platform media sosial lainnya seperti Instagram yang berfokus pada foto statis, TikTok menampilkan video pendek yang lebih dinamis dan algoritmik sehingga berpotensi meningkatkan proses *social comparison* secara lebih intensif. Namun penelitian mengenai pengaruh *social comparison* dan *body dissatisfaction* terhadap *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Indonesia masih terbatas. Di sisi lain, penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada kelompok remaja, mahasiswa, dan perempuan, sedangkan penelitian pada kelompok dewasa awal masih relatif terbatas. Penelitian dalam konteks lokal, khususnya pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung juga masih jarang dilakukan. Padahal, Kabupaten Bandung memiliki jumlah penduduk yang besar dengan karakteristik pengguna media sosial yang beragam (BPS, 2024), sehingga memungkinkan munculnya dinamika psikologis yang berbeda dibandingkan wilayah lain. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh *social comparison* dan *body dissatisfaction* terhadap *self-esteem* serta mengidentifikasi variabel yang memiliki kontribusi lebih dominan dalam menjelaskan *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh *social comparison* dan *body dissatisfaction* terhadap *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan data bersifat nyata, objektif, dapat diukur, rasional, serta sistematis (Masyar *et al*., 2025). Penelitian dilakukan secara daring di Kabupaten Bandung dengan menggunakan kuesioner digital melalui Google Form.

Populasi dalam penelitian ini adalah dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung dengan rentang usia 21–24 tahun. Rentang usia 21–24 tahun dipilih karena termasuk dalam tahap dewasa awal atau *emerging adulthood*. Menurut Arnett (2000), *emerging adulthood* merupakan periode transisi dari remaja menuju dewasa yang ditandai dengan eksplorasi identitas, ketidakstabilan, fokus pada diri sendiri, serta pencarian arah hidup. Hurlock (2011) menjelaskan bahwa individu pada masa dewasa awal menghadapi berbagai tugas perkembangan yang berkaitan dengan hubungan sosial, karier, dan pembentukan identitas diri. Santrock (2012) juga menyatakan bahwa pada fase ini individu mulai membangun komitmen jangka panjang serta mengembangkan konsep diri yang lebih matang. Dalam proses tersebut, individu cenderung melakukan evaluasi terhadap dirinya, baik terkait kemampuan, penampilan, maupun penerimaan sosial. Oleh karena itu, kelompok usia 21–24 tahun dianggap relevan untuk mengkaji pengaruh *social comparison* dan *body dissatisfaction* terhadap *self-esteem* pada pengguna TikTok.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

Keterangan:
n = jumlah sampel
N = jumlah populasi
e = tingkat kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung, jumlah dewasa awal usia 20 - 24 mencapai 320.000 orang. Dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1), diperoleh perhitungan sebagai berikut:
Diketahui:
$N = 320.000$
$e = 0{,}1$ (10%)

$$n = \frac{320.000}{1 + 320.000(0{,}1)^2}$$
$$n = \frac{320.000}{1 + 320.000(0{,}01)}$$
$$n = \frac{320.000}{1 + 3.200}$$
$$n = \frac{320.000}{3.201}$$
$$n \approx 99{,}96 \approx 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% (0,1), diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih berdasarkan kriteria, yaitu pengguna aktif TikTok, berdomisili di Kabupaten Bandung, berusia 21-24 tahun, dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Instrumen penelitian menggunakan adaptasi *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* (INCOM) untuk mengukur *social comparison*, *Body Shape Questionnaire–Short Version* (BSQ-8C) untuk mengukur *body dissatisfaction*, dan Rosenberg *Self-Esteem Scale* (RSES) untuk mengukur *self-esteem*. Seluruh instrumen menggunakan skala Likert. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online dan dianalisis menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap 100 responden, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	60	60%
Laki-laki	40	40%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Data pada tabel menunjukkan bahwa responden perempuan memiliki jumlah lebih banyak dibandingkan responden laki-laki. Persentase responden perempuan mencapai 60%, sedangkan laki-laki sebesar 40%. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa pengguna TikTok

pada kelompok dewasa awal dalam penelitian ini lebih banyak didominasi oleh perempuan. Berdasarkan literatur yang dirangkum oleh Hicks *et al*. (2022), beberapa penelitian menunjukkan bahwa perempuan mengalami tingkat ketidakpuasan citra tubuh yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa perempuan dapat lebih rentan terhadap dampak perbandingan sosial yang berkaitan dengan penampilan fisik.

Tabel 2. Kriteria Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
21 Tahun	20	20%
22 Tahun	31	31%
23 Tahun	23	23%
24 Tahun	26	26%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan data pada tabel di atas, responden usia 22 tahun merupakan kelompok dengan jumlah tertinggi, yaitu sebesar 31%. Selanjutnya diikuti usia 24 tahun sebesar 26%, usia 23 tahun sebesar 23%, dan usia 21 tahun sebesar 20%. Hasil ini menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh individu pada fase dewasa awal, khususnya usia 22 hingga 24 tahun.

Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Status

Status	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	42	42%
Mahasiswa yang bekerja	24	24%
Bekerja	34	34%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Tabel di atas memperlihatkan bahwa sebagian besar responden berstatus sebagai mahasiswa dengan persentase sebesar 42%. Responden yang telah bekerja memiliki persentase sebesar 34%, sedangkan responden yang menjalani kuliah sambil bekerja sebesar 24%. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna TikTok dalam penelitian masih berada pada tahap pendidikan sekaligus proses perkembangan menuju dunia kerja.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Mean	SD	Kategori
Social Comparison	39,56	7,591	Sedang
Body Dissatisfaction	24,26	7,626	Sedang
Self-Esteem	22,26	5,034	Sedang

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel *social comparison* memiliki nilai mean sebesar 39,56 dengan standar deviasi sebesar 7,591 yang menunjukkan bahwa tingkat *social comparison* responden berada pada kategori sedang. Variabel *body dissatisfaction* memiliki nilai mean sebesar 24,26 dengan standar deviasi sebesar 7,626 yang menunjukkan bahwa tingkat *body dissatisfaction* responden berada pada kategori sedang. Sementara itu, variabel *self-esteem* memiliki nilai mean sebesar 22,26 dengan standar deviasi sebesar 5,034 yang menunjukkan bahwa tingkat *self-esteem* responden berada pada kategori sedang.

Tabel 5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Validitas	Reliabilitas

Social Comparison	11	0,364 – 0,691	0,832
Body Dissatisfaction	8	0,503 – 0,722	0,743
Self-Esteem	10	0,245 – 0,758	0,744

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas, seluruh item pernyataan pada variabel *social comparison*, *body dissatisfaction*, dan *self-esteem* dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung yang berkisar antara 0,364–0,691 untuk *social comparison*, 0,503–0,722 untuk *body dissatisfaction*, dan 0,245–0,758 untuk *self-esteem*, dimana seluruh nilai tersebut lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,1966. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,832 pada variabel *social comparison*, 0,743 pada variabel *body dissatisfaction*, dan 0,744 pada variabel *self-esteem*. Karena seluruh nilai Cronbach's Alpha >0,7, maka seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

Tabel 6. Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	0,200	Normal

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Uji normalitas dilakukan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Hasil uji normalitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05 sehingga data penelitian berdistribusi normal.

Tabel 7. Uji Linearitas

Komponen	F	Sig.	Keterangan
Linearity	6,559	0,013	Terdapat hubungan linear
Deviation from Linearity	0,956	0,539	Tidak terdapat penyimpangan dari linearitas

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Nilai signifikansi Linearity sebesar 0,013 (<0,05) menunjukkan adanya hubungan linear. Nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,539 (>0,05) menunjukkan tidak terdapat penyimpangan dari linearitas. Dengan demikian, asumsi linearitas terpenuhi.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Social Comparison	0,869	1,151	Tidak terjadi multikolinearitas
Body Dissatisfaction	0,869	1,151	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami multikolinearitas.

Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	B	t	Sig.	Keterangan
Social Comparison	0,060	1,170	0,245	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Body Dissatisfaction	0,046	1,272	0,206	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menunjukkan bahwa variabel *social comparison* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,245 dan *body dissatisfaction* sebesar 0,206. Karena seluruh nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa

model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error
0,326	0,106	0,088	4,8081

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,326, yang menunjukkan bahwa hubungan *social comparison* dan *body dissatisfaction* secara bersama-sama dengan *self-esteem* berada pada kategori rendah. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,088 atau 8,8% menunjukkan bahwa kedua variabel hanya mampu menjelaskan 8,8% variasi *self-esteem*, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian.

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t Hitung	Sig.
Konstanta	33,409	9,100	0,000
Social Comparison	-0,147	-2,156	0,034
Body Dissatisfaction	-0,219	-3,228	0,002

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu $Y = 33,409 – 0,147X_1 – 0,219X_2$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa variabel *social comparison* dan *body dissatisfaction* memiliki arah hubungan negatif terhadap *self-esteem*. Nilai konstanta sebesar 33,409 menunjukkan bahwa apabila variabel *social comparison* dan *body dissatisfaction* bernilai tetap, maka nilai *self-esteem* sebesar 33,409. Koefisien regresi *social comparison* sebesar -0,147 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *social comparison* akan menurunkan *self-esteem* sebesar 0,147. Sementara itu, koefisien regresi *body dissatisfaction* sebesar -0,219 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada *body dissatisfaction* akan menurunkan *self-esteem* sebesar 0,219.

Tabel 12. Uji Parsial (Uji t)

Variabel	B	t	Sig.	Keterangan
Social Comparison	-0,147	-2,156	0,034	Berpengaruh signifikan
Body Dissatisfaction	-0,219	-3,228	0,002	Berpengaruh signifikan

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan tabel di atas, variabel *social comparison* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,034 < 0,05 sehingga *social comparison* berpengaruh signifikan terhadap *self-esteem* dengan arah hubungan negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan individu melakukan perbandingan sosial, maka semakin rendah tingkat *self-esteem* yang dimiliki. Sementara itu, variabel *body dissatisfaction* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 sehingga *body dissatisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *self-esteem* dengan arah hubungan negatif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peningkatan skor *body dissatisfaction* diikuti oleh penurunan skor *self-esteem*. Dengan demikian, baik *social comparison* maupun *body dissatisfaction* terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *self-esteem* pada responden penelitian.

Tabel 13. Uji Simultan (Uji F)

F Hitung	Sig.	Keterangan
5,771	0,004	Berpengaruh signifikan

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji simultan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel *social comparison* dan *body dissatisfaction* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Social Comparison* terhadap *Self-Esteem*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* berpengaruh terhadap *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin sering individu membandingkan dirinya dengan orang lain di TikTok, semakin besar kemungkinan individu mengalami penurunan penghargaan terhadap dirinya sendiri. Pada masa dewasa awal, individu sedang berada dalam proses pembentukan identitas dan evaluasi diri sehingga lebih sensitif terhadap berbagai informasi sosial yang diterima dari lingkungan, termasuk media sosial.

Kecenderungan melakukan *social comparison* pada pengguna TikTok dipengaruhi oleh intensitas paparan konten yang menampilkan standar kecantikan, tubuh ideal, pencapaian pribadi, serta gaya hidup yang terlihat sempurna di media sosial. Responden cenderung merasa kurang puas terhadap dirinya setelah melihat konten pengguna lain yang dianggap memiliki kehidupan lebih baik. Kondisi tersebut menyebabkan individu merasa kurang percaya diri dan memengaruhi penilaian terhadap dirinya sendiri. TikTok memfasilitasi *upward social comparison,* yaitu kecenderungan individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang dianggap memiliki penampilan, pencapaian, atau kualitas yang lebih baik. Hal ini terjadi melalui paparan konten yang telah dikurasi sehingga individu lebih sering melihat representasi ideal dibandingkan kondisi kehidupan sehari-hari. Paparan tersebut dapat memunculkan evaluasi negatif terhadap diri sendiri sehingga dapat menurunkan *self-esteem*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *social comparison* yang dikemukakan oleh Leon Festinger (1954) yang menjelaskan bahwa individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi dirinya melalui perbandingan dengan orang lain. Dalam konteks media sosial, proses perbandingan sosial menjadi lebih intens karena individu terus-menerus terpapar kehidupan orang lain melalui konten digital. Individu yang terlalu sering melakukan *upward social comparison* cenderung merasa bahwa dirinya kurang baik dibandingkan orang lain sehingga *self-esteem* menjadi lebih rendah.

Pengaruh *Body Dissatisfaction* terhadap *Self-Esteem*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *body dissatisfaction* berpengaruh terhadap *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang merasa tidak puas terhadap bentuk, ukuran, atau penampilan tubuhnya cenderung memiliki penilaian diri yang lebih rendah dibandingkan individu yang mampu menerima kondisi fisiknya secara positif.

Pada penggunaan TikTok, individu sering terpapar konten yang menampilkan standar kecantikan dan tubuh ideal. Paparan tersebut dapat memunculkan kesenjangan antara kondisi tubuh yang dimiliki dengan tubuh ideal yang diharapkan. Ketika individu merasa tidak mampu memenuhi standar tersebut, muncul evaluasi negatif terhadap penampilan fisik yang kemudian berkembang menjadi penilaian negatif terhadap diri secara keseluruhan.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan TikTok memberikan pengaruh terhadap cara individu memandang tubuhnya. Media sosial telah mengubah cara individu memandang tubuh mereka (Djaelani & Akbar, 2025). Konten yang menampilkan standar kecantikan, bentuk tubuh ideal, serta penampilan fisik tertentu dapat memengaruhi persepsi individu terhadap dirinya sendiri. Individu dengan tingkat *body dissatisfaction* yang rendah cenderung memiliki penerimaan yang lebih baik terhadap kondisi fisiknya. Sebaliknya,

individu dengan tingkat *body dissatisfaction* yang tinggi cenderung mengalami ketidakpuasan terhadap bentuk, ukuran, berat badan, maupun penampilan fisiknya sehingga lebih rentan melakukan evaluasi negatif terhadap diri sendiri ketika membandingkan penampilannya dengan pengguna lain di TikTok.

Hasil penelitian ini mendukung pandangan Grogan (2016) yang menjelaskan bahwa *body dissatisfaction* merupakan ketidakpuasan individu terhadap bentuk, ukuran, berat badan, maupun penampilan fisiknya yang muncul akibat adanya kesenjangan antara kondisi tubuh yang dimiliki dengan tubuh ideal yang diharapkan. Ketika individu merasa tubuhnya tidak sesuai dengan standar atau harapan yang diinginkan, maka akan muncul evaluasi negatif terhadap diri sendiri yang dapat menurunkan *self-esteem*. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *body dissatisfaction* yang dimiliki individu, maka semakin rendah tingkat *self-esteem* yang dimilikinya.

Pengaruh *Social Comparison* dan *Body Dissatisfaction* terhadap *Self-Esteem*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social comparison* dan *body dissatisfaction* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung. Namun demikian, berdasarkan nilai koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,326, hubungan antara *social comparison* dan *body dissatisfaction* dengan *self-esteem* berada pada kategori rendah. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,088 menunjukkan bahwa kedua variabel hanya mampu menjelaskan 8,8% variasi *self-esteem*.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun *social comparison* dan *body dissatisfaction* berpengaruh secara statistik terhadap *self-esteem*, secara praktis kontribusi pengaruh keduanya tergolong relatif kecil. Dengan demikian, *self-esteem* pada dewasa awal pengguna TikTok di Kabupaten Bandung tidak hanya dipengaruhi oleh *social comparison* dan *body dissatisfaction*, tetapi juga oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa penilaian individu terhadap dirinya tidak hanya ditentukan oleh proses perbandingan sosial, tetapi juga oleh bagaimana individu memandang dan menerima kondisi tubuhnya sendiri.

Dalam konteks penggunaan TikTok, kedua proses tersebut saling berkaitan. Individu yang sering melihat konten berisi penampilan fisik, gaya hidup, atau pencapaian yang dianggap ideal cenderung melakukan perbandingan sosial. Proses tersebut dapat meningkatkan ketidakpuasan terhadap tubuh ketika individu merasa dirinya tidak sesuai dengan standar yang ditampilkan. Selanjutnya, ketidakpuasan terhadap tubuh dapat memengaruhi cara individu menilai dan menghargai dirinya sehingga *self-esteem* menjadi rendah.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *body dissatisfaction* memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan *social comparison* dalam menjelaskan *self-esteem*. Hal tersebut menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap tubuhnya merupakan aspek yang sangat dekat dengan evaluasi diri sehingga lebih mudah memengaruhi penghargaan diri dibandingkan proses perbandingan sosial.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa *self-esteem* merupakan konstruk psikologis yang kompleks dan multidimensional. Pembentukan *self-esteem* tidak hanya dipengaruhi oleh *social comparison* dan *body dissatisfaction*, tetapi juga oleh berbagai faktor lain seperti dukungan sosial, pola asuh, hubungan interpersonal, kepribadian, dan kondisi psikologis individu. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *social comparison* dan *body dissatisfaction* merupakan salah satu faktor yang berperan dalam *self-esteem*, namun bukan satu-satunya faktor yang menentukan.

Penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap kondisi psikologis individu. Penggunaan media sosial secara berlebihan dapat mengganggu perkembangan mental (Yulianto & Virlia, 2023). Padahal, kesehatan mental adalah faktor penting yang perlu kita jaga (Sastri *et al*., 2022), khususnya dalam pembentukan penilaian terhadap diri sendiri pada dewasa awal di Kabupaten Bandung. Selain itu, perbedaan biologis, peran gender, dan ekspektasi gender dapat memengaruhi kesehatan mental (Ekanesia *et al*.,

2024). Oleh karena itu, pengguna TikTok diharapkan dapat menggunakan media sosial secara lebih bijak, mengurangi kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain, serta meningkatkan penerimaan diri agar *self-esteem* tetap terjaga dengan baik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *social comparison* dan *body dissatisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *self-esteem* pada dewasa awal (usia 21–24 tahun) pengguna TikTok di Kabupaten Bandung, baik secara parsial maupun simultan. Namun, kontribusi kedua variabel tersebut terhadap *self-esteem* tergolong kecil, yang ditunjukkan oleh nilai Adjusted R Square sebesar 8,8% dan koefisien korelasi ganda (R) sebesar 0,326 yang berada pada kategori rendah. Dengan demikian, *social comparison* dan *body dissatisfaction* dapat dipahami sebagai faktor yang berperan dalam *self-esteem*, tetapi bukan satu-satunya maupun faktor yang paling dominan, karena masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang kemungkinan memiliki pengaruh lebih besar terhadap *self-esteem*.

Sejalan dengan temuan tersebut, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *social comparison* dan *body dissatisfaction* berkontribusi dalam pembentukan *self-esteem* pada dewasa awal (usia 21–24 tahun) pengguna TikTok di Kabupaten Bandung. Individu yang lebih sering membandingkan dirinya dengan orang lain cenderung memiliki *self-esteem* yang lebih rendah. Selain itu, individu yang merasa tidak puas terhadap kondisi tubuhnya juga cenderung menunjukkan tingkat *self-esteem* yang lebih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa proses evaluasi diri, baik melalui perbandingan dengan orang lain maupun melalui penilaian terhadap tubuh sendiri, tetap memiliki peran dalam memengaruhi *self-esteem*.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *body dissatisfaction* memiliki peran yang lebih kuat dibandingkan *social comparison* dalam memengaruhi *self-esteem*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penerimaan terhadap kondisi tubuh merupakan aspek penting dalam pembentukan penghargaan diri pada dewasa awal (usia 21–24 tahun) pengguna TikTok. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan *self-esteem* dapat dilakukan melalui penguatan penerimaan diri serta pengurangan kecenderungan melakukan perbandingan sosial yang berlebihan.

Selain *social comparison* dan *body dissatisfaction* masih terdapat faktor-faktor lain diluar variabel-variabel tersebut, seperti dukungan sosial, kepribadian, pengalaman interpersonal, pola asuh, maupun kondisi psikologis individu. Temuan ini memperlihatkan bahwa penggunaan media sosial TikTok memiliki keterkaitan dengan pembentukan evaluasi diri dan penghargaan diri pada dewasa awal (usia 21–24 tahun) di Kabupaten Bandung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian, khususnya terkait pengaruh media sosial terhadap kondisi psikologis dewasa awal, serta menjadi dasar pertimbangan dalam meningkatkan kesadaran pengguna media sosial mengenai pentingnya penerimaan diri dan penggunaan media sosial secara lebih bijaksana.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi *self-esteem*, seperti dukungan sosial, kepribadian, maupun pola asuh, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pembentukan *self-esteem* pada dewasa awal pengguna media sosial.

REFERENSI

‘Aisy, R. R., & Akbar, R. F. (2025). *Pengaruh cyberbullying terhadap social anxiety dan loneliness pada Generasi Z pengguna media sosial X (Twitter) di Kota Bandung*. *Journal of Multidisciplinary Research and Development, 7*. https://doi.org/10.38035/rrj.v7i5

Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist, 55*(5), 469–480. https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469

Akbar, R. F., Ekanesia, P., & Sastri, P. D. (2023). *The effectiveness of group therapy in improving self-esteem among female students of the Psychology Faculty at University X in Bandung*. *West Science Interdisciplinary Studies, 1*.

Al Ghifary, M. F., & Abdullah, M. N. (2025). *Pengaruh standar TikTok terhadap kebiasaan dan kesehatan mental*. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 12*.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Kabupaten Bandung dalam angka 2024*.

Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman.

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. https://datareportal.com

DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. https://datareportal.com

Djaelani, B. P., & Akbar, R. F. (2025). *Pengaruh social comparison dan perfectionism terhadap body image pada beauty content creator di komunitas kecantikan @beautychannel.id*. *Journal of Multidisciplinary Research and Development, 7*.

Ekanesia, P., Akbar, R. F., & Sastri, P. D. (2024). *Profil perceived social support dan hubungannya dengan kesehatan mental remaja di Kota Makassar*. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi, 22*.

Festinger, L. (1954). *A theory of social comparison processes*. *Human Relations, 7*(2), 117–140. https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Fitri, L., & Cholilah, I. R. (2024). *Hubungan social comparison dengan self-esteem pada mahasiswa pengguna media sosial TikTok di Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*. *Psychospiritual: Journal of Trends in Islamic Psychological Research, 3*.

Grogan, S. (2016). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children* (3rd ed.). Routledge.

Hasanati, U., & Aviani, Y. I. (2020). *Hubungan social comparison dengan self-esteem pada pengguna Instagram*. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 4*.

Hicks, R. E., Kenny, B., Stevenson, S., & Vanstone, D. M. (2022). Risk factors in body image dissatisfaction: Gender, maladaptive perfectionism, and psychological wellbeing. *Heliyon, 8*(6), e09745. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09745

Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Erlangga.

Hysi, F. (2024). *The Relation Between Self-Esteem and Body Dissatisfaction*. *British Journal of Psychology Research, 12*(1). https://doi.org/10.37745/bjpr.2013/vol12n13748

Katadata. (2024). *Data pengguna TikTok di Indonesia*. https://katadata.co.id

Lusiana, V. (2023). *Hubungan social comparison dengan self-esteem pada remaja pengguna TikTok*. *Knowledge: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan, 3*.

Masyar, S. F., Muttaqin, R., & Sastri, P. D. (2025). *Influence of leadership, discipline and work life balance on satisfaction*. *Journal of Management Science (JMAS), 8*.

Munthe, R. N., & Nasution, M. (2025). *Dampak fenomena standar TikTok terhadap gaya hidup doom spending Gen Z Kota Medan*. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial, 9*.

Ndueng, Y., Pareira, M. I., & Makleat, N. (2025). *Pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas diri remaja*. *Jurnal Prodi PLS Universitas Nusa Cendana, 5*.

Nuradina, K. (2022). *Psychological factors affects online buying behaviour*. *Journal of Business and Management Inaba (JBMI), 1*.

Pratiwi, S. B., & Koanda, N. (2025). Gambaran body dissatisfaction pada remaja wanita pengguna media sosial TikTok di Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter, 5*(1), 163–168. https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5836

Ramdan, A. T., Lubis, I. A., & Mujianto, H. (2024). *Integrasi public relations digital dan strategi pemasaran pada UMKM sepatu Cibaduyut Kota Bandung*. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian, 10*.

Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.

Santrock, J. W. (2012). *Life-span development* (13th ed.). McGraw-Hill.

Sari, N. P., Asyah, N., Hidayati, D., & Syaimi, K. U. (2025). *Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap self-esteem remaja perempuan di SMK Satria Dharma Perbaungan*. *IJoEd: Indonesian Journal on Education, 2*.

Sastri, P. D., Akbar, R. F., Djaelani, B. P., & Wahdah, N. S. (2024). *The relationship between body dissatisfaction and self-esteem among University X students in Bandung City*. *International Journal of Psychology and Health Science (IJPHS), 2*. https://doi.org/10.38035/ijphs.v2i3