



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 8591-8601

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Konsep *Body Image* Remaja Putri Penikmat *Beauty Content* pada Aplikasi TikTok

Jeny Kusdemawati

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: Jenyk.2@gmail.com

Abstrak

Pada dasarnya manusia terus mengalami pertumbuhan dan juga perkembangan. Salah satu tahap perkembangan yang sangat penting dan rentan adalah perkembangan di masa remaja. Remaja memiliki kecenderungan untuk mencari jati diri dengan cara mencoba, mencaritahu, hingga menemukan tentang sesuatu yang sesuai dengan dirinya. Pada remaja juga memiliki kecenderungan untuk tidak ingin tertinggal oleh *trend* yang sedang *booming*. Remaja juga sangat tertarik akan perkembangan media sosial, salah satu media sosial yang diminati remaja adalah aplikasi *TikTok*. Dalam *TikTok* dijumpai berbagai *content* salah satunya adalah terkait kecantikan. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan bagaimana gambaran *body image* pada remaja putri penikmat *beauty content* di aplikasi *TikTok*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode *netnografi*. Penelitian *netnografi* adalah suatu metodologi yang memanfaatkan sekumpulan data yang berasal dari internet. Sumber data internet yang digunakan adalah aplikasi *TikTok*, selain itu peneliti juga menggunakan rujukan berupa artikel jurnal dan buku yang relevan dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa remaja yang sering menghabiskan waktunya dalam *scrolling* *TikTok* dengan konten yang sama dapat meningkatkan *body image* pada dirinya. Kesimpulan pada artikel ini adalah semakin tinggi intensitas penggunaan aplikasi *TikTok* akan semakin berpengaruh pada *body image* atau citra tubuhnya. Remaja akan cenderung lebih memperhatikan kondisi penampilannya bahwa penampilannya menarik atau tidak.

Kata Kunci : *Body Image, Remaja Putri, Beauty Content, TikTok*

Abstract

Basically, humans continue to experience growth and development. One of the most important and vulnerable stages of development is adolescence. Teenagers have a tendency to seek their identity by trying, finding out, and discovering something that suits them. Teenagers also have a tendency to not want to be left behind by the trends that are booming. Teenagers are also very interested in the development of social media, one of the social media that teenagers are interested in is the TikTok application. In TikTok, there are various contents, one of which is related to beauty. This study was conducted to describe how the description of body image in adolescent girls who enjoy beauty content in the TikTok application. This research is a type of qualitative research using the netnography method. This research is a type of qualitative research using the netnography method. Netnography research is a methodology that utilizes a set of data from the internet. The internet data source used is the TikTok application, besides that researchers also use references in the form of journal articles and books relevant to this research. The results of this study indicate that adolescents who often spend their time scrolling TikTok with the same content can improve their body image. The conclusion in this article is that the higher the intensity of using the TikTok application, the more it will affect the body image. Teenagers will tend to pay more attention to the condition of their appearance that their appearance is attractive or not.

Keyword: *Body Image, Teenage Girl, Beauty Content, TikTok*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya manusia terus mengalami pertumbuhan dan juga perkembangan. Perkembangan dan pertumbuhan memiliki perbedaan, yakni pertumbuhan berarti terjadi perubahan manusia dari aspek fisik sedangkan pertumbuhan merupakan perubahan manusia dari aspek psikologis. Perkembangan dan pertumbuhan merupakan satu-kesatuan yang harus berjalan secara beriringan (Yudrik Jahja, 2015). Manusia terus mengalami perkembangan dan pertumbuhan sepanjang kehidupannya.

Manusia lahir dan berkembang tentunya memerlukan adanya bimbingan dari orang tua maupun dari lingkungan sekitar. Bimbingan tersebut sangat diperlukan manusia karena sangat menentukan pada masa dewasanya kelak. Salah satu tahap perkembangan yang sangat penting dan rentan adalah perkembangan di masa remaja. Remaja merupakan masa perkembangan dan pertumbuhan manusia yang terjadi di sekitar usia 10 sampai 12 tahun, dan akan berakhir pada usia 18 hingga 22 tahun (Hanafi, 2018a).

Remaja memiliki kecenderungan untuk mencari jati diri dengan cara mencoba, mencaritahu, hingga menemukan tentang sesuatu yang sesuai dengan dirinya. Mereka juga timbul gejolak dalam dirinya karena terjadi perkembangan secara fisik, dan kemudian akan

mempengaruhi perkembangan berpikir, berperilaku, serta emosi (Ramanda et al., 2019). Transisi perubahan perkembangan remaja yang begitu cepat, tidak jarang memicu stress pada remaja. Stress pada remaja menjadi pusat perhatian karena hal ini mampu mengganggu kesehatan mental remaja (Murray et al., 2011).

Pada remaja juga memiliki kecenderungan untuk tidak ingin tertinggal oleh *trend* yang sedang *booming*. Belakangan ini sedang marak isu kesehatan mental di kalangan remaja, pengaruh media sosial memiliki andil besar mengenai isu ini. Salah satu media sosial yang sedang digandrungi remaja adalah TikTok, pada *platform* tersebut remaja bisa mengakses mengenai isu-isu apapun yang sedang *trend* belakangan ini. Seorang *creator* atau pembuat video memiliki kewenangan penuh atas konten apa yang ingin ditampilkan dan *share* pada masyarakat. Terdapat berbagai *content* yang tersebar di *platform* TikTok, salah satunya adalah *content* mengenai *beauty* atau kecantikan.

Terdapat istilah *influencer* yang *trend* di kalangan remaja TikTok dan media sosial lainnya, hal tersebut bermaksud bahwa seorang *creator* mampu mempengaruhi pengikutnya untuk turut serta dalam *content* yang disuguhkan (membeli produk yang dipromosikan, hingga mengikuti kebiasaan yang dilakukan). Hal tersebut tentunya dapat mempengaruhi siapapun, termasuk remaja karena remaja memiliki sifat yang tidak ingin tertinggal dan menunjukkan sikap imitasi. Sikap Imitasi adalah cenderung melakukan peniruan baik dari segi tingkah laku, sikap, gaya hidup, sampai pada penampilan fisik. Sikap imitasi atau peniruan merupakan bagian dari pembelajaran yang digunakan seseorang untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya (Astuti & Andrini, 2021).

Beauty Content yang bersliweran di FYP (*For Your Page*) membuat para remaja juga terinspirasi untuk berpenampilan layaknya *creator* tersebut. *Content* yang disuguhkan mampu memunculkan *ideal self* yang kemudian memunculkan istilah *body goals* di kalangan remaja sehingga *body image* dirasa sebagai hal yang sangat penting. Apabila terdapat kesenjangan antara tubuhnya dengan gambaran ideal pada orang lain akan menimbulkan persepsi negatif terhadap dirinya. Persoalan *body image* yang kerap dialami oleh remaja berkenaan dengan bentuk tubuh, berat badan, wajah, rambut, warna kulit serta pemikiran yang dirasa menarik (Rahma & Qodariah, 2022).

Berdasarkan pemaparan masalah tersebut peneliti berasumsi bahwasanya konten kecantikan dapat mempengaruhi remaja putri pada konsep citra tubuhnya atau *body image*, peneliti tertarik untuk menggali lebih mendalam terkait bagaimana *social media* mampu mempengaruhi remaja terhadap citra tubuhnya atau *body image*, dalam penelitian ini peneliti menggunakan konsep teori *body image* remaja. Peneliti lebih menekankan gambaran *body image* bagi remaja putri, karena kebanyakan penikmat konten kecantikan

adalah remaja putri dan remaja putri memiliki kecenderungan lebih memperhatikan bentuk tubuhnya guna menarik perhatian orang lain.

METODE PENELITIAN

Pada artikel penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan jenis penelitian netnografi. Jenis penelitian netnografi adalah suatu metodologi yang memanfaatkan sekumpulan data yang berasal dari internet (Kozinets, 2015). Peneliti mengambil data dari internet khususnya di aplikasi TikTok yang berkenaan dengan *beauty content*. Dalam hal pengambilan data tersebut, peneliti mengambil sebanyak tiga *beauty creator* yang ada di aplikasi *TikTok*. Langkah selanjutnya adalah dengan melihat seberapa banyak *followers* dari *creator* tersebut kemudian dianalisa dengan memperhatikan usia yang berpedoman pada teori psikologi perkembangan. Kemudian setelah mendapat data tersebut, peneliti menganalisis dengan menggunakan analisis konten. Konten yang dianalisis adalah bagaimana isi dari video tersebut, dan bagaimana komentar yang diberikan para *followers creator* tersebut. Kemudian peneliti menganalisa komentar dan isi video tersebut dengan menggunakan teori body image dan psikologi perkembangan remaja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *Body Image* Pada Remaja Putri

Remaja atau *adolescence* merupakan periode peralihan dari anak-anak ke dewasa awal. Dalam periode remaja dimulai dari usia 10 tahun hingga 12 tahun dan akan berakhir pada usia 18-22 tahun. Pada masa ini akan disertai dengan berbagai perubahan, baik perubahan fisik, psikologis, dan psikososialnya yang sangat cepat (Hanafi, 2018). Mengingat begitu banyaknya perkembangan remaja, peneliti berfokus kepada perkembangan psikososial remaja. Pembahasan tersebut dirasa relevan karena pembahasan tentang *body image* sangat berkaitan dengan perkembangan psikososial remaja. Erikson berpendapat bahwa terdapat delapan tahapan perkembangan psikososial seseorang yang sangat berkaitan dengan tahapan sebelumnya dengan tahapan selanjutnya. Erikson juga menyatakan bahwa setiap masa perkembangan terdapat tantangannya atau ksisis yang harus dihadapi pada masing-masing individu (Rusuli, 2022).

Konsep perkembangan psikososial menurut Erickson adalah pada masa ini merupakan tahap transisi remaja ke dewasa awal. Pada tahap ini merupakan tahapan kritis dimana setiap remaja mempertanyakan identitasnya, dan rasa kesamaan dengan remaja lainnya (Nadiyah dkk., 2021). Berdasarkan konsep yang telah dipaparkan tersebut, maka terdapat korelasinya antara krisis identitas remaja dengan konsep *body image* pada remaja.

Jenis kelamin menjadi faktor terpenting dalam perkembangan body image seseorang. Remaja putri cenderung memperhatikan dan mengutamakan penampilan fisik mereka sendiri, mereka berpikir tentang aspek fisik, penampilan keadaan menarik dan cantik. Penelitian yang dilakukan oleh Dacey dan Kenny menyatakan bahwa perempuan atau remaja putri lebih memperhatikan bentuk fisiknya dibanding laki-laki. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Alidia yang menyatakan bahwa body image putri lebih tinggi dibandingkan dengan remaja laki-laki. Remaja putri cenderung ingin berpenampilan lebih menarik, memperhatikan bentuk tubuh, stress apabila bentuk tubuhnya tidak sesuai dengan keinginannya, menutup bagian tubuh yang dirasa tidak ideal, membandingkan bentuk tubuhnya dengan orang lain, dan membandingkan berat badannya dengan orang lain.

Penulis melakukan pengelompokan komponen dan aspek-aspek pada *body image* yakni sebagai berikut:

1. Pengertian *Body Image*

Cash dalam Ramanda dkk, mengatakan bahwa *body image* atau citra tubuh adalah pengalaman individu yang dapat berbentuk pada persepsi terhadap bentuk tubuh dan berat tubuhnya dan perilaku yang mengarah kepada penilaian individu terhadap penampilan fisiknya (Ramanda dkk., 2019). Pruzinsky dan Cash dalam Murray dkk, 2011 menyatakan citra tubuh adalah suatu pemahaman yang melibatkan pada evaluasi subyektif terhadap tubuh, hal tersebut meliputi penilaian afektif, kognitif, dan perilaku terhadap bentuk tubuh, ukuran tubuh, keindahan tubuh, fungsi dan kesehatan tubuh (Murray dkk., 2011). *Body image* dapat dikatakan pula sebagai sebuah persepsi terhadap tubuh, *body image* pada usia remaja dapat muncul karena adanya perubahan fisik pada tubuhnya.

2. Jenis-jenis *Body Image*

- a. *Body Image Positive*

Menurut Andi Priyatna adalah seseorang yang memiliki citra tubuh positive ini berarti telah merasa puas dengan penampilannya, menghargai segala hasil dari tubuhnya, serta menerima semua kekurangan tubuhnya (Ramanda et al., 2019). Konsep *body image positive* adalah suatu penerimaan seseorang terhadap tubuhnya sendiri. Seseorang yang memiliki *body image positive* maka akan lebih percaya diri dan dapat bersyukur atas kondisi tubuh yang mereka miliki. Body image positive membuat seseorang lebih menghargai diri sendiri, dan membantu seseorang untuk dapat berkembang dengan kondisi mental yang baik (Febriani & Rahmasari, 2022).

- b. *Body Image Negative*

Menurut Sprinthall dan Collins dalam Anis Ramonda (2019), menyatakan bahwa remaja yang memiliki *body image negative* dapat menimbulkan gangguan citra tubuh. Gangguan ini dapat berupa tidak puas terhadap kondisi tubuhnya dan menganggap kondisi tubuhnya sebagai suatu hal yang tidak menarik bagi orang lain (Anis Ramonda et al., 2019). Jika perubahan fisik yang dialami remaja tidak sesuai dengan keinginannya maka dapat memicu *body image negative*. *Body image negative* mampu menyebabkan suatu kondisi dimana seseorang yang menyebabkan perasaan tidak puas terhadap bentuk tubuh diri sendiri (Ammar & Nurmala, 2020).

Sehingga peneliti berasumsi bahwasanya terdapat dua jenis *body image*, yakni *body image* positif dan negatif. Pada dasarnya *body image* merupakan sebuah konsep seseorang mengenai tubuhnya sendiri, hal tersebut bersandar pada pemahaman kognitif dan afektif pada setiap individu. Selain itu, peneliti juga berasumsi bahwasanya yang menjadi patokan seseorang terhadap dari *body image* adalah bentuk tubuhnya, ukuran tubuhnya, keindahan tubuhnya, dan fungsi tubuhnya. Seseorang yang memiliki *body image* yang positif maka mereka bisa menerima seluruh bentuk tubuh yang dimiliki, hal tersebut juga berpengaruh pada kepercayaan diri seseorang. Sebaliknya jika seseorang memiliki *body image* negatif akan berpengaruh pada penerimaan diri sendiri dan kepercayaan diri.

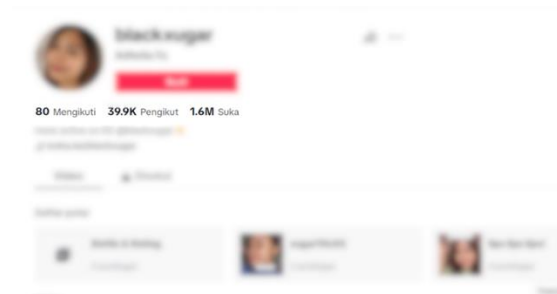
3. Faktor yang mempengaruhi *Body Image*

Cash dan Pruzinsky menyatakan bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi *body image* pada remaja, yakni sosialisasi kebudayaan, pengalaman interpersonal, karakter fisik, dan faktor kepribadian. Faktor kepribadian khususnya *self esteem* merupakan hal sangat penting terkait dengan perkembangan *body image* (Muryantinah & Handayani, 2015).

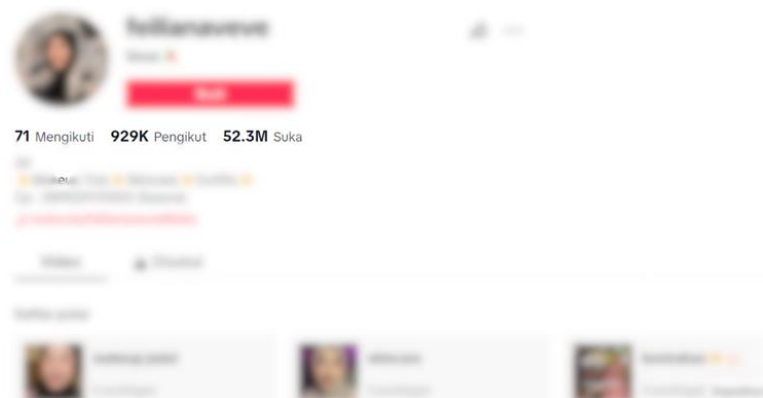
Konten *Beauty* di Aplikasi TikTok

Pada saat ini media sosial sudah menjadi bagian hidup dari manusia. Kebanyakan pengguna media sosial adalah remaja. Berdasarkan data yang dirilis oleh APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang di tahun 2022-2023. Jumlah tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi di Indonesia (APJII, 2023). Mengutip dari Tempo.co bahwa *TikTok* atau *Douyin* (versi China) merupakan aplikasi media sosial yang diciptakan untuk membuat, mengedit, dan membagikan video pendek berdurasi 15 detik sampai 3 menit. Aplikasi ini pertama kali

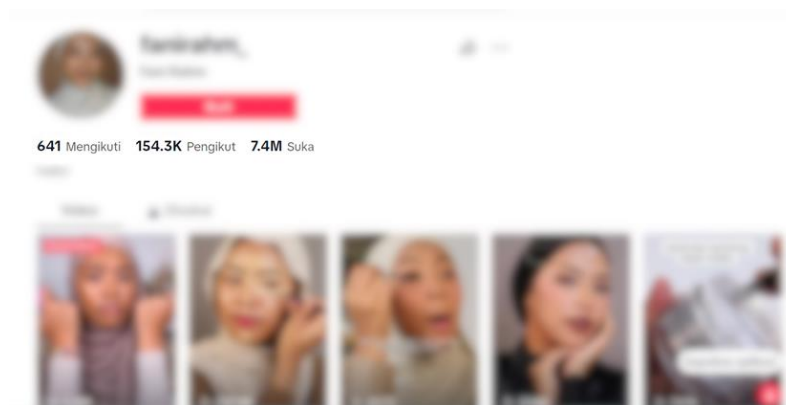
diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Peneliti memperoleh data bahwa TikTok telah digunakan oleh 150 negara. Demografi penggunanya adalah sekitar 40% anak muda dengan usia 18 hingga 24 tahun, 56% penggunanya adalah wanita, setiap orang rata-rata menghabiskan lebih dari 46 menit untuk mengakses TikTok (Lestari, 2023).



Gambar 1. Akun TikTok milik Adhelia Fa
<https://www.tiktok.com/@blackxugar>



Gambar 2. Akun TikTok milik Feilana Veve
<https://www.tiktok.com/@feilianaveve>



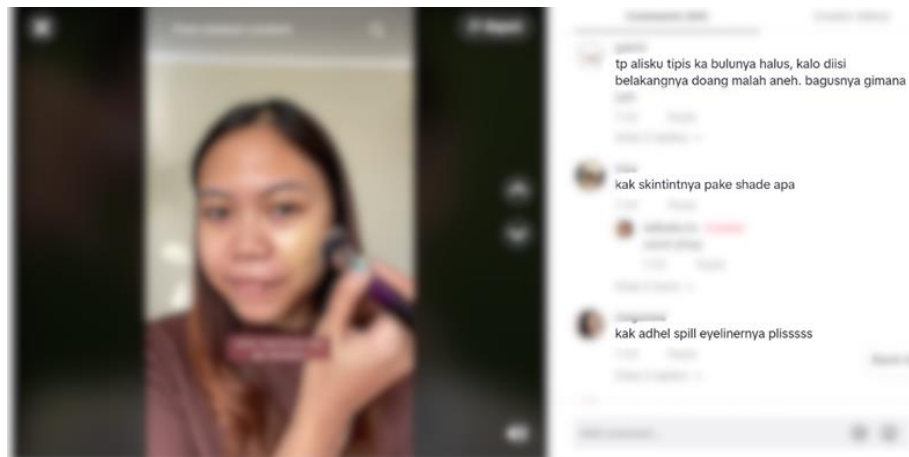
Gambar 3. Akun TikTok milik Fani Rahma
https://www.tiktok.com/@fanirahm_

Seseorang yang membuat video dijuluki dengan *content creator* atau jika di dunia kecantikan dijuluki dengan *beauty vlogger*. Konten-konten yang disuguhkan di media sosial sangat beragam, salah satunya adalah konten *beauty*. Konten *beauty* merupakan jenis video

yang menyajikan video tutorial *make up*, mengulas tentang atau mereview *skincare*, barang kosmetik, *beauty haul* (menunjukkan barang-barang kecantikan yang dimiliki), konten *fashion*, dan konten lain yang berkaitan dengan kecantikan (Maharani & Hendrastomo, 2022). Indonesia memiliki banyak sekali *beauty creator* seperti Tasya Farasya, Suhay Salim, Rachel Goddard, Adhellia Fa, Ini Vindi, Jharna Bhagwani, dan lainnya.

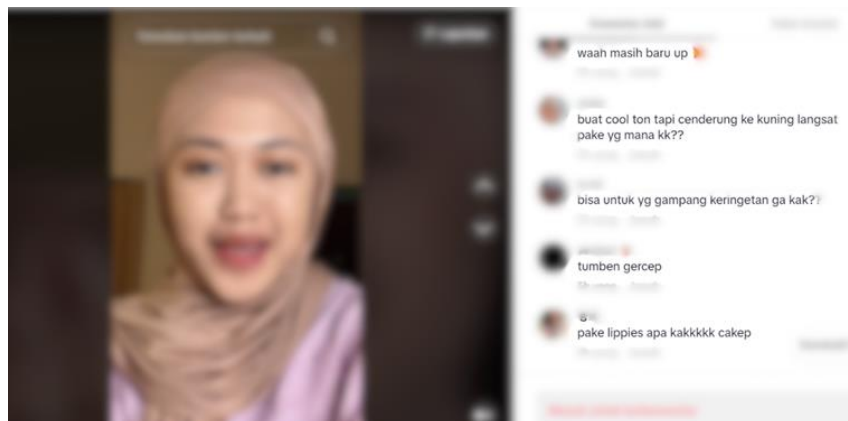
Konten *Beauty* di *TikTok* dan pengaruhnya pada *Body Image* Remaja

Penelitian yang dilakukan oleh Aristantya dan Helmi, menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara dukungan sosial *online* dengan citra tubuh pada remaja usia SMA pengguna *social media Instagram*. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa semakin tinggi dukungan sosial *online* yang didapatkan remaja maka semakin tinggi pula tingkat citra tubuh remaja terhadap tubuhnya sendiri (Aristantya & Helmi, 2019).



Gambar 4. Video TikTok Adhellia Fa

<https://www.tiktok.com/@blackxugar/video/7257879981408144646>



Gambar 5. Video di akun TikTok Feilana Veve

<https://www.tiktok.com/@feilianaveve/video/7304521074354556166>



Gambar 6. Video di akun TikTok Fani Rahma

https://www.tiktok.com/@fanirahm_/video/7304240587241180421

Berdasarkan analisis komentar dari ketiga video tersebut, dapat disimpulkan bahwasanya terdapat kecenderungan remaja putri pada konsep *body image* yang ditunjukkan dengan komentar Gambar 4 "tp alisku tipis ka bulunya halus, kalo diidi belakangnya doang malah aneh. Bagusnya gimana yah". Kemudian hal serupa juga terdapat di Gambar 5. "Buat cool tone tapi cenderung ke kuning langsung pake yg mana kak?", begitu pula dengan Gambar 6. "KHUSUS MUKA MULUSSS YAA". Berdasarkan ketiga komentar tersebut, peneliti berasumsi bahwasanya remaja putri penikmat konten *beauty* memiliki perhatian yang tinggi terhadap *body imagenya*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Febriani dan Rahmasari, didapati bahwasanya kesadaran penerimaan diri atas kelebihan dan kekurangan sangat berperan pada penerimaan diri individu. Penerimaan individu terhadap diri sendiri baik secara negatif maupun positif, sehingga menyebabkan perasaan keberhargaan diri dalam menjalani kehidupan dan sangat berpengaruh pada remaja (Febriani & Rahmasari, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Hasanah dan Hidayat, didapati bahwasanya semakin tinggi penggunaan media sosial maka akan tinggi pula *body imagenya*. Sedangkan bagi mereka yang menggunakan media sosial secara intens akan menurun pula *body imagenya* (Hasanah & Hidayati, 2021). Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Silmi dan Zahro ditemukan bahwasanya tidak ada hubungan yang signifikan antara *body image* dan *self esteem* pada remaja pengguna *Instagram* di Jabodetabek (Silmi & Zahro, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadiansyah dan Mundzir menyatakan bahwa remaja perempuan dan laki-laki mempunyai *body image* yang tinggi. Hal tersebut didasari pada semakin tinggi perbandingan sosial maka akan semakin tinggi pula *body image*

mereka. Maka dapat dikatakan bahwa remaja laki-laki maupun perempuan yang melakukan perbandingan sosial pada aplikasi TikTok maka akan semakin tinggi *body image* mereka (Rahmadiansyah et al., 2022)

SIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini adalah remaja yang memiliki intensitas tinggi dengan aplikasi TikTok maka akan berpengaruh pada citra tubuhnya. Remaja akan cenderung memperhatikan penampilannya dan akan lebih peduli dengan penampilannya, apakah penampilannya menarik atau tidak. Remaja yang secara intens menggunakan aplikasi TikTok guna melihat konten *beauty* akan mempengaruhi pada persepsi terhadap dirinya. Hal tersebut terjadi karena yang mereka lihat merupakan sosok yang dianggap sempurna oleh persepsi sosial. Jenis kelamin dapat menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan persepsi seseorang terhadap citra tubuhnya. Remaja putri memiliki kecenderungan memperhatikan bentuk tubuhnya agar lebih menarik perhatian orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Ammar, E. N., & Nurmala, I. (2020). Analisis Faktor Sosio-Kultural terhadap Dimensi Body Image pada Remaja. *Journal of Health Science and Prevention*, 4(4), 23–20. <http://doi.org/1029080/jhsp.v4i1.255>
- Anis Ramonda, D., Galih Yudanari, Y., & Choiriyah, Z. (2019). Hubungan Antara Body Image dan Jenis Kelamin Terhadap Pola Makan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Keperawatan Jiwa*, 2(1), 109–114.
- APJII. (2023, March 9). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. APJII. <https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>
- Aristantya, E. K., & Helmi, A. F. (2019). Citra Tubuh pada Remaja Pengguna Instagram. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 5(2), 114. <https://doi.org/10.22146/gamajop.50624>
- Astuti, E., & Andrini, S. (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(2), 134–142.
- Febriani, R. A., & Rahmasari, D. (2022). *Hubungan antara Body Image dengan Penerimaan Diri pada Remaja Perempuan Pengguna Tiktok*.
- Hanafi, I. (2018). Perkembangan Manusia Dalam Tinjauan Psikologi dan Al-Qur'an. *IQ (Ilmu Al-Qur'an): Jurnal Pendidikan Islam*, 1(01), 84–99. <https://doi.org/10.37542/iq.v1i01.7>
- Hasanah, U., & Malia Rahma Hidayati, B. (2021). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Body Image. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 5(2), 115–131. <https://doi.org/10.32492/idea.v5i2.5205>

- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*.
https://www.researchgate.net/publication/280491845_Netnography_Redefined_--first_two_chapters_preview/link/55b64dac08ae9289a08abbde/download
- Lestari, N. H. (2023). Profil TikTok: Sejarah, Data Pengguna, dan Sumber Pendapatan. *Tempo.Co*.
<https://bisnis.tempo.co/read/1708037/profil-tiktok-sejarah-data-pengguna-dan-sumber-pendapatan>
- Maharani, P., & Hendrastomo, G. (2022). Fenomena Beauty Vlogger Pada Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta. *Dimensi: Jurnal Kajian Sosiologi*, 11(2), 1–15.
- Murray, K. M., Byrne, D. G., & Rieger, E. (2011). Investigating adolescent stress and body image. *Journal of Adolescence*, 34(2), 269–278. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2010.05.004>
- Muryantinah, V. N., & Handayani, M. M. (2015). Hubungan Antara Self-esteem dengan Body Image pada Remaja Awal yang Mengalami Obesitas. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 4(1).
- Nadiah, S., Nadhirah, N. A., & Fahriza, I. (2021). Hubungan Faktor Perkembangan Psikososial dengan Identitas Vokasional Pada Remaja Akhir. *Quanta*, 5(1), 21–29.
<https://doi.org/10.22460/q.v2i1p21-30.642>
- Rahma, A. S., & Qodariah, S. (2022). Pengaruh Self Esteem terhadap Body Image Remaja Akhir Putri Pengguna Tiktok. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(2), 221–228.
<https://doi.org/10.29313/bcsp.v2i3.2952>
- Rahmadiansyah, M. R., Amir, Y., & Mundzir, I. (2022). Social Comparison and Body Image in Teenage Boys and Girls Users of the TikTok App. *Atlantis Press: Advance in Social Science, Education and Humanities Research*, 655, 1675–1679.
- Ramanda, R., Akbar, Z., & Murti Kusuma Wirasti, R. A. (2019). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Body Image Bagi Perkembangan Remaja. *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 5(2), 121–135.
- Rusuli, I. (2022). Psikososial Remaja: Sebuah Sintesa Teori Erick Erikson Dengan Konsep Islam. *Jurnal As-Salam*, 6(1), 75–89.
- Silmi, F. I., & Zahro, E. B. (2021). Hubungan Body Image dengan Self Esteem pada Remaja Akhir Pengguna Instagram di Jabodetabek. *Prosiding Konferensi Nasional Psikologi Kesehatan IV*.
- Yudrik Jahja. (2015). *Psikologi Perkembangan*. Prenamedia Group.