

Hubungan *Self Esteem* Dengan *Body Image* Remaja Wanita Pengguna Aplikasi Tiktok

Sinta Aulia Silvianingrum¹, Margaretta Erna Setianingrum²✉

^{1,2} Program Studi Psikologi, Universitas Kristen Satya Wacana

Abstrak

Di masa ini TikTok merupakan salah satu aplikasi media sosial yang banyak diakses oleh remaja wanita. Penggunaan TikTok oleh remaja berpengaruh pada rendahnya *body image*. *Body image* dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah *self esteem*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *self esteem* dan *body image* pada remaja wanita pengguna aplikasi TikTok. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif menggunakan teknik *snowball sampling*. Sample yang diambil sebanyak 168 partisipan merupakan remaja wanita di seluruh Indonesia. Pengumpulan data menggunakan skala Rosenberg Self Esteem Scale dan *Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ)*. Analisis data kuantitatif meliputi uji korelasi *product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hasil korelasi positif sebesar 0,554 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,005$). Yang artinya terdapat hubungan positif antara *self esteem* dengan *body image* pada remaja wanita pengguna aplikasi TikTok. Dampak dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran agar remaja wanita pengguna aplikasi TikTok mengidentifikasi kembali konten yang dilihat di media sosial.

Kata Kunci: Self Esteem, Body Image, Remaja, TikTok

Abstract

Nowadays TikTok is one of the social media applications that are widely accessed by female teenagers. The use of TikTok by teenagers has an effect on low body image. Body image is influenced by several factors, one of which is self esteem. This study aims to analyze the relationship between self esteem and body image in female teenagers who use the TikTok application. The research method used is descriptive quantitative using snowball sampling technique. The sample taken was 168 participants who were female teenagers throughout Indonesia. Data collection using the Rosenberg Self Esteem Scale and Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ). Quantitative data analysis includes product moment correlation test. The results of this study indicate that there is a positive correlation of 0.554 with $p = 0.000$ ($p < 0.005$). Which means there is a positive relationship between self esteem and body image in female teenagers who use the TikTok application. The impact of this study is expected to provide an overview so that female teenagers who use the TikTok application re-identify the content they see in social media.

Keywords: Self Esteem, Body Image, Teenagers, TikTok

Copyright (c) 2025 Sinta Aulia Silvianingrum

✉ Corresponding author :

Email Address : auliasinta327@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi digital saat ini, teknologi berkembang pesat dan menjadi semakin canggih. Hal ini berdampak dalam pesatnya perkembangan media sosial yang memiliki beragam keuntungan dan fitur yang berbeda-beda (Kustiawan, 2022). Pesatnya perkembangan teknologi

tersebut memungkinkan setiap individu dapat mengakses berbagai informasi dari berbagai belahan dunia hanya dengan bermodalkan *smartphone* dan koneksi internet.

Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* dalam website *Databoks* pada januari 2023 jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah mencapai 5,16 miliar orang, jumlah ini meningkat 1,9% dari tahun 2022. Sejalan dengan pernyataan tersebut, data dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) pada 2022-2023 menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta jiwa, jumlah ini mengalami kenaikan dibanding tahun sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Data lain yang dilansir dari *datareportal.com* (2023), menyatakan bahwa jumlah individu yang mengakses media sosial di Indonesia mencapai angka 167,0 juta jiwa pada Januari tahun 2023. Hal ini berarti, 60,4% penduduk Indonesia memiliki media sosial. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah TikTok. Berdasarkan laporan *We Are Social* yang dipublikasikan oleh *Databoks* pada 2023, total pengguna TikTok di dunia diperkirakan mencapai 1,09 miliar per April 2023 dan 38,5%. Indonesia menempati posisi kedua sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, yaitu sebanyak 113 juta pengguna. Menurut data dari *bussinnes of apps* dalam website *databoks.com* pada 2022, pengguna TikTok di dunia 34,9% didominasi oleh kalangan remaja dengan rentang usia 18-24 tahun. Di Indonesia sendiri, pengguna TikTok usia 13-24 tahun berkisar 43% (*Ginee.com*).

Banyaknya remaja pengguna TikTok perlu mendapat perhatian, mengingat menurut data *bussiness of apps* prevalensi pengguna perempuan lebih tinggi daripada laki-laki. Persentase pengguna wanita mencapai 55% pada tahun 2022. Karena konten dalam TikTok yang sangat bervariasi, mulai dari konten mengenai gaya hidup, lelucon, promosi, hingga konten kebugaran dampaknya juga bisa sangat bervariasi pada individu. Dampak negatif muncul dari konten kebugaran yang kemudian meningkatkan rasa ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh pada remaja wanita, dapat berakibat pada rendahnya *body image* dan tingginya intensitas olahraga serta diet ekstrem yang dilakukan demi mendapatkan bentuk badan "ideal" (Hülsing, 2021).

Remaja wanita yang sedang pubertas akan mengalami kenaikan berat badan sekitar 22 kg termasuk 9-13 kg lemak kebanyakan berada pada area pinggul, paha, pantat, serta pinggang (Alfiyyah, 2023). Hasil penelitian di negara berkembang menunjukkan bahwa 50-80% remaja wanita menginginkan tubuh lebih kurus. Selaras dengan hal tersebut, survei awal penulis terhadap remaja pengguna TikTok yang diambil secara random sampling dengan wawancara singkat pada 9 Mei 2023 mendapatkan hasil bahwa 5 orang remaja wanita pengguna TikTok menyatakan bahwa mereka sering memandang tubuh/penampilan mereka kurang ketika melihat konten konten *beauty influencer* di beranda. Beberapa subjek bahkan menyatakan dirinya tidak puas dan ingin mengubah penampilan seperti meluruskan rambut, mengubah gaya berpakaian, dan melakukan diet apabila melihat konten *beauty influencer* tersebut. Subjek lainnya menyatakan bahwa mereka tidak puas dengan tekstur pada wajah. Cara remaja dalam mempersepsi dan bersikap terhadap dirinya terkhusus penampilannya ini adalah yang kemudian disebut dengan *body image*. *Body image* memiliki hubungan dengan tingkat kebahagiaan wanita, dimana semakin tinggi *body image* semakin tinggi pula kebahagiaan (Maulani, 2019). Hal ini selaras dengan pernyataan bahwa remaja dengan kekhawatiran yang tinggi terhadap *body image* lebih cenderung memiliki tingkat gejala *bulimia* yang lebih tinggi pula (Hughes, 2011). Sejalan dengan pernyataan tersebut, Eprillia (2022) dalam penelitiannya, menyimpulkan bahwa *body image* memiliki hubungan yang signifikan dalam terjadinya *bulimia nervosa*, *anorexia nervosa*, dan *Eating Disorder Not Otherwise Specified (EDNOS)* yang saat ini lebih dikenal sebagai *OSFED (Other Specified Feeding or Eating Disorder)* yaitu berbagai gangguan makan yang menyebabkan tekanan atau gangguan yang signifikan tetapi tidak cocok dengan kriteria diagnostik untuk gangguan makan lainnya. Dimana semakin buruk *body image* pada individu semakin tinggi pula kemungkinan terjadi perilaku *eating disorder*. Perilaku *eating disorder* bisa berakibat pada kematian (Franko, 2013).

Body image merupakan persepsi dan sikap individu mengenai tubuhnya sendiri, terutama penampilannya secara fisik (Cash, 2002). Apabila individu mempersepsi tubuhnya dengan baik maka *body image* individu positif, jika sebaliknya individu mempersepsi tubuhnya kurang baik

maka *body image* individu ini negatif. *Body Image* dipengaruhi oleh beberapa faktor. Cash (2002) berpendapat bahwa teman sebaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi *body image*, terutama selama masa remaja berlangsung. Adapun menurut Cash dan Pruzinsky (2002) faktor yang memengaruhi adalah jenis kelamin, media massa, serta hubungan interpersonal. Melliana (2006) mengatakan faktor yang memengaruhi *body image* individu adalah *self esteem*, perbandingan dengan orang lain, sifat dinamis, serta proses pembelajaran. Penelitian lain oleh Alliyah pada 2023 menyatakan bahwa individu dengan *body image* negatif dan kesehatan umum yang tidak baik juga memiliki *self esteem* yang rendah. Selaras dengan hal tersebut Álvarez-Pardo *et al.*, 2023 dalam penelitiannya menyatakan bahwa salah satu faktor yang memengaruhi *body image* adalah *self esteem*. *Self esteem* memengaruhi *body image* baik pada pria maupun wanita (Sari, 2018). Rahmania (2012) mengungkapkan bahwa seorang wanita memiliki harga diri yang rendah, maka cenderung memikirkan kekurangan yang dimiliki sehingga tidak puas, hal ini dapat meningkatkan kecenderungan *body dysmorphic disorder*.

Self esteem adalah aset pribadi yang berharga karena memprediksi kualitas hidup dan pemberdayaan pribadi yang lebih baik. *Self esteem* dapat didefinisikan sebagai sikap positif atau negatif seseorang terhadap diri secara keseluruhan (Wood *et al.*, 2021). *Self esteem* berhubungan dengan cara individu memberikan penghargaan dan penilaian terhadap dirinya secara keseluruhan (Rozika, 2018). *Self esteem* merupakan salah satu bagian penting dalam terbentuknya kepribadian individu, karenanya *self esteem* yang rendah bisa membuat individu memiliki kecenderungan mengalami depresi, penyalahgunaan narkoba, dan dekat dengan kekerasan (Srisayekti, 2015).

Penelitian sebelumnya oleh (Fadhillah, 2022) menunjukkan adanya korelasi positif yang kuat antara *body image* dan *self esteem* pada remaja wanita pengguna Instagram. Hülsing (2021) dalam penelitiannya pun menyatakan bahwa TikTok memengaruhi *body image* dengan kompleks. TikTok dapat membawa pengaruh berbeda beda dalam tiap individu tergantung konten yang dilihat. Berbeda dengan kedua penelitian yang menyatakan bahwa ada hubungan antara penggunaan media sosial dengan *body image*, serta adanya hubungan positif antara *body image* dan *self esteem* pada pengguna Instagram, penelitian Husna (2019) mengenai bagaimana *body image* berpengaruh *self-esteem* pada remaja fans K-Pop menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara *body image* dan *self esteem*.

Berdasarkan fenomena serta adanya kontradiksi penelitian, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan *body image* dengan *self esteem* pada remaja wanita pengguna aplikasi TikTok.

Tinjauan Pustaka dan Hipotesis

a) *Body Image*

Definisi *Body Image*

Body image merupakan istilah yang merujuk pada bagaimana seseorang mempersepsi, berpikir, dan merasakan tubuhnya (Cash & Grogan dalam Ricciardelli & Yager, 2016). Melliana (2006) menjelaskan *body image* sebagai suatu peristiwa psikologis yang dialami individu, terfokus pada sikap serta perasaan tentang penampilannya. *Body image* individu bisa saja berbeda dengan penampilan tubuh yang asli.

Cash dan Pruzinsky (2002) menjelaskan bagaimana *body image* telah memengaruhi emosi, pikiran, dan kebiasaan seseorang dalam kehidupan sehari-hari sejak masa kanak-kanak. Oleh sebab itu, *body image* tidak hanya mengenai persepsi diri sendiri, melainkan juga mengenai bagaimana penilaian orang lain terhadap penampilan individu. Selaras dengan dua definisi diatas, *body image* juga diartikan sebagai evaluasi fisik individu terhadap penampilan fisiknya yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap bentuk dan berat tubuhnya (Cash, 2012).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti bahwa *body image* merupakan proses berpikir individu dalam mempersepsi tubuhnya yang terbentuk dengan pengaruh dari lingkungan sekitar.

Peneliti memutuskan untuk menggunakan definisi *body image* dari Cash (2012) yang menyatakan bahwa *body image* adalah gambaran individu mengenai bentuk serta berat tubuhnya serta perilaku yang mengarah pada penilaian individu tersebut tentang penampilan tubuhnya.

Aspek *Body Image*

Muth dan Cash (1997) berpendapat bahwa terdapat 3 aspek dalam *body image*, diantaranya :

a. *Evaluation* (evaluasi), adalah tingkat kepuasan individu terhadap penampilan tubuh yang dimilikinya.

b. *Affect* (perasaan), adalah terkait pengalaman psikologis individu yang kemudian berpengaruh pada emosinya.

c. *Investment* (investasi), berkaitan dengan bagaimana individu menilai tubuhnya dan pengaruh seseorang dalam upaya meningkatkan penampilan fisiknya.

Cash (2012) Mengkategorikan aspek-aspek *body image* sebagai berikut:

a. Evaluasi Penampilan (*Appearance evaluation*)

Kemampuan individu dalam mengukur tingkat kepuasan terhadap penampilan keseluruhan serta menilai serta mengevaluasi penampilan

b. Orientasi penampilan (*Appearance orientation*)

Kemampuan individu dalam memberikan penilaian tentang seberapa penting penampilannya bagi individu lain serta bagaimana individu memperhatikan dan mengembangkan penampilannya.

c. Kepuasan terhadap bagian tubuh (*Body areas satisfaction*)

Kemampuan individu untuk memberikan penilaian tentang seberapa puas mereka terhadap berat badan dan area spesifik tertentu dari fisiknya (rambut, pantat, paha) serta penampilan secara menyeluruh.

d. Kecemasan untuk menjadi gemuk (*Overweight preoccupation*)

Tingkat cemas individu tentang kegemukan dapat membuat individu menjaga berat badan dan memiliki keinginan diet untuk mengurangi berat badan atau mengatur pola makannya.

e. Pengkategorian tubuh (*Self classified weight*)

Menggambarkan bagaimana persepsi dan penilaian individu terhadap berat badannya dengan rentang penilaian berat badan yang sangat kurus sampai dengan yang sangat gemuk.

Faktor-faktor yang memengaruhi *body image*

Menurut Melliana (2006) berikut merupakan faktor-faktor yang memengaruhi *body image*:

a. *Self esteem*

Body image adalah persepsi tentang penampilan yang dibentuk dalam pikiran individu, meskipun dipengaruhi gambaran diri ideal yang berkembang dalam masyarakat *body image* lebih dipengaruhi oleh self esteem dalam diri individu daripada penilaian orang.

b. Perbandingan dengan orang lain

Body image dapat terbentuk ketika individu membandingkan penampilannya dengan standar citra tubuh ideal lingkungan yang dipicu oleh media massa, hal ini dapat menyebabkan kesenjangan antara bentuk tubuh nyata dan bentuk tubuh ideal sehingga individu kesulitan menerima penampilan fisiknya.

c. Bersifat dinamis

Body image merupakan konsep yang dinamis sehingga dapat mengalami perubahan berkelanjutan, tergantung pada perubahan mood, lingkungan sekitar dan pengalaman serta bagaimana individu merespon pengalaman tersebut.

d. Proses pembelajaran

Body image terbentuk dari proses belajar individu dengan orang lain sejak masih kecil dalam lingkup keluarga, hal ini dipengaruhi pula oleh pola asuh orang tua dalam mengajari anak diantara teman temannya.

Thompson (dalam Ridha, 2012) menyebutkan beberapa faktor yang memengaruhi *body image* pada diri individu, yaitu:

a. Pengaruh berat badan serta persepsi gemuk atau kurus

Kecenderungan menjaga berat badan stabil dengan pola makan yang teratur dapat berpengaruh pada gambaran individu tentang penampilannya.

b. Budaya

Pengaruh lingkungan sekitar individu serta bagaimana budaya membentuk standar tentang penampilan fisik dan ukuran tubuh yang menarik dapat berdampak pada *body image* individu.

c. Siklus hidup

Individu cenderung mempunyai keinginan untuk kembali pada penampilan fisik seperti masa lalu.

d. Masa kehamilan

Masa kehamilan individu perlu diperhatikan karena peristiwa yang terjadi pada masa ini dapat mempengaruhi tumbuh kembang anak dalam kandungan.

e. Dukungan sosial

Teman sebaya merupakan salah satu lingkungan sosial individu yang mempengaruhi terbentuknya *body image*.

f. Konsep diri

Konsep diri individu merupakan persepsi individu tentang dirinya, konsep diri meliputi penilaian diri serta penilaian sosial.

g. Peran gender

Gender memiliki pengaruh dalam pembentukan *body image* individu, peran orang tua penting dalam pengaruh pembentukan *body image* tersebut.

h. Pengaruh distorsi

Distorsi negatif dalam persepsi dan perasaan individu dapat berakibat pada sikap yang buruk individu terhadap *body image*.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa Melliana (2006) menyatakan bahwa *self esteem* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *body image* sehingga peneliti tertarik menganalisis apakah *self esteem* memiliki hubungan dengan *body image* remaja pengguna TikTok.

B. *Self Esteem*

Definisi *Self Esteem*

Self esteem adalah kebutuhan dasar dalam proses pertumbuhan individu, *self esteem* adalah persepsi individu tentang posisi diri aktual serta posisi diri ideal yang merupakan pengalaman evaluatif dan emosional dari diri individu tersebut (Chen 2023)

Rosenberg dalam Handayani P (2017) mendefinisikan *self-esteem* sebagai bentuk dari proses pengungkapan perasaan diterima serta indikasi adanya keyakinan setiap individu terkait kemampuannya untuk berhasil dan berharga.

Self esteem mengacu pada bagaimana individu menghormati diri sendiri, merasa sayang pada diri sendiri, dan menganggap diri sendiri berharga berdasarkan peran dan domain dalam kehidupan seseorang (Tulachan, 2022). Selaras dengan penjelasan tersebut, Pareja 2022 juga mendefinisikan *self esteem* sebagai sikap menolak atau menerima diri, baik secara spesifik maupun umum.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa *self esteem* merupakan kebutuhan dasar individu yang terdiri atas komponen kognitif dan afektif yang mengacu pada perilaku menghormati diri sendiri. Definisi *self esteem* yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini definisi *self esteem* dari Rosenberg yang menyatakan bahwa *self esteem* adalah bentuk dari proses pengungkapan perasaan diterima serta indikasi adanya keyakinan setiap individu terkait kemampuannya untuk berhasil dan berharga.

Aspek *Self Esteem*

Menurut Rosenberg (Tafarodi & Milne, 2002), *self esteem* terdiri atas dua aspek, yaitu:

a. Penerimaan diri

Aspek ini berkaitan dengan apa yang individu dapat lakukan secara nyata. Apakah individu tersebut memiliki kemampuan, keterampilan, dan bakat. Penerimaan diri adalah produk ketika individu berhasil memanipulasi lingkungan fisik maupun sosial berkaitan dengan realisasi serta tercapainya tujuan.

b. Penghargaan diri

Aspek ini berkaitan dengan karakter moral, daya tarik, dan aspek nilai sosial dari seorang individu. Bagaimana penilaian individu terhadap diri-nya apakah baik atau buruk, hal ini berasal dari dalam diri individu.

C. Kerangka berpikir

Kemajuan teknologi saat ini membawa individu pesatnya perkembangan media sosial (Kustiawan, 2022). Dari sekian banyak aplikasi yang berkembang, TikTok menjadi salah satu aplikasi yang sering diakses oleh remaja. Penggunaan aplikasi TikTok di Indonesia menjadi semakin tinggi sejak tahun 2018 hingga sempat terpilih sebagai aplikasi terbaik di *Google Play Store* (Adawiyyah, 2020).

Konten TikTok sangatlah beragam, karenanya dampak yang ditimbulkan pun berbeda pada tiap individu. Mengingat tingginya angka penggunaan TikTok pada remaja, paparan konten TikTok pada remaja perlu mendapat perhatian. Hal ini disebabkan karena dalam masa ini remaja memiliki kecenderungan untuk memberikan perhatian khusus pada penampilan, terkhusus berat dan bentuk tubuhnya (Farid and Kamrani, 2016). Cara individu menggambarkan dirinya melalui pengalaman subjektifnya inilah yang kemudian disebut sebagai *body image* (Smolak & Thompson 2009). (Hülsing, 2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa aplikasi TikTok memengaruhi *body image* dengan kompleks.

Body Image merupakan persepsi individu mengenai penampilan fisiknya yang dibentuk dalam pikirannya, pandangan terhadap *body image* yang negatif dapat berdampak pada tumbuhnya ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh, perasaan kurang menarik, dan berakhir pada munculnya pemikiran mengenai bagian tubuh hingga tingkat disfungsi (Eprilia, 2022). Ada beberapa faktor yang memiliki pengaruh terhadap *body image*, salah satunya adalah *self esteem* (Meiliana, 2006). *Body image* dipengaruhi oleh keyakinan dan sikap individu terhadap tubuh mengenai persepsi ideal yang berkembang di masyarakat sekitar (Meiliana, 2006). Kendati demikian, *self esteem* dalam diri individu juga tentunya memiliki peran dalam mempersepsikan penilaian masyarakat mengenai diri ideal terhadap penampilan fisik individu (Melliana, 2006). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa *self esteem* merupakan salah satu faktor penting dalam diri individu yang memengaruhi *body image* individu.

Suhardian (2022) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *self esteem* dengan *body image* pada remaja akhir, namun (Husna, 2019) menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara *body image* dan *self esteem* pada remaja putri. Berdasarkan kontraindikasi tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *self esteem* terhadap *body image* remaja wanita pengguna aplikasi TikTok.

D. Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat hubungan signifikan antara *self esteem* dengan *body image* remaja pengguna aplikasi TikTok

H_1 : Terdapat hubungan signifikan antara *self esteem* dengan *body image* remaja wanita pengguna aplikasi TikTok

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang mengumpulkan dan menganalisis data secara kuantitatif atau numerik. Dalam pengumpulan sampel, peneliti menerapkan metode *non-probability purposive sampling*. Ada kriteria yang digunakan untuk mengumpulkan data, yaitu: 1) Usia di atas 17 tahun, 2) Mengenal *influencer* x, 3) Mengetahui beberapa produk yang didukung oleh *influencer* x. Kuesioner akan dibagikan melalui Google Form pada skala 1-5. Ketetapan Malhotra dalam Rafik & Suardhita (2023) yang menetapkan bahwa populasi yang tidak terbatas dapat menentukan sampel minimal empat atau lima kali dari jumlah indikator pertanyaan. Maka dalam penelitian ini terdapat pertanyaan berjumlah $16 \times 5 = 80$, jadi jumlah minimal responden penelitian ini adalah 80 responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sampel 120 responden.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan desain korelasional untuk mengetahui hubungan *self esteem* dengan *body image* pada remaja wanita pengguna aplikasi TikTok. Dalam pengumpulan sampel peneliti menggunakan teknik snowball sampling. Partisipan harus memenuhi kriteria yang ditentukan yaitu, 1) Remaja wanita berusia 10-22 tahun di Indonesia, 2) Telah dan sedang menggunakan aplikasi TikTok selama minimal 1 tahun, 3) Mengakses TikTok selama minimal 1 jam perhari, 4) Menonton konten *beauty, fashion* serta *healty lifestyle*.

Metode Pengumpulan Data

a. Self esteem

Self esteem diukur dengan Rosenberg *self esteem scale* (RSES) yang dikembangkan oleh Rosenberg. RSES terdiri dari 2 aspek dengan 10 item didalamnya. Pengukuran menggunakan Skala Likert dengan 4 pilihan jawaban yang dibedakan menjadi pernyataan *favourable* dan *unfavourable*, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 3.1 Blueprint skala Self Esteem

Aspek	Indikator	Item	Jumlah	
			Favo (+)	Unfavo(-)
Penerimaan Diri	Menerima diri apa adanya	6,7		2
	Memiliki rasa dihargai	2,8		2
	Memiliki rasa bermanfaat	10	9	2
Penghargaan diri	Melakukan apa yang orang lain dapat lakukan	1,4		2
	Memiliki keyakinan untuk berhasil		3,5	2
Total		7	3	10

b. Body Image

Skala *Body Image* dalam penelitian ini adalah Skala *Body Image* dari Cash (2002) yang memiliki 5 aspek. Kelima aspek tersebut adalah evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap tubuh, kecemasan untuk menjadi gemuk, serta pengkategorian tubuh. Skala Likert dalam pengukuran *Body Image* mempunyai 5 pilihan jawaban yang dibedakan menjadi pernyataan favourable dan unfavourable, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.2 Blueprint skala body image

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		Favo (+)	Unfavo(-)	
Evaluasi Penampilan	Perasaan individu berdasarkan hasil evaluasi diri maupun orang lain	3,5,9,12, 15	18, 19	7
Orientasi Penampilan	Perhatian serta usaha untuk meningkatkan penampilan	1, 2, 6, 7, 10, 13, 17, 21	11, 14, 16, 20	12
Kepuasan terhadap bagian tubuh	Perasaan individu mengenai bagian tubuh tertentu	23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32		10
Kecemasan untuk menjadi gemuk	Kecemasan terhadap kegemukan dan berat badan serta kecenderungan diet	4, 8, 22		3
Pengkategorian tubuh	Persepsi individu tentang berat badan, tinggi badan serta	33, 34		2

	kepuasan terhadapnya		
Total	28	6	34

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

a. Hasil Statistik Deskriptif

Melalui data yang diperoleh, *self esteem* dibagi menjadi 3 kategori, yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Berdasarkan hasil kategorisasi yang dapat dilihat melalui tabel menunjukkan bahwa 20 remaja wanita (11,9%) memiliki self esteem rendah, 105 remaja wanita (62,5%) memiliki self esteem sedang, dan 43 remaja wanita (25,5%) memiliki self esteem tinggi.

Tabel 4.2. Kategorisasi Skala Self-Esteem

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	$X < 14$	Rendah	20	11,9%
2	$14 \leq x < 20$	Sedang	105	62,5%
3	$20 \leq x$	Tinggi	43	25,5%
Total			168	100%

Berdasarkan tabel 4.2. menunjukkan bahwa 21 (12,5%) remaja wanita pengguna aplikasi TikTok memiliki body image negatif, 120 (71,4%) remaja wanita pengguna aplikasi TikTok memiliki body image sedang , sementara 27 (16%) remaja wanita pengguna aplikasi TikTok memiliki body image positif.

Tabel 4.3. Kategorisasi Skala Body Image

No	Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	$X < 67$	Rendah	21	12,5%
2	$67 \leq x < 89$	Sedang	120	71,4%
3	$89 \leq x$	Tinggi	27	16%
Total			168	100%

b. Hasil Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengujian normalitas, kedua variabel memiliki signifikansi sebesar 0,084 ($p>0,05$) Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel terdistribusi normal. Hasil tes disajikan melalui tabel 4.4.

Tabel 4.4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>Unstandardized Residual</i>		
N		168
Normal Parameters	Mean	,0000000
	Std. Deviation	8,99642731
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,042
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084

2. Uji linearitas

Berdasarkan hasil pengujian uji linieritas, diperoleh nilai F hitung sebesar 1,954 dengan hasil deviation from linearity sig. sebesar 0,028 ($p > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa antara *body image* dengan *self esteem* dikatakan linier.

Tabel 4.5. Hasil Uji Linearitas

<i>Anova Table</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Squares</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Body Image*</i>	<i>Between Groups</i>	7916,655	14	565,475	7,464	,000
<i>Self Esteem</i>	<i>Linearity</i>	5992,112	1	5992,112	79,090	,000
	<i>Deviation From Linearity</i>	1924,542	13	148,042	1,954	,028
<i>Within Groups</i>		11591,720	153	75,763		
Total		19508,375	167			

3.Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis korelasional, didapatkan hasil koefisien korelasi positif sebesar 0,554 dengan sig 0,000 ($p < 0,005$). Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara *self esteem* dengan *body image* dikatakan linier. Artinya *self esteem* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi *body image* pada remaja wanita pengguna aplikasi TikTok.

Tabel 4.6. Hasil Uji Hipotesis

<i>Correlations</i>		<i>Self Esteem</i>	<i>Body Image</i>
<i>Self Esteem</i>	Pearson Correlation	1	,554**
	Sig. (2-tailed)		,000

	N	168	168
	Pearson	,554**	1
Body Image	Corelation		
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	168	168

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *self esteem* dengan *body image* remaja wanita pengguna aplikasi TikTok. Hasil Uji Hipotesis pada penelitian ini sebesar 0,554 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,005$). Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat hubungan positif signifikan antara *self esteem* dan *body image*. Sehingga dapat diketahui bahwa semakin tinggi *self esteem* maka semakin positif *body image*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pop (2016) yang menyatakan bahwa *self esteem* memiliki hubungan dengan *body image* remaja.

Penelitian ini dilakukan pada 168 remaja wanita pengguna Aplikasi TikTok. Pada tabel 4.1. dapat dilihat bahwa seluruh partisipan telah memiliki TikTok selama lebih dari 1 tahun. Dalam tabel ini juga menunjukkan bahwa seluruh partisipan mengakses tiktok lebih dari 1 jam dalam sehari dan partisipan yang paling sering mengakses konten *beauty* sebanyak 87 partisipan, *fashion* sebanyak 46 partisipan, dan *healty lifestyle* sebanyak 35 partisipan. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa partisipan mengakses TikTok dengan cukup intens. TikTok merupakan media sosial yang didalamnya terdapat beraneka ragam konten visual, baik foto maupun video. Fardouly & Vartanian (2016) menyatakan bahwa paparan konten visual yang diposting pada platform media sosial dapat menyebabkan pengguna membandingkan penampilannya dengan pengguna yang lain. Hal ini menyebabkan efek negatif pada *body image*, khususnya selama masa remaja (Marengo, D 2018).

Body image didefinisikan Rombe (2014) sebagai perasaan positif atau negatif seseorang terhadap tubuhnya. Penilaian positif maksudnya yaitu individu mampu menghargai dan merasa puas dengan tubuh serta penampilannya. Sedangkan penilaian negatif maksudnya adalah adanya rasa tidak puas terhadap penampilan maupun bentuk tubuh. Dalam penelitian ini, mayoritas partisipan merasa tidak puas dengan dengan tubuh bagian bawah yang didalamnya meliputi pantat, kemudian disusul dengan ketidakpuasan pada tubuh bagian tengah yaitu perut, dan disusul dengan ketidakpuasan pada wajah. *Body image* partisipan dapat dilihat di tabel 4.3. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa 21 orang (12,5%) remaja wanita pengguna aplikasi TikTok memiliki *body image* negatif yang artinya partisipan menilai tubuh serta penampilannya negatif, kemudian dapat diketahui juga bahwa 120 orang (71,4%) remaja wanita pengguna aplikasi TikTok memiliki *body image* sedang, hal ini berarti partisipan menilai dirinya cukup. Sementara 27 orang (16%) remaja wanita pengguna aplikasi TikTok memiliki *body image positif* yang berarti 27 orang partisipan tersebut memandang tubuh dan penampilannya positif. *Body image* dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah *self esteem* (Meiliana, 2006). Selaras dengan pernyataan tersebut, penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif antara *self esteem* dan *body image*, dimana semakin tinggi *self esteem* maka semakin positif pula *body image*.

Sedikides dan Gress (2003) mendefinisikan *self esteem* sebagai penilaian individu terhadap keberhargaan dan kepercayaan dirinya. *Self esteem* dapat dilihat dalam tabel 4.2. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa 20 remaja wanita (11,9%) memiliki tingkat *self esteem* rendah yang artinya partisipan memiliki penghargaan diri yang rendah, kemudian 105 remaja wanita (62,5%) memiliki *self esteem* pada tingkat sedang yang berarti partisipan cukup menghargai dirinya, dan 43 remaja wanita (25,5%) memiliki *self esteem* tinggi yang artinya partisipan memiliki penghargaan tinggi terhadap dirinya.

Remaja wanita yang memiliki *self esteem* tinggi akan memiliki *body image* yang positif. Hurlock (dalam Mohammad Ali dan Mohammad Asrori, 2006: 10) menyatakan bahwa tugas perkembangan remaja berhubungan dengan penerimaan *body image*. Remaja yang tidak memiliki *body image* positif,

dapat mempengaruhi kepercayaan diri, perilaku diet hingga pola makan. Penelitian lain oleh Rombe (2013), menyatakan bahwa remaja dengan body image yang rendah akan merasa gelisah dan sulit untuk menerima dirinya sendiri sedangkan Priyatna (dalam Riskha dkk, 2019) berpendapat bahwa individu dengan *body image* yang positif cenderung memiliki kepuasan yang tinggi terhadap penampilannya serta dapat menghargai tubuhnya dan mampu menerima kekurangan tubuhnya.

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa *self esteem* memiliki hubungan dengan *body image* remaja pengguna aplikasi TikTok. Konten *beauty* yang paling sering diakses oleh remaja merupakan jenis konten yang berisi video tutorial *make up* hingga cara merawat wajah, beberapa konten *creator* sering kali menjadikan artis korea sebagai acuan standar wajah ideal, sehingga hingga tak jarang dapat menyebabkan munculnya rasa tidak puas pada penampilan wajah. Tak jauh berbeda dari konten *beauty*, konten *fashion* sering kali menampilkan *trend fashion* korea dengan model berbadan tinggi dan ramping membuat remaja yang memiliki bentuk badan tak sama merasa tidak puas terhadap penampilannya. Begitu juga dengan konten *healty lifestyle* yang tak jarang menunjukkan angka timbangan hingga pola diet ekstrim, salah satu diet ekstrim yang banyak dibicarakan adalah diet yang dilakukan oleh Jeon Somi seorang artis Korea, dalam metode diet ini ia hanya mengonsumsi pisang dan air putih untuk sarapan, makan siang, dan makan malam. Diet ekstrim beresiko dapat menyebabkan munculnya kecenderungan perilaku makan menyimpang seperti *anorexia nervosa* dan *bulimia nervosa* (Eprilia, 2022). Penelitian yang dilakukan Kusdemawati (2024) yang menyatakan bahwa remaja putri yang menonton konten *beauty* memiliki perhatian yang tinggi terhadap penampilannya, tak jarang mereka juga merasa tidak puas ketika membandingkan dirinya dengan konten *creator*.

Ketidakpuasan terhadap diri yang muncul pada remaja merupakan bentuk dari *body image* negatif karena *body image* yang negatif dapat mengakibatkan adanya perasaan kecewa terhadap diri sendiri hingga membentuk harga diri yang rendah. Pernyataan tersebut selaras dengan penelitian Solistiawati (2015) yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *body image* dan *self esteem*, yang berarti semakin positif *body image* semakin tinggi pula *self esteem*. Henggaryadi dan Faakhurrozi (dalam Sari, 2012) juga menjelaskan bahwa semakin individu merasa dirinya menarik maka semakin tinggi *self esteem* yang dimiliki. Berdasarkan uji korelasi dapat dilihat bahwa variabel *self esteem* memiliki sumbangan efektif terhadap *body image* sebesar 30,69%. Sehingga dapat diketahui 69,31% lainnya merupakan pengaruh dari faktor lain. Diantaranya yaitu budaya, siklus hidup, konsep diri, hingga dukungan sosial.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini yaitu belum mempertimbangkan dan membahas variabel lain yang mungkin mempengaruhi *body image* dan *self esteem* pada remaja wanita pengguna aplikasi TikTok.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *self esteem* dan *body image* remaja wanita pengguna aplikasi TikTok. Dimana semakin tinggi *self esteem* remaja wanita, maka semakin positif pula *body image* yang dimilikinya. Diketahui juga bahwa *self esteem* memiliki sumbangan efektif sebesar 30,69% terhadap *body image*.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan tentang hubungan *self esteem* dengan *body image* remaja wanita pengguna aplikasi TikTok, maka penulis mengajukan beberapa saran, diantaranya:

1. Bagi remaja wanita

Remaja wanita diharapkan mampu mengidentifikasi kembali informasi yang diperoleh dari media sosial karena tidak setiap informasi sesuai dengan dirinya. Selain itu disarankan pula untuk membatasi akses media sosial khususnya TikTok dengan mengaktifkan fitur *screen time reminder* yang telah tersedia untuk meminimalisir kemungkinan kecanduan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mendalami faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini misalnya, dukungan sosial, budaya, konsep diri atau faktor lain yang mempengaruhi *body image*.

Referensi :

- Azwar, S., & Psikologi, P. S. (2012). Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2021). Penyusunan skala psikologi (3 ed). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Álvarez-Pardo, S., De Paz, J. A., Montserrat Romero-Pérez, E., Portilla-Cueto, K. M., Horta-Gim, M. A., González-Bernal, J. J., Fernández-Solana, J., Mielgo-Ayuso, J., García-Valverde, A., & González-Santos, J. (2023). Factors Associated with Body Image and Self-Esteem in Mastectomized Breast Cancer Survivors. International Journal of Environmental Research and Public Health, 20(6). <https://doi.org/10.3390/ijerph20065154>
- D. P. R. Adawiyah, "Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang," Jurnal Komunikasi, vol. 14, no. 2, pp. 135-148, Oct. 2020, doi: 10.21107/ilkom.v14i2.7504
- Gross, J. J., & Levenson, R. W. (1993). Emotional suppression: Physiology, self-report, and expressive behavior. Journal Of Personality and Social Psychology, Vol. 64, No. 6, 970-986 Review of general psychology, 2(3), 271-299.
- Cash, T. F. (2012). Encyclopedia of body image and human appearance. Academic Press.
- Cash, T. F., Fleming, E. C., Alindogan, J., Steadman, L., & Whitehead, A. (2002). Beyond body image as a trait: The development and validation of the body image states scale. Eating Disorders, 10(2), 103-113. <https://doi.org/10.1080/10640260290081678>
- Chen, X., & Cheng, L. (2023). Emotional Intelligence and Creative Self-Efficacy among Gifted Children: Mediating Effect of Self-Esteem and Moderating Effect of Gender. Journal of Intelligence, 11(1), 17.
- Databoks. (2023). Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/24/pengguna-tiktok-di-indonesia-terbanyak-kedua-di-dunia-per-april-2023-nyaris-salip-as>
- Databoks. (2023). Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar Tiktok Usia Berapa Mereka?. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/27/kelompok-anak-muda-jadi-pengguna-terbesar-tiktok-usia-berapa-mereka>
- Eprillia, D. M. (2022). Hubungan Body Image dengan Perilaku Makan Menyimpang pada Remaja: Sebuah Literature Review. Jurnal Kesehatan Komunitas Indonesia, 18(2).
- Fadhillah, A. S. A., & Indrijati, H. (2022). Hubungan antara Self-Esteem dan Body Image Pada Remaja Akhir Perempuan Pengguna Instagram. Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental, 2(1), 201-211.
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. Current opinion in psychology, 9, 1-5.
- Farid, M., & Kamrani, M. A. (2016). The relationship between body image coping strategy and eating disorders among Iranian adolescent girls. Bali Medical Journal, 5(1), 17.w
- Franko, D. L., Keshaviah, A., Eddy, K. T., Krishna, M., Davis, M. C., Keel, P. K., & Herzog, D. B. (2013). A longitudinal investigation of mortality in anorexia nervosa and bulimia nervosa. American Journal of Psychiatry, 170(8), 917-925. <https://doi.org/10.1176/appi.ajp.2013.12070868>
- Ginee. (2021) Pengguna TikTok Indonesia Gempar, Potensi Cuan Menggelegar! <https://ginee.com/id/insights/pengguna-tiktok/>
- Handayani, P. (2017). Hubungan antara harga diri dengan presentasi diri pada pengguna instagram (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

- Hughes, E. K., & Gullone, E. (2011). Emotion regulation moderates relationships between body image concerns and psychological symptomatology. *Body image*, 8(3), 224-231.
- Hülsing, G. M. (2021). # Triggerwarning: Body Image: A qualitative study on the influences of TikTok consumption on the Body Image of adolescents (Bachelor's thesis, University of Twente).
- Kustiawan, W., Amelia, R. N., & Sugiarto, S. (2022). Dampak Media Sosial Tiktok terhadap perilaku remaja pada Era globalisasi. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2108-2115.
- Kominfo. (2023). Kementerian Komunikasi dan Informatika. Memenuhi Layanan Digital hingga Pelosok. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/49482/memenuhi-layanan-digital-hingga-pelosok/0/artikel#:~:text=Jumlah%20pengguna%20internet%20tersebut%20setara,yang%20sbesar%2077%2C02%20persen>.
- Kominfo. (2014). Kementerian Komunikasi dan Informatika. 98 persen anak dan remaja Tahu Internet. https://www.kominfo.go.id/index.php/content/detail/3836/98+Persen+Anak+dan+Remaja+Tahu+Internet/0/berita_satker
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A., & Settanni, M. (2018). Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. *Computers in Human Behavior*, 82, 63-69.
- Maulani, F. A. (2019). Body image dan tingkat kebahagiaan pada wanita dewasa awal. *Cognicia*, 7(3), 369-377.
- Mohammad Ali & Mohammad Asrori. (2006). Psikologi Remaja: Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Muth, J. L., & Cash, T. F. (1997). Body-Image Attitudes: What Difference Does Gender Make? 1. *Journal of applied social psychology*, 27(16), 1438-1452.
- Nasywa Alfiyyah, Hari Setyowibowo, & Purba, F. D. (2023). Gambaran Citra Tubuh Remaja Perempuan Indonesia. *Psyche 165 Journal*, 16(1), 14-19. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v16i1.222>
- Nurvita, V. (2014). Hubungan antara self-esteem dengan body image pada remaja awal yang mengalami obesitas (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Pop, C. (2016). Self-Esteem and Body Image Perception in a Sample of University Students. *Eurasian Journal of Educational Research*, 16(64), 31-44.
- Rahmania, P. N., & Yuniar, I. C. (2012). Hubungan antara self-esteem dengan kecenderungan body dysmorphic disorder pada remaja putri. *Jurnal psikologi klinis dan kesehatan mental*, 1(2), 110-117.
- Ridha, M. (2012). Hubungan antara body image dengan penerimaan diri pada mahasiswa Aceh di Yogyakarta. *Jurnal empathy*, 1(1), 111-121.
- Rombe, S. (2014) Hubungan body image dan kepercayaan diri siswa dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Journal Psikologi*, 2(1).
- Rozika, L. A., & Ramdhani, N. (2016). Hubungan antara harga diri dan body image dengan online self-presentation pada pengguna instagram. *Jurnal Psikologi UGM*, 2(3), 172-183.
- Ricciardelli, L. A., & Yager, Z. (2016). An Inordinate Emphasis On [Adolescent] Body Image".
- Sari, P. N. (2012). Hubungan Antara Body Image dan Self Esteem Pada Dewasa Awal Tuna Daksa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Surabaya*, 1(1). Fakultas Psikologi Universitas Surabaya. Surabaya.
- Sedikides, C. and Gress, A. P. (2003). Portraits of the self. In M. A. Hogg and J. Cooper (Eds.), *Sage handbook of social psychology* (pp. 110-138). London: Sage.
- Smolak, L. E., & Thompson, J. (2009). Body image, eating disorders, and obesity in youth: Assessment, prevention, and treatment (pp. xiii-389). American Psychological Association.
- Solistiawati, A., & Sitasari, N. W. (2015). Hubungan antara citra tubuh dengan harga diri remaja akhir putri (studi pada mahasiswa reguler Universitas Esa Unggul). *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 13(01), 126986.

- Suhardian, A. S. R., & Qodariah, S. (2022, July). Pengaruh Self Esteem terhadap Body Image Remaja Akhir Putri Pengguna Tiktok. In Bandung Conference Series: Psychology Science (Vol. 2, No. 2, pp. 221-228).
- Tafarodi, R. W., & Milne, A. B. (2002). Decomposing global self-esteem. *Journal of personality*, 70(4), 443-484.
- Tulachan, P., Lama, P. Y., Upadhyaya, S., Pant, S. B., Chapagai, M., & Dhungana, S. (2022). Translation, adaptation and validation of Nepali version of Rosenberg self esteem scale in adult Nepali population. *SSM-Mental Health*, 2, 100150.
- Vilca-Pareja, V., Luque Ruiz de Somocurcio, A., Delgado-Morales, R., & Medina Zeballos, L. (2022). Emotional intelligence, resilience, and self-esteem as predictors of satisfaction with life in university students. *International journal of environmental research and public health*, 19(24), 16548.
- Wood, C., Griffin, M., Barton, J., & Sandercock, G. (2021). Modification of the Rosenberg scale to assess self-esteem in children. *Frontiers in public health*, 9, 655892.
- Zhafirah, Samarah, and Adi Dinardinata. "Hubungan antara citra tubuh dengan harga diri pada siswi SMA Kesatrian 2 Semarang." *Jurnal Empati*