Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
5 (3) 2025, Page: 30550-30559

Perbedaan *Body Image* Dengan *Self-Esteem* Remaja Pengguna Tiktok Ditinjau Dari Jenis Kelamin

Rizki Wulandari[1], Najma Sana Nadhirah Hilman[2], S.Pd., M.Pd,
[1,2,]Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi, UNNES

Corresponding Author: Rizki Wulandari, e-mail: wulandarizki24@students.unnes.ac.id

Published: October , 2025

ABSTRAK

Masa remaja adalah periode peralihan dari anak-anak menuju dewasa dimana berbagai perubahan fisik dan psikologis mulai terjadi. Perubahan ini juga bisa berkembang pada *body image* dan *self- esteem* individu tersebut. Media sosial, khususnya aplikasi TikTok, turut memberikan pengaruh terhadap kedua aspek tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *body image* dan *self-esteem* remaja pengguna TikTok berdasarkan jenis kelamin pada dua sekolah yang berbeda. Menggunakan metode kuantitatif dengan desain komparatif. Populasi penelitian adalah siswa kelas X di dua SMA yaitu SMA Islam Al Azhar 14 dan SMA Negeri 14 Semarang, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Skala MBSRQ-AS dan *Rosenberg Self-Esteem Scale* digunakan untuk mengukur *body image* dan *self esteem* pada penelitian ini. Hasil menunjukkan terdapat perbedaan signifikan antara siswa laki-laki dan perempuan dalam hal *body image* dan *self- esteem* di kedua sekolah. Di SMA Islam Al Azhar 14, laki-laki memiliki *body image* dan *self-esteem* yang lebih tinggi dibandingkan perempuan. Sebaliknya, di SMA Negeri 14 Semarang, perempuan memiliki *body image* dan *self-esteem* yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh gender terhadap *body image* dan *self-esteem* pada remaja pengguna TikTok bergantung pada lingkungan sekolah.

Kata Kunci: Remaja, *Body Image, Self-Esteem,* Tiktok, Jenis Kelamin

ABSTRACT

Adolescence represents a critical transitional phase from childhood to adulthood, characterized by significant physical and psychological developments. These transformations may substantially influence an individual's body image and self-esteem. In this context, social media—particularly TikTok—has emerged as a notable factor shaping these psychological constructs. The present study aims to investigate gender-based differences in body image and self-esteem among adolescent TikTok users across two distinct educational institutions. Employing a quantitative approach with a comparative research design, the study involved tenth-grade students from SMA Islam Al Azhar 14 and SMA Negeri 14 Semarang, selected through purposive sampling. The Multidimensional Body- Self Relations Questionnaire–Appearance Scales (MBSRQ-AS) and the Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) were utilized as measurement instruments. The findings revealed statistically significant gender differences in both body image and self-esteem within each school. At SMA Islam Al Azhar 14, male students reported higher levels of body image and self-esteem compared to their female counterparts. Conversely, at SMA Negeri 14 Semarang, female students demonstrated superior scores on both variables. These results underscore the contextual nature of gender influences on body image and self-esteem among adolescent TikTok users, with the school environment serving as a moderating factor.

Keywords: Adolescents, Body Image, Self-Esteem, TikTok, Gender

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan fase transisi yang kompleks dari masa kanak-kanak menuju dewasa, ditandai dengan perubahan yang pesat dalam aspek fisik, hormonal, psikologis, dan sosial (Jose, 2010). Lebih lanjut (Jose, 2010) menekankan bahwa perubahan psikososial pada remaja terbagi menjadi tiga tahap, yaitu remaja awal (12–14 tahun), remaja pertengahan (15–

17 tahun), dan remaja akhir (18 tahun ke atas). Tugas perkembangan yang berhasil dicapai akan memberikan rasa puas dan kesiapan menjalani fase perkembangan berikutnya, sedangkan kegagalan dapat menimbulkan kecemasan, penolakan sosial, dan hambatan perkembangan di masa depan (Hurlock, 2005).

Perkembangan remaja tidak hanya menyangkut perubahan biologis, tetapi juga perubahan dalam cara mereka memandang diri sendiri, yang diwujudkan melalui *body image* dan *self-esteem*. Fatmawati (2017) menyebutkan bahwa perkembangan remaja mencakup aspek fisik, emosional, sosial, dan kognitif yang saling memengaruhi. Salah satu faktor eksternal yang semakin dominan dalam membentuk aspek tersebut adalah media sosial.

Platform media sosial yang sangat populer adalah TikTok. Sejak diluncurkan oleh ByteDance pada tahun 2016, TikTok telah berkembang menjadi fenomena global, termasuk di Indonesia. Data terbaru menunjukkan bahwa per Juli 2024, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, yaitu sebanyak 157,6 juta pengguna, melampaui Amerika Serikat yang memiliki 120,5 juta pengguna (Kompas, 2024). Mayoritas pengguna TikTok berada pada rentang usia 18–34 tahun, yang merupakan usia remaja akhir hingga dewasa muda (Garuda, 2024).

Meningkatnya penggunaan TikTok di kalangan remaja membawa dampak positif maupun negatif. Di satu sisi, TikTok dimanfaatkan sebagai media iklan dan promosi yang efektif dan efisien (Dewa & Safitri, 2021). Namun, di sisi lain, penggunaan yang intensif berisiko menimbulkan dampak psikologis seperti ketidakpuasan terhadap tubuh, perbandingan sosial, hingga rendahnya harga diri (*self-esteem*). Woods dan Scott (2020) menunjukkan bahwa remaja yang sering menggunakan media sosial cenderung memiliki harga diri yang rendah. Hal nyata terjadi pada penelitian Ana & Jusuf (2023) yang mengungkap remaja putri pengguna TikTok tertekan akan standar kecantikan ideal atau dikenal dengan *body image* yang ditampilkan dalam konten visual.

Konsep *body image* merujuk pada persepsi individu terhadap bentuk, berat, dan penampilan tubuhnya yang dipengaruhi oleh pandangan sosial dan media (Ifdil, 2015). Menurut Cash (2002) *body image* dapat bersifat positif maupun negatif. *Body image* positif ditandai dengan penerimaan yang realistis terhadap tubuh, rasa percaya diri, serta perilaku perawatan diri yang sehat. Sebaliknya, *body image* negatif mencerminkan ketidakpuasan terhadap tubuh, adanya distorsi persepsi terhadap penampilan fisik, dan perilaku yang berisiko bagi kesehatan. Thompson (2000) menyatakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi body image meliputi pengaruh berat badan dan persepsi gemuk atau kurus, budaya, siklus hidup, masa kehamilan, sosialisasi, konsep diri, peran gender, serta pengaruh distorsi citra tubuh pada individu. Sementara itu menurut Cash (1994) *body image* dipengaruhi oleh jenis kelamin, media massa, dan hubungan interpersonal. Penelitian menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara *body image* dan *self-esteem* (Christianti, 2020; Megumitama, 2019). Individu dengan *body image* positif cenderung memiliki *self- esteem* yang tinggi, dan sebaliknya. Remaja dengan citra tubuh positif akan menilai dirinya secara realistis dan cenderung memiliki *self-esteem* yang tinggi, sedangkan remaja dengan citra tubuh negatif cenderung tidak puas dan memiliki *self-esteem* rendah (Thompson, 2002). Maka *self-esteem* merupakan aspek penting dalam perkembangan pribadi yang menentukan bagaimana seseorang menilai, menghargai, dan menerima dirinya.

Sedangkan dalam konsep *self-esteem* menurut Rosenberg (1965), adalah sikap positif atau negatif yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri, bahwa harga-diri (*self-esteem*) yang tinggi mencerminkan kondisi pribadi positif, yang akan memunculkan sikap yang baik dalam berinteraksi dengan orang lain. Pendapat lain menyebutkan *self-esteem* mencakup perasaan menerima dan menghargai diri sendiri, berbeda dari rasa percaya diri berlebihan yang menjadi ciri individu narsistik (Ackerman et al., 2011). Pengukuran *self-esteem* dibedakan menjadi dua kategori, yaitu self-esteem tinggi, yang mencerminkan perasaan berharga, percaya diri, dan puas terhadap diri, serta *self-esteem* rendah, yang menggambarkan perasaan kurang berharga, tidak puas, atau rendah diri. (Rosernberg, 1965). Baik

laki-laki maupun perempuan cenderung mengalami peningkatan self-esteem dari masa remaja hingga usia paruh baya, kemudian mengalami penurunan pada usia lanjut (Erol & Orth, 2011). Faktor-faktor yang memengaruhi self-esteem meliputi pengalaman sosial awal seperti kasih sayang atau penolakan dari orang tua/wali, penilaian sosial dari lingkungan, keberhasilan dan kegagalan di bidang yang penting bagi individu, perbandingan sosial dengan teman sebaya atau figur panutan, serta kesesuaian identitas diri dengan nilai dan tujuan hidupnya (Rosenberg, 1965). Sedangkan menurut Coopersmith (1967), self-esteem dipengaruhi oleh pengalaman penerimaan atau penolakan dari orang signifikan, prestasi dalam bidang tertentu, nilai yang dianggap penting oleh individu, serta pengaruh dari figur yang dihormati atau diidolakan.

Beberapa penelitian membahas *body image* dan *self-esteem* yang didasarkan pada jenis kelamin. Hasilnya menunjukkan bahwa remaja laki-laki mengalami tekanan terhadap standar tubuh ideal yang berlaku di masyarakat. Remaja laki-laki cenderung memiliki *body image* yang lebih baik dibandingkan siswa perempuan (Thomas, 2004; Manatar et al. 2022; Eclesia dan Stefanus,2024). Namun, berbeda dengan penelitian sebelumnya, (Nariswari,2023; Annaya et al. 2022) justru menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam menilai *body image*, meskipun terdapat perbedaan pada aspek orientasi penampilan. Sebaliknya, belum banyak penelitian yang secara eksplisit membandingkan perbedaan *body image* dan *self esteem* berdasarkan jenis kelamin pada remaja pengguna TikTok di dua lingkungan sekolah yang berbeda. Oleh karena itu penelitian ini dilakuka dengan tujuan untuk menganalisis perbedaan *body image* dan *self-esteem* antara remaja laki-laki dan perempuan pengguna TikTok pada dua sekolah yang berbeda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai apakah jenis kelamin merupakan faktor yang memengaruhi *body image* dan *self-esteem*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merancang intervensi seperti psikoedukasi, konseling kelompok, pelatihan *self-acceptance* yang disesuaikan dengan karakteristik lingkungan siswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif komparatif yang bertujuan membandingkan *body image* dan *self-esteem* pengguna TikTok berdasarkan jenis kelamin pada dua sekolah yang berbeda. Populasi penelitian adalah siswa kelas X SMA Islam Al Azhar 14 dan SMA Negeri 14 Semarang. Kedua sekolah ini memiliki karakteristik yang berbeda. SMA Islam Al-Azhar merupakan sekolah swasta dengan siswa yang homogen baik dari segi latar belakang sosial ataupun agama. Mayoritas siswa pada sekolah tersebut berasal dari keluarga ekonomi menengah ke atas. Sementara itu, SMA Negeri 14 Semarang memiliki siswa yang lebih heterogen dalam latar belakang sosial, ras, dan agama, dengan dominasi keluarga berkemampuan ekonomi relatif terbatas. Fasilitas pendidikan di SMA Islam Al-Azhar 14 Semarang lebih lengkap dengan ligkungan belajar yang lebih kondusif. Sementara itu SMA Negeri 14 Semarang bergantung pada dana pemerintah dengan fasilitas cenderung kurang optimal dimana jumlah siswa per kelas rata-rata 36 siswa, sedangkan di SMA Islam Al-Azhar kurang dari 20 siswa.

Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu siswa kelas X yang berusia 15-17 tahun dan aktif menggunakan aplikasi TikTok. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 286 siswa, terdiri dari 124 siswa SMA Islam Al Azhar 14 dan 162 siswa SMA Negeri 14 Semarang.

Instrumen yang digunakan untuk mengetahui *body image* siswa adalah Skala *Body Image Multidimentional Body Self Relation Quesioner - Appearance Scales (MBSRQ-AS).* Instrumen *Body Image* ini dibuat berdasarkan 5 aspek yang dikemukakan oleh Cash (2002) yaitu, *Appearance Evaluation* (evaluasi penampilan), *Appearance Orientation* (orientasi penampilan), *Body Area Satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh), *Overweight Preoccupation* (kecemasan memiliki tubuh yang gemuk), *Self-Classified Weight* (pengkategorian ukuran tubuh). Sedangkan, instrumen yang digunakan untuk mengetahui *self- esteem* siswa adalah *Rosenberg Self Esteem Scale* (RSES). Kedua instrumen digunakan dengan penyesuaian akan kebutuhan penelitian. Hasil

uji validitas menunjukkan nilai 0,93 untuk skala *body image* dan 0,88 untuk skala *self-esteem*, yang juga menunjukkan reliabilitas tinggi. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0.70. (Creswell, 2018). Analisis data yang dilakukan menggunakan uji-t independen (*independent sample t-test*) untuk mengetahui perbedaan *body image* dan *self-esteem* antara laki-laki dan perempuan pada dua sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji normalitas dilakukan dengan uji *Mann-Whitney U* menunjukkan (P= 0.77>0.05) yang berarti data berdistribusi normal. Data memenuhi asumsi homogenitas dengan nilai signifikansi pada variabel *body image* adalah 0.219>0.05 dan *self esteem* adalah 0.289>0.05. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *body image* terhadap *self-esteem* (p=0.286) koefisien regresi -2.635 dan beta standar -0.071. Sedangkan *self-esteem* dan *body image* (p=0.148) dengan koefisien -1.489 dan beta -0.096. Karena p> 0.05 dan t hitung < t tabel, maka hubungan antar variabel dinyatakan tidak signifikan secara statistik.

INTENSITAS DAN PREFERENSI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Analisis data dilakukan untuk mengetahui preferensi penggunaan media sosial (TikTok atau Instagram) di kalangan siswa SMA berdasarkan jenis kelamin dan asal sekolah.

Tabel 1. Data pengguna media sosial

Asal Sekolah	Media social yang digunakan	Laki-laki N (%)	Perempuan N (%)	Total
SMA Islam AL-Azhar 14	TikTok	39 (62.9%)	46 (74.2%)	85 (68.5%)
	Instagram	23 (37.1%)	16 (25.8%)	39 (31.5%)
SMA Negeri 14 Semarang	Tiktok	57 (82.6%)	89 (95.7%)	146 (90.1%)
	Instagram	12 (17.4%)	4 (4.3%)	16 (9.9%)
Data gabungan dari dua sekolah	Tiktok	96 (73.3%)	135 (87.1%)	231 (80.8%)
	Instagram	35 (26.7%)	20 (12.9%)	55 (19.2%)

Analisis data dari kedua sekolah menunjukkan bahwa TikTok merupakan media sosial yang paling dominan digunakan oleh remaja, baik laki-laki maupun perempuan. Di SMA Islam Al-Azhar 14, sebanyak 68,5% responden memilih TikTok, sementara 31,5% memilih Instagram. Penggunaan TikTok lebih tinggi pada perempuan (74,2%) dibanding laki-laki (62,9%). Sementara itu, di SMA Negeri 14 Semarang, dominasi TikTok bahkan lebih kuat, dengan 90,1% responden menggunakan TikTok, dan hanya 9,9% menggunakan Instagram. Kelompok perempuan juga menunjukkan penggunaan lebih tinggi (95,7%) dibanding laki-laki (82,6%). Secara keseluruhan, dari 286 responden di kedua sekolah, sebanyak 231 orang (80,8%) menggunakan TikTok, dan 55 orang (19,2%) menggunakan Instagram. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, 73,3% responden laki-laki dan 87,1% responden perempuan lebih memilih TikTok. Hasil ini mengindikasikan bahwa TikTok adalah platform media sosial yang paling populer di kalangan remaja, terutama di kalangan perempuan, yang menunjukkan tingkat penggunaan lebih tinggi dibanding laki-laki di kedua sekolah. Menurut Perloff (2014), paparan media sosial seperti Instagram dan TikTok berperan besar dalam membentuk persepsi tubuh dan harga diri remaja, di mana perbandingan sosial dan internalisasi standar kecantikan seringkali menyebabkan ketidakpuasan terhadap tubuh dan menurunkan *self-esteem*.

Analisis data juga dilakukan untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial pada kedua seolah tersebut. Dari data kedua sekolah tersebut responden perempuan cenderung memiliki intensitas penggunaan media sosial lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki. Di SMA Islam Al-Azhar 14 proporsi remaja putri yang sering menggunakan media sosial 40%, hampir tiga kali lipat dibanding remaja laki-laki yang hanya 12%. Dilain sisi pada SMA Negeri 14 Semarang siswi perempuan menunjukkan sekitar 28% sering menggunakan media sosial, sedangkan siswa laki-laki hanya sekitar 15%. Hal ini didukung oleh temuan yang

menyatakan bahwa penggunaan media sosial secara adiktif lebih umum terjadi pada perempuan dibandingkan laki-laki (Griffiths et al., 2014)

Selanjutnya data tujuan penggunaan media sosial didapatkan hasil: Di SMA Islam Al-Azhar 14, siswa laki-laki paling banyak menggunakan media sosial untuk hiburan dan melihat konten *body image* (masing-masing 64,1%), sedangkan siswa perempuan dominan menggunakan media sosial untuk melihat konten body image (78,3%). Sementara itu, di SMA Negeri 14 Semarang, tujuan utama bagi siswa laki- laki adalah hiburan (80,7%) diikuti oleh konten *body image* (52,6%). Pada siswa perempuan, hiburan juga menjadi tujuan utama (80,9%), namun berbeda dari sekolah sebelumnya, tujuan kedua terbanyak adalah untuk belanja (53,9%). Secara umum, dapat disimpulkan bahwa hiburan adalah tujuan paling dominan bagi semua responden di kedua sekolah. Melihat konten terkait body image juga menempati posisi penting, terutama di kalangan siswa perempuan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Krause et al., (2019) yang menyatakan bahwa keterlibatan remaja dengan konten media sosial yang menampilkan body image, khususnya dalam bentuk foto, berkontribusi terhadap penurunan harga diri terkait penampilan selama masa transisi menuju remaja. Media sosial memungkinkan untuk berinteraksi dengan orang lain dimana individu dapat membagikan foto, memberi komentar, serta aktivitas lainnya yang cenderung berdampak lebih negatif terhadap persepsi diri dan harga diri terkait penampilan.

GAMBARAN *BODY IMAGE* DAN *SELF-ESTEEM*

Penyajian data ini bertujuan untuk melihat gambaran awal mengenai kecenderungan dua variabel sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 2. Statistik deskriptif

ASAL SEKOLAH	VARIABEL	N	MIN	MAX	MEAN	ST.DEVIATION
SMA Islam Al-azhar 14	Body Image	85	37	105	82.3176	20.16374
	Self Esteem	85	12	38	28.5412	7.94857
	Valid N	85				
SMA Negeri 14 Semarang	Body Image	146	32	94	61.8425	12.22416
	Self Esteem	146	10	33	19.0068	4.86436
	Valid N	146				

Rata-rata *body image* siswa Al-Azhar cukup tinggi (Mean = 82.32). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memiliki persepsi positif terhadap tubuhnya. *Self esteem* juga tinggi (Mean = 28.54), menandakan penghargaan diri yang baik. Nilai standar deviasi cukup besar, khususnya pada *body image* ($\pm$20), artinya persepsi siswa terhadap tubuh cukup bervariasi. Sedangkan rata-rata *body image* siswa SMA Negeri 14 Semarang lebih rendah (Mean=61.84). Ini mengindikasikan bahwa siswa SMA Negeri 14 Semarang cenderung memiliki persepsi rendah terhadap tubuhnya. *Self esteem* siswa SMA Negeri 14 Semarang juga jauh lebih rendah dibanding Al-Azhar yaitu (Mean=19.01). Standar deviasi lebih kecil dibandingkan Al-Azhar, artinya persepsi dan penghargaan diri siswa lebih seragam di sekolah ini, meskipun pada tingkat yang lebih rendah.

Kesimpulan yang dapat diambil dari data diatas adalah siswa SMA Al- Azhar cenderung memiliki *body image* dan *self esteem* yang lebih tinggi dibandingkan siswa SMA Negeri 14 Semarang. Nilai-nilai ini menunjukkan adanya perbedaan mencolok antar sekolah dalam hal persepsi diri dan penghargaan terhadap diri. Hal ini didukung oleh penelitian yang menyatakan individu dengan *self-esteem* rendah cenderung memandang media sosial sebagai ruang yang lebih aman untuk mengekspresikan diri dibandingkan dengan individu yang memiliki self-esteem tinggi (Forest & Wood, 2012).

PERBEDAAN *BODY IMAGE* DAN *SELF-ESTEEM*

Analisis uji T independent dilakukan untuk menguji perbedaaan body image dan self esteem antara siswa laki-laki dan perempuan gabungan dari dua sekolah.

Tabel 3. Hasil Uji T Independent Gabungan Dua Sekolah

Variabel	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std.Error Mean	Nilai Sig
Body Image	Laki-laki	96	70.92	21.741	2.219	0.00
	Perempuan	135	68.28	15.704	1.352	
Self-Esteem	Laki-laki	96	23.39	9.101	0.929	0.00
	Perempuan	135	21.90	6.481	0.558	

Berdasarkan hasil uji independent sample t-test terhadap seluruh responden dari SMA Al Azhar dan SMA Negeri 14 Semarang, dilakukan analisis perbedaan antara laki-laki dan perempuan pada dua variabel utama, yaitu *body image* dan *self esteem*. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, diperoleh rata-rata skor *body image* pada remaja laki-laki sebesar 70,92 (SD = 21,74) dan pada remaja perempuan sebesar 68,28 (SD = 17,35). Untuk *self-esteem*, rata-rata skor pada laki-laki adalah 23,39 (SD = 9,10) dan pada perempuan sebesar 21,90 (SD = 6,48).

Pada variabel *body image*, diperoleh nilai t sebesar 1,014 dengan signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,312. Nilai ini lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam hal *body image*. Pada variabel *self esteem*, diperoleh nilai t sebesar 1,374 dengan signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,171. Nilai ini juga lebih besar dari 0,05, sehingga tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam hal s*elf esteem*. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Nariswari dan Satiningsih,2023; Amalia dan Agustina,2025) yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan body image antara remaja laki-laki dan perempuan pada usia remaja awal. Hasil ini bertentangan dengan penelitian Chan H.W.A (2011) yang menyatakan bahwa siswa laki-laki umumnya memiliki self-esteem yang lebih tinggi dibandingkan siswa perempuan.

Analisis uji T independent dilakukan untuk menguji perbedaaan body image dan self esteem antara siswa laki-laki dan perempuan SMA Islam Al-Azhar 14.

Tabel 4. Hasil Uji T Independent SMA Islam Al-Azhar 14

Variabel	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Nilai Sig.
Body Image	Laki-laki	39	89.00	19.766	3.165	0.653
	Perempuan	46	76.65	18.908	2.788	
Self-Esteem	Laki-laki	39	31.51	7.532	1.206	0.720
	Perempuan	46	26.02	7.476	1.102	

Hasil analisis independent sample t-test di SMA Islam Al Azhar 14 menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan antara siswa laki-laki dan perempuan dalam hal *body image* dan *self-esteem*. Rata-rata skor *body image* siswa laki-laki (M = 89,00) lebih tinggi dibandingkan perempuan (M = 76,65), dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 ($p < 0,05$), yang menandakan perbedaan ini signifikan secara statistik maupun praktis. Begitu pula pada variabel *self-esteem,* siswa laki-laki memiliki rata-rata skor lebih tinggi (M = 31,51) dibandingkan siswa perempuan (M = 26,02), dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Kedua analisis menunjukkan bahwa laki-laki di SMA Islam Al-Azhar 14 Semarang cenderung memiliki *body image* positif dan *self-esteem* tinggi dibandingkan perempuan. Perbedaan ini dapat dipengaruhi oleh perbandingan sosial dengan teman sebaya dan pebedaan intensitas dalam penggunaan media sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian Orth dan Robins (2014) yang mengemukakan pentingnya hubungan interpersonal dalam perkembangan *self-esteem* sepanjang masa remaja. *Body image* dan *self-esteem* remaja merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor media, keluarga, teman sebaya, lingkungan sekolah, serta kondisi sosial ekonomi.

Analisis uji T independent dilakukan untuk menguji perbedaaan *body image* dan *self esteem* antara siswa laki-laki dan perempuan SMA Negeri 14 Semarang.

Tabel 5. Hasil Uji T Independent SMA Negeri 14 Semarang

Variabel	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	Nilai Sig.
Body Image	Laki-laki	57	58.54	12.378	1.640	0.432
	Perempuan	89	63.96	11.711	1.241	
Self esteem	Laki-laki	57	17.82	4.954	.656	0.318
	Perempuan	89	19.76	4.678	.496	

Berdasarkan hasil uji independent sample t-test di SMA Negeri 14 Semarang, ditemukan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara siswa laki- laki dan perempuan dalam hal *body image* dan *self-esteem*. Rata-rata skor *body image* siswa perempuan (M = 63,96) lebih tinggi dibandingkan laki-laki (M = 58,54), dengan nilai signifikansi 0,009 ($p < 0,05$), yang menunjukkan perbedaan signifikan secara statistik. Demikian pula pada *self-esteem*, siswa perempuan memiliki skor rata-rata lebih tinggi (M = 19,76) dibandingkan siswa laki-laki (M = 17,82), dengan nilai signifikansi 0,018 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa siswa perempuan di SMA Negeri 14 Semarang memiliki tingkat *body image* positif dan *self-esteem* tinggi secara signifikan dibandingkan siswa laki-laki. Temuan ini berbanding terbalik dengan hasil di SMA Al Azhar, sehingga menunjukkan bahwa pengaruh jenis kelamin terhadap *body image* dan *self-esteem* dapat bervariasi tergantung pada konteks lingkungan sekolah. Temua ini sejalan degan penelitian mengenai *body image* yang menunjukkan bahwa remaja perempuan di daerah Karawang memiliki *body image* yang positif. (Diana, E. K., Mubina, N., & Leometa, C. H. 2024).

Menurut teori *body image* dari Cash (2004), *body image* merupakan persepsi individu terhadap tubuhnya sendiri yang mencakup aspek kognitif, afektif, dan perilaku. Persepsi ini sangat dipengaruhi oleh faktor sosial, termasuk pengaruh teman sebaya dan media. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori tersebut, di mana pada SMA Al Azhar, laki-laki menunjukkan *body image* positif, sedangkan pada SMA Negeri 14 Semarang justru perempuan yang memiliki *body image* lebih positif. Pendapat tersebut juga sejalan dengan beberapa penelitian yang didapatkan hasil bahwa remaja laki-laki cenderung memiliki *body image* positif dibandingkan siswa perempuan (Thomas, 2004; Manatar et al. 2022; Eclesia dan Stefanus,2024).

Sedangkan dalam teori *self-esteem* menurut Rosenberg (1965), *self-esteem* adalah sikap positif atau negatif yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri. Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat *self-esteem* seseorang antara lain berasal dari pengalaman masa kecil, hubungan interpersonal, serta lingkungan sosial dan budaya tempat individu tumbuh dan berkembang. Dengan demikian, *self-esteem* tidak hanya merupakan konstruk psikologis individual, tetapi juga dipengaruhi oleh konteks sosial yang lebih luas (Rosenberg, 1965). *Self-esteem* terbentuk dari evaluasi individu terhadap kemampuan dan harga dirinya. Hasil penelitian ini mendukung teori tersebut, terutama dalam konteks SMA Islam Al-Azhar 14 Semarang, di mana laki-laki memiliki *self-esteem* lebih tinggi, yang kemungkinan dipengaruhi oleh persepsi positif terhadap tubuh mereka. Sementara itu di SMA Negeri 14 Semarang, siswa perempuan menunjukkan *self-esteem* yang lebih tinggi.

Perbedaan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini terjadi karena adanya faktor yang mempengaruhi seperti, jenis kelamin, lingkungan sosial, hubungan interpersonal, serta pengaruh teman sebaya dan media sosial yang berbeda-beda. Temuan ini sejalan dengan penelitian Orth dan Robins (2014) yang mengemukakan pentingnya hubungan interpersonal dalam perkembangan *self-esteem* sepanjang masa remaja. *Body image* dan *self-esteem* remaja merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor media, keluarga, teman sebaya, lingkungan

sekolah, serta kondisi sosial ekonomi. Pendapat lain juga menyebutkan *body image* dapat dipengaruhi oleh media sosial, tekanan sosial-budaya, stigma masyarakat terkait berat badan, standar kecantikan, dll. (Karimah, I.Sutata,B,P, & Hasanati,N.2024). Berbagai intervensi dapat dilakukan untuk menguatkan *body image* dan *self-esteem* salah satunya adalah dengan *Acceptance And Compliment Therapy* (ACT). (Utami, R. R., Iswinarti, I., & Djudiah, D. 2020). Intervensi yang mendukung penguatan *body image* positif dan *self-esteem* yang tinggi perlu disesuaikan dengan karakteristik dan budaya sekolah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai perbedaan *body image* dan *self-esteem* pada remaja pengguna TikTok ditinjau dari jenis kelamin pada SMA Islam Al Azhar 14 dan SMA Negeri 14 Semarang, dapat disimpulkan bahwa di SMA Islam Al Azhar 14, hasil analisis menunjukkan bahwa siswa laki- laki memiliki *body image* positif dan *self-esteem* lebih tinggi dibandingkan siswa perempuan. Sebaliknya, di SMA Negeri 14 Semarang, ditemukan bahwa siswa perempuan memiliki *body image* positif dan *self-esteem* lebih tinggi dibandingkan siswa laki-laki. Temuan ini menunjukkan bahwa *body image* dan *self-esteem* pada remaja pengguna TikTok tidak sama melainkan dapat berbeda disesuaikan dengan lingkungan sosial, hubungan interpersonal, serta pengaruh teman sebaya dan media sosial yang berbeda-beda. Untuk penelitian selanjutnya dapat mengkaji faktor lain seperti gabungan aspek ligkungan sosial dengan pengaruh teman sebaya, yang berpotensi memberikan kontribusi signifikan terhadap hasil yang diperoleh.

Sekolah dapat menyelenggarakan program edukasi, konseling, dan pendampingan psikologis untuk membantu siswa membangun *body image* positif dan *self-esteem* tinggi. Selain itu, orang tua diharapkan dapat memberikan dukungan emosional dan komunikasi yang baik kepada anak-anak mereka, terutama dalam menghadapi pengaruh media sosial seperti TikTok. Penelitian lanjutan dapat menggunakan metode campuran (*mixed methods*) agar memperoleh gambaran yang lebih mendalam, misalnya dengan wawancara atau diskusi kelompok terfokus (FGD) untuk mengetahui pengalaman subjektif remaja terkait *body image* dan *self-esteem*. Dengan demikian, hasil penelitian berikutnya diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan dapat dijadikan dasar intervensi yang lebih efektif bagi remaja pengguna media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Ackerman, R. A., Witt, E. A., Donnellan, M. B., Trzesniewski, K. H., Robins, R. W., & Kashy, D. A. (2011). What does the Narcissistic Personality Inventory really measure? Assessment, 18, 67–8

Al-Maida, I. D. (2024). Studi Komparasi antara *Body Image* Siswa Laki-Laki dan Siswa Perempuan Di Asrama (A Comparative Study Between the Body Image of Male and Female Students in Dormitories). Happiness: Journal of Psychology and Islamic Science, 8(1), 54–63. **https://doi.org/10.30762/happiness.v8i1.2443**

Ana, M. S., & Jusuf, I. (2023). Body image dan penggunaan media sosial TikTok pada remaja perempuan. *Jurnal Psikologi Sosial*, *21*(1), 34–42.

Annaya, Q. T., Syahrul, M., & Putri, D. F. (2022). Perbedaan body image remaja ditinjau dari jenis kelamin. Jurnal Psikologi Insight, 4(3), 221–230.

Cash, T. F. (1994). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. New York: Guilford Press.

Christianti, Y. A. (2020). Hubungan antara *self-esteem* dengan *body image* pada mahasiswi pengguna Instagram. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, *6*(1), 45–53.

Chan Huan Wen, A. (2011, March). A study of self-esteem among UTAR psychology students (Bachelor's thesis, Universiti Tunku Abdul Rahman). UTAR Institutional

Repository.
Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.). SAGE Publications.
Diana, E. K., Mubina, N., & Leometa, C. H. (2024), Kepercayaan Diri Pada Remaja Perempuan Pengguna Tiktok Ditinjau Dari Citra Tubuh. Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan (J-P3K), 5 (3): 648-657.
Dewa, G. A. A., & Safitri, A. R. (2021). Pengaruh TikTok sebagai media promosi digital terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *9*(2), 112–120.
Eclesia, C. D., & Stefanus, S. S. (2024). Body image pada remaja laki-laki pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi Remaja*, *12*(1), 67–76.
Erol, R. Y., & Orth, U. (2011). Self-esteem development from age 14 to 30 years: A longitudinal study. Journal of Personality and Social Psychology, 101, 607– 619.
Evelin, L. M., & Adishesa, M. (2020). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap harga diri remaja. *Jurnal Psikologi Insight*, *3*(1), 55–64.
Fatmawati, R. (2017). Perkembangan remaja dalam berbagai aspek kehidupan. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, *22*(3), 301–308.
Forest, A. L. & Wood, J. V. (2012). When social networking is not working: Individuals with low self-esteem recognize but do not reap the benefits of self- disclosure on Facebook. Psychological Science, 23, 295–302.
Garuda. (2024). Statistik pengguna TikTok Indonesia tahun 2024. *Garuda Digital Insights*. https://garuda.co.id/statistik-pengguna-tiktok-2024
Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction: An overview of preliminary findings. In K. P. Rosenberg and L. C. Feder (Eds.), Behavioral addictions: Criteria, evidence, and treatment, (pp. 119–41). London: Academic Press.
Hurlock, E. B. (2005). *Psikologi perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
Ifda, D. A. (2024). Perbedaan *body image* remaja berdasarkan jenis kelamin. *Jurnal Psikologi Humanis*,*8*(1), 52–60.
Ifdil. (2015). Konsep *body image* dalam psikologi klinis. *Jurnal Konseling dan Psikologi*, *4*(1), 78–84.
Jose, R. L. (2010). *Psikologi perkembangan remaja*. Jakarta: Gramedia Widiasarana.
Karimah, I., Sutata, B, P, m & Hasanati, N. (2024). Factors Affecting Body Image in Adulthood: ASystematic Review.Research Psychologie, Orientation et Conseil, 1(2), 97-104. https://doi.org/10.55849/rpoc.v1i2.965Published by:Yayasan Pedidikan Islam Daarut Thufulah
Kompas. (2024, Juli 17). Pengguna TikTok di Indonesia capai 157 juta, tertinggi didunia. https://www.kompas.com/tekno/read/2024/07/17/pengguna-tiktok- indonesia-terbesar
Krause, H. V., Baum, K., Baumann, A., & Krasnova, H. (2019). Unifying the detrimental and beneficial effects of social network site use on self-esteem: A systematic literature review. Media Psychology.
Manatar, T. P., Nasution, R. M., & Wibowo, A. (2022). Persepsi remaja laki-laki terhadap tubuh ideal. *Jurnal Psikologi Maskulinitas*, *5*(2), 130–140.
Megumitama, A. P. (2019). Hubungan antara *body image* dengan *self-esteem* pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Malang*,*10*(1), 44–53.
Nariswari, S. D., & Satiningsih, S. (2023). Perbedaan Body Image Ditinjau dari Jenis Kelamin pada Fase Perkembangan Remaja Awal. *Character Jurnal* Penelitian Psikologi, 10(2),364–374.

https://doi.org/10.26740/cjpp.v10i2.53869

Orth, U., & Robins, R. W. (2014). The development of self-esteem. Current Directions in Psychological Science, 23(5), 381–387.

https://doi.org/10.1177/0963721414547414

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. Sex Roles, 71(11-12), 363–377. https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6

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

Thomas, J. (2004). Gender differences in body image: A meta-analysis. *Journal of Psychology & Gender*, *6*(2),100–112.

Thompson, J. K. (2002). *The role of body image in adolescent psychological development*. New York: Psychology Press.

Utami, R. R., Iswinarti, I., & Djudiah, D. (2020). Membangun Body Image Melalui Acceptance and Commitment Therapy (ACT) pada Pasien Kanker Payudara. JIP (Jurnal Intervensi Psikologi), 12(1), 13–26.

https://doi.org/10.20885/intervensipsikologi.vol12.iss1.art2

Woods, H. C., & Scott, H. (2020). Social media use and adolescent sleep patterns: Cross-sectional findings from the UK. Journal of Adolescence, 83, 79–89