

PENGARUH *SELF-COMPASSION* TERHADAP *BODY SATISFACTION* PENGGUNA TIKTOK PADA REMAJA PEREMPUAN

Desnatalia Magdalena¹, Freddy Butarbutar²

¹Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia; desnatalia.magdalena@student.uhn.ac.id

²Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia; freddybutarbutar@uhn.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 2026-06-23

Revised 2026-07-23

Accepted 2026-08-14

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-compassion* terhadap *body satisfaction* di era tren kecantikan TikTok pada remaja perempuan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Subjek penelitian berjumlah 344 remaja perempuan berusia 15–19 tahun yang berdomisili di Kota Medan, mengikuti akun TikTok konten kecantikan, serta aktif menggunakan TikTok dalam keseharian. Responden memiliki karakteristik penggunaan TikTok mulai dari beberapa kali dalam seminggu hingga setiap hari, dengan durasi penggunaan terbanyak lebih dari 3 jam per hari. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala *self-compassion* dan *body satisfaction* yang telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-compassion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *body satisfaction* dengan nilai $F = 146,209$ dan $p < 0,05$. Nilai R sebesar 0,547 dan R^2 sebesar 0,299 menunjukkan bahwa *self-compassion* memberikan kontribusi sebesar 29,9% terhadap *body satisfaction*, sedangkan 70,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 45,605 + 0,990X$, yang menunjukkan bahwa peningkatan *self-compassion* diikuti oleh peningkatan *body satisfaction*. Dengan demikian, semakin tinggi *self-compassion* yang dimiliki remaja perempuan pengguna TikTok, semakin tinggi pula *body satisfaction* yang dirasakan.

Kata Kunci: Self-Compassion, Body Satisfaction, Remaja Perempuan, Tiktok, Tren Kecantikan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of *self-compassion* on *body satisfaction* among adolescent girls in the era of TikTok beauty trends. This study employed a quantitative approach using simple linear regression analysis. The participants consisted of 344 female adolescents aged 15–19 years residing in Medan who followed TikTok beauty-related content and actively used TikTok in their daily lives. The respondents' TikTok usage ranged from several times a week to daily use, with the most common usage duration being more than three hours per day. Data were collected using *self-compassion* and *body satisfaction* scales that met the validity and reliability criteria. The results showed that *self-compassion* had a positive and significant effect on *body satisfaction*, with an F -value of 146.209 and $p < 0.05$. The R -value of 0.547 and R^2 of 0.299 indicate that *self-compassion* contributed 29.9% to *body satisfaction*, while the remaining 70.1% was influenced by other factors not examined in this study. The regression equation was $\hat{Y} = 45.605 + 0.990X$, indicating that an increase in *self-compassion* was associated with an increase in *body satisfaction*. Thus, the higher the level of *self-compassion* among female adolescent TikTok users, the higher their level of *body satisfaction*.

Keyword: *Self-Compassion, Body Satisfaction, Female Adolescents, Tiktok, Beauty Trends*

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Amelia Marbun

Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

1. PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah memengaruhi cara remaja memandang diri dan penampilannya. Salah satu platform yang banyak digunakan adalah TikTok, yang menyediakan berbagai konten kecantikan seperti skincare, makeup, bentuk tubuh, dan standar penampilan ideal. Paparan terhadap konten tersebut dapat memengaruhi cara remaja perempuan mengevaluasi kondisi fisiknya. Dalam penelitian ini, TikTok tidak hanya menjadi latar belakang fenomena, tetapi menjadi konteks empiris, karena subjek penelitian secara khusus merupakan remaja perempuan berusia 15–19 tahun yang aktif menggunakan TikTok dan mengikuti konten kecantikan.

Paparan standar kecantikan di TikTok berkaitan dengan *body satisfaction*, yaitu evaluasi dan perasaan individu terhadap kondisi tubuh dan penampilannya. Remaja perempuan dapat mengalami ketidakpuasan ketika kondisi fisiknya dipersepsikan tidak sesuai dengan standar kecantikan yang ditampilkan di media sosial. Hal tersebut relevan dengan karakteristik responden penelitian, di mana sebagian besar menggunakan TikTok setiap hari selama 1–3 jam (35,5%) dan lebih dari 3 jam (37,8%).

Kendala tersebut cenderung lebih besar terjadi pada remaja perempuan. Perubahan fisik selama masa pubertas, seperti peningkatan lemak tubuh, sering kali dipersepsikan secara negatif karena bertentangan dengan standar sosial yang mengidealkan tubuh kurus dan ramping (Meitasya & Sugriyanti, 2023). Ketidaksesuaian antara perubahan tubuh alami dan standar kecantikan sosial menjadikan remaja perempuan lebih rentan mengalami tekanan psikologis yang signifikan (Ahmad & Kristiutami, 2020a).

Namun, respons remaja terhadap standar kecantikan tidak selalu sama. Salah satu faktor psikologis yang dapat berkaitan dengan kemampuan individu dalam menerima kondisi fisiknya adalah *self-compassion*. *self-compassion* mencerminkan kemampuan individu untuk memperlakukan diri dengan kebaikan, menerima ketidaksempurnaan, dan tidak memberikan kritik berlebihan terhadap diri sendiri. Oleh karena itu, *self-compassion* relevan dikaji dalam konteks *body satisfaction* pada remaja perempuan yang terpapar tren kecantikan TikTok.

Penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan positif antara *self-compassion* dan *body satisfaction* pada remaja. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa *self-compassion* berkaitan

dengan kemampuan remaja dalam menerima kekurangan dan ketidaksempurnaan diri. Meskipun demikian, penelitian mengenai kedua variabel tersebut masih perlu dikembangkan dalam konteks remaja perempuan pengguna TikTok yang mengikuti konten kecantikan, khususnya di Kota Medan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 57,8% responden memiliki *body satisfaction* pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa sebagian besar remaja perempuan tidak sepenuhnya menolak tubuhnya, tetapi juga belum mencapai kepuasan tubuh yang optimal. Kondisi tersebut memperlihatkan pentingnya faktor psikologis yang dapat membantu remaja menghadapi standar kecantikan yang berkembang di TikTok. Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada pengujian pengaruh *self-compassion* terhadap *body satisfaction* dengan tren kecantikan TikTok sebagai konteks empiris pada remaja perempuan pengguna TikTok di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-compassion* terhadap *body satisfaction* pada remaja perempuan di era tren kecantikan TikTok.

Tabel 1. Hasil Pra-Survei *body satisfaction*

No.	Pertanyaan	Respon Jawaban			
		SS	S	ST	STS
1.	Saya menyukai penampilan fisik saya secara keseluruhan.	20%	50%	23,3%	6,7%
2.	Saya merasa percaya diri dengan penampilan saya saat ini.	16,7%	46,7%	26,6%	10%
3.	Penampilan fisik adalah hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari.	40%	43,3%	13,3%	3,4%
4.	Saya menghabiskan waktu untuk merawat penampilan (seperti <i>skincare</i> , <i>makeup</i> , olahraga dll)	36,7%	46,7%	13,3%	3,3%
5.	Saya merasa puas dengan ukuran tubuh saya (berat dan tinggi badan).	13,3%	33,3%	36,7%	16,7%
6.	Saya merasa puas dengan kondisi kulit dan bentuk wajah saya saat ini.	10%	40%	33,3%	16,7%
7.	Saya sangat waspada terhadap timbunan lemak di tubuh saya.	43,3%	36,7%	13,3%	6,7%
8.	Saya merasa cemas jika berat badan saya naik.	40%	33,3%	20%	6,7%
9.	Saya merasa berat badan saya sudah ideal menurut penilaian saya sendiri.	16,7%	36,7%	30%	16,6%
10.	Saya menilai berat badan saya berada pada kategori yang sesuai dengan kondisi tubuh saya.	20%	40%	26,7%	13,3%

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa pada pernyataan pertama tentang menyukai penampilan fisik secara keseluruhan, sebagian besar responden berada pada kategori setuju. Sebanyak 15 orang (50%) setuju. Artinya, secara umum mereka cenderung menerima penampilan dirinya. Namun terdapat 7 orang (23,3%) yang tidak setuju dan 2 orang (6,7%)

sangat tidak setuju. Sehingga penerimaan tersebut tidak sepenuhnya merata. Pola yang hampir mirip terlihat pada rasa percaya diri 14 orang (46,7%) setuju bahwa mereka percaya diri dengan penampilan saat ini. Namun, 11 responden (26,6%) menunjukkan keraguan atau ketidaksetujuan. Ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas merasa cukup percaya diri, tetap ada kelompok yang belum sepenuhnya nyaman dengan dirinya. Namun, ketika ditanya apakah penampilan fisik sangat penting dalam kehidupan sehari-hari banyak responden yang setuju 12 orang (40%) sangat setuju dan 13 orang (43,3%) setuju. Hanya sedikit yang tidak setuju. Artinya, hampir seluruh responden menganggap penampilan sebagai aspek penting. Hal ini sejalan dengan pernyataan tentang waktu yang dihabiskan untuk merawat diri. Sebanyak 11 orang (36,7%) sangat setuju dan 14 orang (46,7%) setuju bahwa mereka memang meluangkan waktu untuk skincare, makeup, atau olahraga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penampilan memiliki nilai yang cukup utama dalam kehidupan sehari-hari.

TikTok dalam penelitian ini tidak hanya diposisikan sebagai latar belakang munculnya fenomena standar kecantikan, tetapi juga menjadi konteks empiris penelitian. Hal ini karena subjek penelitian secara khusus ditentukan sebagai remaja perempuan yang merupakan pengguna aktif media sosial TikTok dan mengikuti konten kecantikan yang terdapat pada platform tersebut. Pemilihan karakteristik tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa TikTok merupakan media sosial berbasis visual yang memungkinkan remaja perempuan terpapar secara berulang terhadap berbagai konten mengenai kecantikan, bentuk tubuh, perawatan diri, serta standar penampilan tertentu. Paparan tersebut dapat menjadi bagian dari pengalaman sosial yang berkaitan dengan bagaimana remaja perempuan mengevaluasi dan menilai tubuhnya. Oleh karena itu, penelitian mengenai *body satisfaction* dalam penelitian ini ditempatkan secara khusus dalam konteks penggunaan TikTok dan tren kecantikan yang berkembang di dalamnya, bukan semata-mata membahas kepuasan tubuh pada remaja perempuan secara umum.

Konteks penggunaan TikTok tersebut juga terlihat dari karakteristik responden penelitian. Dari 344 responden, sebanyak 30 responden (8,7%) menggunakan TikTok beberapa kali dalam seminggu, 62 responden (18,0%) menggunakan TikTok setiap hari kurang dari satu jam, 122 responden (35,5%) menggunakan TikTok setiap hari selama 1–3 jam, dan 130 responden (37,8%) menggunakan TikTok setiap hari lebih dari 3 jam. Data tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki keterlibatan yang cukup beragam dengan platform TikTok, sehingga penelitian ini tidak sekadar menggunakan TikTok sebagai fenomena yang disebutkan dalam judul, tetapi menempatkan pengalaman penggunaan TikTok sebagai konteks yang melekat pada karakteristik subjek penelitian.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan untuk memperoleh data numerik dan menguji secara empiris pengaruh *self-compassion* terhadap *body satisfaction* pada

remaja perempuan dalam konteks tren kecantikan TikTok. Analisis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan regresi linear sederhana, karena penelitian hanya melibatkan satu variabel prediktor, yaitu *self-compassion*, dan satu variabel terikat, yaitu *body satisfaction*.

Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan karakteristik atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Penggunaan teknik ini dipandang sesuai karena penelitian membutuhkan responden dengan pengalaman tertentu, yaitu remaja perempuan yang secara langsung berada dalam lingkungan penggunaan TikTok dan terpapar konten kecantikan. Kriteria responden dalam penelitian ini meliputi:

1. Perempuan berusia 15–19 Tahun
2. Berdomisili di Kota Medan
3. Aktif menggunakan TikTok
4. Mengikuti akun atau konten TikTok yang berkaitan dengan kecantikan, skincare, makeup, atau perawatan diri
5. Bersedia mengikuti penelitian dengan mengisi instrumen yang diberikan.

Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian memperoleh 348 responden pada tahap awal pengumpulan data. Selanjutnya, dilakukan pemeriksaan terhadap kelengkapan dan pola jawaban responden. Sebanyak empat data tidak digunakan karena menunjukkan pola jawaban yang tidak variatif, sehingga jumlah data yang dianalisis dalam penelitian ini menjadi 344 responden. Dengan demikian, analisis penelitian dilakukan berdasarkan data dari 344 remaja perempuan yang memenuhi kriteria penelitian.

Karakteristik penggunaan TikTok juga menjadi bagian penting dalam penelitian karena TikTok tidak hanya berfungsi sebagai latar belakang fenomena, tetapi sebagai konteks empiris penelitian. Berdasarkan data responden, sebanyak 30 orang (8,7%) menggunakan TikTok beberapa kali dalam seminggu, 62 orang (18,0%) menggunakan TikTok setiap hari dengan durasi kurang dari satu jam, 122 orang (35,5%) menggunakan TikTok setiap hari selama 1–3 jam, dan 130 orang (37,8%) menggunakan TikTok setiap hari selama lebih dari tiga jam. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan TikTok secara rutin dalam kehidupan sehari-hari.

Selain intensitas penggunaan, responden juga memiliki karakteristik berupa keterlibatan dengan konten kecantikan di TikTok. Responden dipersyaratkan mengikuti akun yang secara rutin mengunggah konten kecantikan, skincare, makeup, atau perawatan diri. Kriteria tersebut digunakan untuk memastikan bahwa subjek penelitian benar-benar berada dalam konteks paparan tren kecantikan TikTok yang menjadi fokus penelitian. Dengan demikian, pemilihan responden melalui purposive sampling memiliki keterkaitan langsung dengan variabel dan konteks penelitian, bukan sekadar berdasarkan kemudahan memperoleh responden.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala psikologis untuk mengukur dua variabel penelitian, yaitu *self-compassion* dan *body satisfaction*. Variabel *self-compassion* diukur berdasarkan tiga komponen, yaitu self-kindness, common humanity, dan mindfulness. Ketiga

komponen tersebut menggambarkan kemampuan individu dalam memperlakukan diri secara baik, memahami bahwa pengalaman sulit merupakan bagian dari pengalaman manusia, serta menghadapi pengalaman dan kekurangan diri secara sadar tanpa memberikan penilaian yang berlebihan.

Sementara itu, *body satisfaction* diukur berdasarkan aspek yang berkaitan dengan evaluasi individu terhadap kondisi fisik dan penampilannya. Pengukuran mencakup kepuasan terhadap penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, perhatian terhadap penampilan, kekhawatiran terhadap berat badan, dan persepsi terhadap berat badan. Instrumen penelitian juga disusun dalam konteks pengalaman responden sebagai pengguna TikTok, sehingga beberapa indikator berkaitan dengan standar kecantikan dan penampilan yang ditemukan pada konten TikTok.

Data penelitian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Teknik ini digunakan untuk mengetahui apakah *self-compassion* sebagai variabel bebas memiliki pengaruh terhadap *body satisfaction* sebagai variabel terikat. Analisis dilakukan dengan menguji nilai koefisien regresi, signifikansi model, nilai korelasi, serta koefisien determinasi. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi *self-compassion* dalam menjelaskan variasi *body satisfaction*, sedangkan nilai signifikansi digunakan untuk menentukan apakah pengaruh yang ditemukan secara statistik signifikan.

Sebelum analisis regresi dilakukan, data terlebih dahulu diperiksa melalui uji prasyarat analisis yang meliputi uji normalitas dan uji linearitas. Pengujian prasyarat dilakukan untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi yang diperlukan dalam penggunaan regresi linear sederhana. Setelah seluruh persyaratan terpenuhi, analisis regresi dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh *self-compassion* terhadap *body satisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan kepada Remaja Perempuan di Kota Medan yang merupakan pengguna aktif media sosial platform TikTok, sebagai sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 348 orang setelah dilakukan pemeriksaan data menjadi 344 orang. Berikut merupakan gambaran karakteristik sampel penelitian:

Karakteristik responden dalam kajian ini berdasarkan usia, yang di sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	N	Persentase (%)
15 Tahun	37	10,8%
16 Tahun	64	18,9%
17 Tahun	50	14,5%
18 Tahun	79	23,0%

Usia	N	Persentase (%)
19 Tahun	114	32,8%
Total	344	100%

Berdasarkan data yang disajikan, terlihat bahwa partisipan berusia 19 tahun berjumlah 114 orang dengan persentase sebanyak 32,8%, partisipan dengan usia 18 tahun berjumlah 79 orang dengan persentase 23,0%, partisipan dengan usia 16 tahun berjumlah 65 orang dengan persentase 18,9%, partisipan dengan usia 17 tahun berjumlah 50 orang dengan persentase 14,5%, dan partisipan dengan usia 15 tahun berjumlah 37 orang dengan persentase 10,8%. Berdasarkan hasil data, dapat disimpulkan bahwa mayoritas partisipan berada pada usia 18-19 tahun, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kelompok remaja akhir merupakan kelompok usia aktif menggunakan media sosial platform TikTok.

Karakteristik responden dalam kajian ini berdasarkan usia, yang di sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Subjek Penelitian Berdasarkan Domisili

Domisili	N	Persentase (%)
Medan Amplas	35	10,2%
Medan Area	15	4,4%
Medan Barat	7	2,0%
Medan Baru	13	3,8%
Medan Belawan	5	1,5%
Medan Deli	14	4,1%
Medan Denai	17	4,9%
Medan Helvetia	5	1,5%
Medan Johor	17	4,9%
Medan Kota	95	27,6%
Medan Labuhan	7	2,0%
Medan Maimun	7	2,0%
Medan Marelan	4	1,2%
Medan Perjuangan	21	6,1%
Medan Petisah	12	3,5%
Medan Polonia	5	1,5%
Medan Selayang	16	4,7%
Medan Sunggal	9	2,6%
Medan Tembung	10	2,9%
Medan Timur	20	5,8%
Medan Tuntungan	10	2,9%
Total	344	100%

Berdasarkan domisili responden, penelitian ini melibatkan remaja perempuan yang berasal dari 21 kecamatan di Kota Medan dengan jumlah responden sebanyak 344 orang. Tabel menunjukkan bahwa responden paling banyak berasal dari Kecamatan Medan Kota, yaitu sebanyak 95 orang (27,6%). Selanjutnya, responden yang berasal dari Kecamatan Medan Amplas berjumlah 35 orang (10,2%), diikuti Medan Perjuangan sebanyak 21 orang (6,1%), Medan Timur sebanyak 20 orang (5,8%), serta Medan Denai dan Medan Johor yang masing-

masing berjumlah 17 orang (4,9%). Sementara itu, Kecamatan Medan Selayang menyumbang 16 responden (4,7%), Medan Area 15 responden (4,4%), Medan Deli 14 responden (4,1%), dan Medan Baru 13 responden (3,8%).

Kecamatan Medan Petisah sebanyak 12 responden (3,5%), serta Medan Tuntungan dan Medan Tembung masing-masing berjumlah 10 responden (2,9%). Kecamatan Medan Sunggal menyumbang 9 responden (2,6%), sedangkan Medan Barat, Medan Labuhan, dan Medan Maimun masing-masing sebanyak 7 responden (2%). Adapun jumlah responden paling sedikit berasal dari Kecamatan Medan Helvetia, Medan Belawan, dan Medan Polonia yang masing-masing berjumlah 5 responden (1,5%), serta Kecamatan Medan Marelan sebanyak 4 responden (1,2%).

Perbedaan jumlah responden pada setiap kecamatan menunjukkan bahwa proses pengumpulan data menjangkau berbagai wilayah di Kota Medan, meskipun tingkat partisipasi pada masing-masing kecamatan tidak sama. Kondisi ini dipengaruhi oleh perbedaan jumlah remaja yang memenuhi kriteria penelitian dan tingkat kesediaan responden dalam mengisi kuesioner.

a) Intensitas mengakses konten kecantikan TikTok

Karakteristik responden dalam kajian ini berdasarkan Durasi Bermain TikTok, yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Subjek Penelitian Berdasarkan Durasi Bermain TikTok

Intensitas	N	Persentase (%)
Beberapa kali dalam seminggu	30	8,7%
Setiap hari, tapi kurang dari 1 jam	62	18,0%
Setiap hari, 1-3 jam	122	35,5%
Setiap hari, lebih dari 1-3 jam	130	37,8%
Total	344	100%

Berdasarkan kategori durasi penggunaan TikTok perhari, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini berjumlah 344 responden. Jika dikategorikan berdasarkan durasi penggunaan media sosial platform TikTok perhari, maka responden yang menggunakan TikTok beberapa kali dalam seminggu berjumlah 30 orang dengan persentase 8,7%, penggunaan setiap hari, namun kurang dari 1 jam berjumlah 62 orang dengan persentase 18%, penggunaan TikTok setiap hari 1-3 jam berjumlah 122 orang dengan persentase 35,5%, dan penggunaan setiap hari, lebih dari 1-3 jam sebanyak 130 orang dengan persentase 37,9%. Data memperlihatkan bahwa mayoritas responden menggunakan media sosial platform TikTok setiap hari dan lebih dari 1-3 jam perharinya.

b) Mengikuti akun TikTok berisi kontek kecantikan

Karakteristik responden dalam kajian ini berdasarkan Jumlah Akun yang Diikuti, yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Subjek Penelitian Berdasarkan Jumlah Akun yang Diikuti

Jumlah Akun TikTok	N	Persentase (%)
1	131	38,1%
2-4	154	44,8%

5	59	17,2%
Total	344	100%

Berdasarkan data yang disajikan, dapat diketahui bahwa jumlah akun TikTok kontek kecantikan yang diikuti oleh responden cukup bervariasi. Sebagian besar responden mengikuti 2-4 akun TikTok, yaitu sebanyak 154 orang dengan persentase 44,8%, selanjutnya terdapat 131 responden dengan persentase 38,1% yang hanya mengikuti 1 akun TikTok kecantikan. Sementara itu, responden yang mengikuti 5 akun TikTok berjumlah 59 orang dengan persentase 17,2% sehingga menjadi kelompok dengan jumlah paling sedikit. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak hanya mengikuti 1 akun konten kecantikan, namun mengikuti beberapa akun sekaligus. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memiliki paparan yang cukup beragam terhadap kontek kecantikan di TikTok dan memenuhi kriteria penelitian.

Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian terdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji one sample kolmogorov-smirnov test dengan bantuan SPSS versi 20. Berikut merupakan hasil uji normalitas untuk kedua variabel penelitian, yaitu *self-compassion* dan *body satisfaction*, dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	<i>Unstandardized Residual</i>	Keterangan
<i>Kolmogorof-Smirnov Z</i>	0,839	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,482	Berdistribusi Normal

Berdasarkan tabel 5, Hasil pengujian menunjukkan nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,839 dengan nilai signifikansi 0,482. Berdasarkan kriteria uji, jika nilai $q > 0,05$, data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil analisis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,482 ($q > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal secara statistik sehingga layak untuk digunakan dan asumsi terpenuhi.

UJI LINEARITAS

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui distribusi data penelitian memiliki pengaruh linear atau tidak. Uji linearitas ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20.

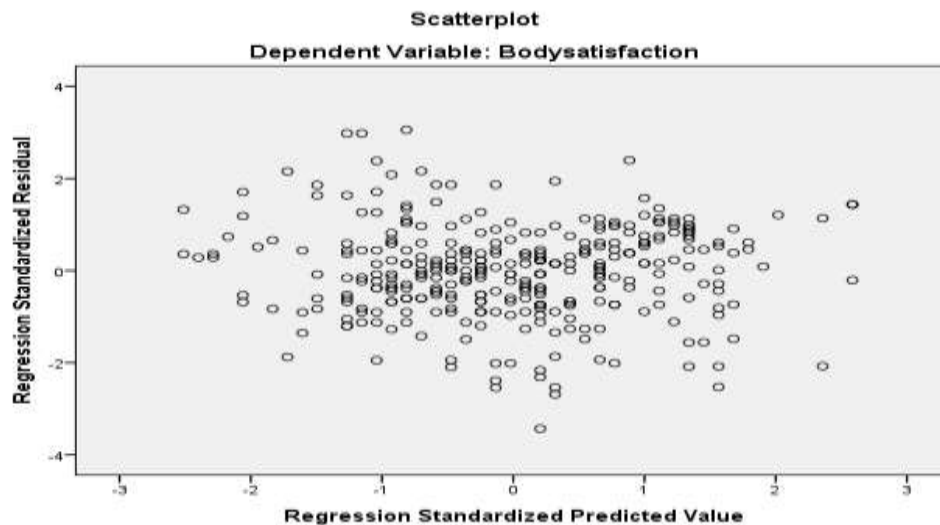
**Tabel 6. Hasil Uji Linearitas
ANOVA Table**

Variabel	Sig. Deviation from Linearity	Keterangan
<i>Body Satisfaction * self-compassion</i>	0,240	Linear

Berdasarkan tabel 6, hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara *self-compassion* dan *body satisfaction* memiliki nilai signifikansi pada komponen Linearity sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Selain itu, nilai Deviation from Linearity sebesar 0,240 ($p > 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat linear sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linear sederhana.

Uji Homoskedastisitas

Uji Homoskedastisitas dilakukan melalui pengamatan terhadap scatterplot antara standardized predicted value dan standardized residual.



Gambar 1. Scatterplot

Berdasarkan gambar 1, tersebut, titik-titik residual tampak menyebar secara acak di atas dan di bawah garis 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas atau teratur. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sehingga asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Outlier

Sebelum dilakukan analisis data, peneliti terlebih dahulu melakukan pemeriksaan terhadap data pencilan (outlier). Pemeriksaan dilakukan sebanyak tiga kali menggunakan nilai deskriptif dan nilai ekstrem. Pada pemeriksaan pertama terdapat beberapa responden yang memiliki skor sangat rendah sehingga memengaruhi distribusi data. Demikian, responden tersebut dikeluarkan dari analisis. Pemeriksaan kembali dilakukan hingga tidak ditemukan lagi data yang dianggap sebagai outlier. Setelah proses tersebut selesai, jumlah responden yang digunakan dalam analisis sebanyak 344 responden.

Uji Influntial Cases

Pemeriksaan influential cases dilakukan menggunakan nilai Cook's Distance. Hasil analisis menunjukkan nilai Cook's Distance maksimum sebesar 0,134 artinya berada jauh di ambang batas 1, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat data yang memberikan pengaruh berlebihan terhadap model regresi. Kemudian pada nilai standardized residual, yaitu berada di luar rentang -3 melebihi batas ambang kritis. Nilai leverage value dalam penelitian ini memiliki nilai maksimum sebesar 0,47 artinya, ada variasi data prediktor yang cukup jauh dari rata-rata, namun tidak sampai menimbulkan bias berbahaya karena nilai Cook's Distance.

Berdasarkan hasil pemeriksaan standardized residual, ditemukan nilai residual ekstrem (outlier) dengan nilai residual minimum mencapai -4.337, yang melampaui batas sebesar ± 3 . Sehingga untuk mencegah bias dan memastikan model regresi benar-benar akurat, maka data yang memiliki nilai standardized residual tersebut dikeluarkan dari analisis. Setelah

dilakukan penghapusan data, jumlah responden yang digunakan dalam analisis selanjutnya menjadi 344 responden. Hal ini dapat dijelaskan saat pengisian data, partisipan menjawab kuesioner monoton tidak terdapat jawaban variasi, yang mengindikasikan bahwa kuesioner tidak diisi dengan sungguh-sungguh.

Uji Hipotesis

Analisis hipotesis dilakukan menggunakan regresi linear sederhana dengan SPSS versi 20 untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana pengaruh *self-compassion* terhadap *body satisfaction* di era tren kecantikan TikTok pada remaja perempuan. Berdasarkan uji asumsi yang sudah dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa uji asumsi penelitian telah terpenuhi sehingga pengujian hipotesis dapat dilanjutkan menggunakan analisis regresi sederhana. Adapun hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel ringkasan berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Sederhana
ANOVA^a

Mode 1		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26211.687	1	26211.687	146.209	.000 ^b
	Residual	61312.406	342	179.276		
	Total	87524.093	343			

Berdasarkan tabel 7, di atas diperoleh nilai $F = 146.209$ dengan $p < 0,000$ di mana nilai signifikan tersebut lebih kecil dari $p < 0,05$. Dengan demikian dapat diartikan bahwa variabel *self-compassion* berpengaruh terhadap *body satisfaction* di era tren kecantikan tiktok pada remaja Perempuan. Maka dari itu, hipotesis alternatif pada penelitian ini dapat diterima, artinya ada pengaruh *self-compassion* terhadap *body satisfaction* di era tren kecantikan tiktok pada remaja Perempuan. Kemudian didapat hasil uji regresi sederhana pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Sederhana
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547 ^a	.299	.297	13.389

Berdasarkan tabel 8 di atas, hasil analisis regresi sederhana di peroleh nilai R sebesar 0,547. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *self-compassion* memiliki hubungan positif dengan *body satisfaction*. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,299. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *self-compassion* memiliki peranan sebesar 29,9% terhadap *body satisfaction*, sisanya 70,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Selanjutnya, koefisien regresi akan diuraikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Hasil Persamaan Uji Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	45.605	5.062		9.010	.000

<i>Self-compassion</i>	.990	.082	.547	12.092	.000
------------------------	------	------	------	--------	------

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penelitian diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (*body satisfaction*)

X = variabel independent (*self-compassion*)

a = konstanta

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 45.605 + 0,990X$$

Artinya, konstanta sebesar 45.605 menunjukkan bahwa nilai variabel *body satisfaction* ketika *self-compassion* bernilai 0. Selanjutnya, diperoleh nilai koefisien regresi variabel *self-compassion* sebesar 0,990. Dengan kata lain, jika *self-compassion* meningkat satu unit maka prediksi nilai *body satisfaction* akan bertambah. Nilai ini menggambarkan arah hubungan antara kedua variabel bersifat positif, yang berarti semakin tinggi *self-compassion* yang dimiliki remaja perempuan, maka semakin tinggi *body satisfaction* yang mereka rasakan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian hipotesis alternatif diterima, penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh *self-compassion* terhadap *body satisfaction* pada remaja perempuan di era tren kecantikan TikTok diterima.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-compassion* memberikan kontribusi sebesar 29,9% terhadap *body satisfaction*, sedangkan sebesar 70,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa *self-compassion* memiliki keterkaitan yang cukup berarti dengan *body satisfaction*, tetapi bukan merupakan satu-satunya faktor yang berkaitan dengan kepuasan tubuh pada remaja perempuan pengguna TikTok. Dengan demikian, *body satisfaction* perlu dipahami sebagai kondisi psikologis yang bersifat multidimensional dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan sosialnya.

Kontribusi sebesar 29,9% menunjukkan bahwa kemampuan remaja perempuan untuk memperlakukan diri dengan kebaikan, menerima ketidaksempurnaan, dan tidak memberikan kritik secara berlebihan terhadap diri sendiri dapat membantu menjelaskan sebagian variasi *body satisfaction*. Namun, proporsi sebesar 70,1% menunjukkan masih terdapat faktor lain yang berpotensi berhubungan dengan kepuasan tubuh. Dalam konteks penelitian ini, faktor tersebut dapat berkaitan dengan paparan media sosial, perbandingan sosial, internalisasi standar kecantikan, tekanan sosial terhadap penampilan, serta faktor psikologis dan karakteristik individu lainnya. Faktor-faktor tersebut tidak diukur dalam penelitian ini sehingga tidak dapat disimpulkan sebagai penyebab langsung, tetapi dapat menjadi kemungkinan yang perlu dikaji pada penelitian selanjutnya.

Temuan ini juga memperlihatkan bahwa penggunaan TikTok dan paparan terhadap tren kecantikan perlu dipahami secara lebih kompleks. Meskipun responden merupakan pengguna aktif TikTok dan mengikuti konten kecantikan, respons mereka terhadap standar

penampilan yang ditampilkan di media sosial dapat berbeda-beda. Kemampuan *self-compassion* dapat menjadi salah satu sumber daya psikologis yang membantu remaja menghadapi evaluasi terhadap tubuhnya, tetapi pengalaman sosial, pola penggunaan media sosial, dan cara individu memaknai konten kecantikan juga berpotensi berperan dalam membentuk *body satisfaction*.

Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak menunjukkan bahwa *self-compassion* merupakan faktor tunggal atau faktor yang paling dominan dalam menentukan *body satisfaction*. Hasil penelitian lebih tepat diinterpretasikan bahwa *self-compassion* merupakan salah satu faktor yang berkontribusi secara signifikan terhadap *body satisfaction*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh positif *self-compassion* terhadap *body satisfaction*, tetapi besarnya kontribusi yang belum mencapai 50% menunjukkan bahwa pemahaman mengenai kepuasan tubuh memerlukan pertimbangan terhadap faktor-faktor lain.

Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti perbandingan sosial, internalisasi standar kecantikan, intensitas penggunaan media sosial, paparan konten kecantikan, tekanan sosial terhadap penampilan, dan faktor psikologis lainnya, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan *body satisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *self-compassion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *body satisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok di Kota Medan. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa peningkatan *self-compassion* diikuti oleh peningkatan *body satisfaction*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemampuan individu untuk memperlakukan dirinya dengan kebaikan, memahami keterbatasan diri, dan menerima ketidaksempurnaan memiliki keterkaitan dengan bagaimana remaja perempuan mengevaluasi dan merasakan kepuasan terhadap tubuhnya.

Hasil penelitian menunjukkan nilai R sebesar 0,547 dan R^2 sebesar 0,299, yang berarti *self-compassion* memberikan kontribusi sebesar 29,9% terhadap variasi *body satisfaction*. Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa *self-compassion* merupakan salah satu faktor yang memiliki keterkaitan dengan *body satisfaction*, tetapi tidak dapat dipandang sebagai satu-satunya faktor yang menentukan kepuasan tubuh pada remaja perempuan pengguna TikTok. Sebesar 70,1% variasi *body satisfaction* berada di luar kontribusi variabel *self-compassion* dalam model penelitian ini. Dengan demikian, kepuasan tubuh merupakan kondisi yang kemungkinan berkaitan dengan berbagai faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Faktor lain yang belum diteliti dapat berasal dari aspek psikologis maupun lingkungan sosial individu, seperti perbandingan sosial, internalisasi standar kecantikan, karakteristik penggunaan media sosial, paparan terhadap konten tertentu, persepsi terhadap penampilan,

dukungan sosial, serta faktor individual lainnya. Namun, karena faktor-faktor tersebut tidak diukur dalam penelitian ini, penelitian ini tidak dapat menentukan sejauh mana masing-masing faktor tersebut berkontribusi terhadap *body satisfaction*. Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut lebih tepat dipandang sebagai kemungkinan yang dapat dikaji dalam penelitian selanjutnya, bukan sebagai faktor yang telah terbukti memengaruhi responden dalam penelitian ini.

Konteks TikTok dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden merupakan remaja perempuan yang aktif menggunakan TikTok dan mengikuti konten yang berkaitan dengan kecantikan, skincare, makeup, atau perawatan diri. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok sebagai konteks empiris penelitian dalam memahami *body satisfaction* pada kelompok responden yang diteliti. Namun, hasil penelitian ini tidak dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa seluruh responden mengalami tekanan standar kecantikan atau bahwa paparan TikTok secara langsung menyebabkan ketidakpuasan terhadap tubuh, karena tekanan standar kecantikan dan pengaruh paparan TikTok secara kausal tidak diukur secara langsung dalam penelitian ini.

Dengan demikian, hasil penelitian lebih tepat dimaknai bahwa *self-compassion* merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap *body satisfaction* pada remaja perempuan pengguna TikTok, dengan kontribusi sebesar 29,9%. Temuan ini memperkuat pentingnya mempertimbangkan aspek psikologis individu dalam memahami *body satisfaction*, sekaligus menunjukkan bahwa kepuasan tubuh tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu variabel. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain yang relevan dan menguji karakteristik penggunaan TikTok atau paparan konten kecantikan secara lebih spesifik agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan *body satisfaction* pada remaja perempuan.

REFERENSI

- Ahmad, S. N. A., & Kristiutami, A. (2020a). Celebrity worship and body image satisfaction: An analytical research among adolescents in Tangerang Indonesia. *Jurnal Aisyah : Jurnal Ilmu Kesehatan*, 5(1), 47–52. <https://doi.org/10.30604/jika.v5i1.254>
- Ahmad, S. N. A., & Kristiutami, A. (2020b). Celebrity worship and body image satisfaction: An analytical research among adolescents in Tangerang Indonesia. *Jurnal Aisyah : Jurnal Ilmu Kesehatan*, 5(1), 47–52. <https://doi.org/10.30604/jika.v5i1.254>
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas* (IV). Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2025, Agustus 27). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Provinsi Sumatera Utara*. https://webapi.bps.go.id/v1/api/interoperabilitas/datasource/simdasi/id/25/tahun/2025/id_tabel/YW40a21pdTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/wilayah/1200000/key/WebAPI_KEY
- Barnard, L. K., & Curry, J. F. (2011). *self-compassion: Conceptualizations, Correlates, & Interventions. Review of General Psychology*, 15(4), 289–303. <https://doi.org/10.1037/a0025754>

- Boraita, R. J., Alsina, D. A., Torres, J. M. D., & Y, E. G. I. (2021). Determinantes De La Satisfacción Corporal En Adolescentes De La Rioja. *Rev Esp Salud Pública*, 95(1), 1–12. www.mscbs.es/resp
- Bray, G. A. ., Bouchard, C., & James, W. P. T. . (2004). *Handbook of obesity: etiology and pathophysiology*. Marcel Dekker.
- Cash, T. F. (2000a). *The Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire*.
- Cash, T. F. (2000b). *The multidimensional body-self relations questionnaire users' manual (3rd rev. ed.)*. Old Dominion University.
- Cash, T. F. (2012). Cognitive-behavioral perspectives on body image In T. F. Cash (Ed.),. *Dalam Encyclopedia of body image and human appearance* (Vol. 1, hlm. 334–342). CA: Academic Press.
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. The Guilford Press.
- Dove. (2024, November 7). *Social media and body image: The stats*. <https://www.dove.com/us/en/campaigns/purpose/social-media-and-body-image.html>
- Ebrahim, S., & Tanner, M. (2023). *The Actualization of TikTok Affordances to Challenge Female Unrealistic Standards of Beauty* (C. Springer, Ed.; hlm. 417–430). 22 November 2023. https://doi.org/10.1007/978-3-031-48316-5_39
- Eisenberg, M. E., Neumark-Sztainer, D., & Paxton, S. J. (2006). Five-year change in *body satisfaction* among adolescents. *Journal of Psychosomatic Research*, 61(4), 521–527. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychores.2006.05.007>
- Fitriyah, L. N., & Laily, N. (2025). Self-Love Starts from the Body: The Effect of Body Image Satisfaction on Student Self-Acceptance Cinta Diri Dimulai dari Tubuh: Pengaruh Kepuasan Citra Tubuh terhadap Penerimaan Diri Mahasiswa. *Jurnal Imiah Psikologi*, 13(2), 149–158. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v13i2>
- Gantari, N. S., Nurmala, & Masyhadi, A. K. (2025). Hubungan Antara Physical Appearance Perfectionism Dan *body satisfaction* Pada Pengguna Tiktok. Dalam *Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: Kajian Empiris & Non-Empiris* (Vol. 11, Nomor 1).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Web Index. (2023). *Social media and body dissatisfaction: The impact of beauty and fashion content on adolescents*. Global Web Index Report . <https://www.gwi.com/reports/social>
- Grogan, S. (2021). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children (4th ed.)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003100041>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis*.
- Hevron, H., & Weinbach, N. (2024a). *self-compassion* and cognitive reappraisal restore female adolescents' *body satisfaction* and appreciation after appearance-related rumination. *Body Image*, 51, 101779. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101779>

- Hevron, H., & Weinbach, N. (2024b). *self-compassion* and cognitive reappraisal restore female adolescents' *body satisfaction* and appreciation after appearance-related rumination. *Body Image*, 51, 101779. <https://doi.org/10.1016/J.BODYIM.2024.101779>
- Holsen, I., Jones, D. C., & Birkeland, M. S. (2012). Body image satisfaction among Norwegian adolescents and young adults: A longitudinal study of the influence of interpersonal relationships and BMI. *Body Image*, 9(2), 201–208. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2012.01.006>
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (5 ed.). PENERBIT ERLANGGA.
- Indriyani, M., Razzaq, A., Yudistira Nugraha, M., & Raden Patah Palembang, U. (2025). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Citra Tubuh Ideal. *Jurnal Inovasi Karya Ilmiah Guru*, 5(1). <https://jurnalp4i.com/index.php/teacher>
- Jansen, P., Schroter, F. A., & Hofmann, P. (2022). Are explicit and implicit affective attitudes toward different body shape categories related to the own body-satisfaction in young women? The role of mindfulness, *self-compassion* and social media activity. *Psychological Research*, 86(3), 698–710. <https://doi.org/10.1007/s00426-021-01536-z>
- Khairani, A. P., Hannan, H., & Amalia, L. (2019). Pengembangan Alat Ukur Skala Citra Tubuh. *Proyeksi*, 14(2), 195. <https://doi.org/10.30659/jp.14.2.195-205>
- Kwon, Y. J., Kim, J.-H., & Kim, M. (2018). The Effects of a *self-compassion* Program on *body satisfaction*, Body Shame, Self-Esteem and Subjective Well-Being among Female University Students with Negative Body Image. *Stress*, 26(4), 296–304. <https://doi.org/10.17547/kjsr.2018.26.4.296>
- Marsela, R. , D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling
- Meitasya, B. K., & Sugiariyanti, *. (2023). Body Dissatisfaction in Overweight Adolescents: The Role of Self Compassion and Gender. *Developmental and Clinical Psychology*, (1), 29–36. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/dcp>
- Nahla, S., & Qudsyi, H. (2024). *self-compassion* and Body Image in Generation Z. *PSISULA : Prosiding Berkala Psikologi*, 6, 249.
- NEFF, K. D. (2003). The Development and Validation of a Scale to Measure *self-compassion*. *Self and Identity*, 2(3), 223–250. <https://doi.org/10.1080/15298860309027>
- Neff, K. D. (2023). *self-compassion*: Theory, Method, Research, and Intervention. *Annual Review of Psychology*, 74(1), 193–218. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-032420-031047>
- Neff, K. D., Kirkpatrick, K. L., & Rude, S. S. (2007). *self-compassion* and adaptive psychological functioning. *Journal of Research in Personality*, 41(1), 139–154. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2006.03.004>
- Pratiwi, S. B., & Koanda, N. (2025a). Gambaran Body Dissatisfaction pada Remaja Wanita Pengguna Media Sosial Tiktok di Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 5(1), 163–168. <https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5836>

- Pratiwi, S. B., & Koanda, N. (2025b). Gambaran Body Dissatisfaction pada Remaja Wanita Pengguna Media Sosial Tiktok di Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 5(1), 163–168. <https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5836>
- Pullmer, R., Coelho, J. S., & Zaitsoff, S. L. (2019). Kindness begins with yourself: The role of *self-compassion* in adolescent *body satisfaction* and eating pathology. *International Journal of Eating Disorders*, 52(7), 1–8. <https://doi.org/10.1002/eat.23081>
- Putri, N. S. A., & Astuti, N. W. (2023). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Body Image Pada Remaja Wanita. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 7(2), 496–506. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v7i2.19992.2023>
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja* (sebelas). Erlangga .
- Seekis, V., & Kennedy, R. (2023). The impact of #beauty and #self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, *self-compassion*, mood, and comparison processes. *Body Image*, 45, 117–125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.006>
- Setiyoningrum, S., & Larasati, B. S. (2025). Hubungan Antara Self Compassion dengan Body Image pada Remaja Pengguna Media Sosial di SMK X. *JIPSI Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(1), 1–18. <https://doi.org/10.37278/jipsi.v7i1.901>
- Stern, N. G., & Engeln, R. (2018). *self-compassionate* Writing Exercises Increase College Women's *body satisfaction*. *Psychology of Women Quarterly*, 42(3), 326–341. <https://doi.org/10.1177/0361684318773356>
- Sugiyono, P. D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (19 ed.). Alfabeta.
- Vizcaíno-Verdú, A., Feijoo, B., & Sádaba, C. (2025). Behind the Adolescent Filter: Unveiling the Connection Between Digital Body Image Edition, Satisfaction and Well-Being. *Atlantic Journal of Communication*, 33(4), 597–610. <https://doi.org/10.1080/15456870.2025.2470737>
- We Are Social, & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- World Health Organization. (t.t.). *Kesehatan remaja*. Diambil 25 Januari 2026, dari https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1
- Yunani, M., Ariyati, I., Hendar, K., Pardi, F., Dewi, E. P., & Maisuri, N. L. (2025). The Influence of TikTok Media Exposure on Body Image and Self-Esteem in Adolescents. *Berkala Ilmiah Pendidikan*, 5(1), 34–43. <https://doi.org/10.51214/bip.v5i1.1386>
- Zahra, D. A., & Hidayatulloh, Y. S. (2025). *self-compassion and Body Image: Efforts to Build Self-Acceptance Among Students*. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 13(4), 798–804. <https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v13i3>