

Hubungan Social Media Engagement aplikasi TikTok dengan Citra Tubuh Remaja Akhir = The Relationship between Social Media Engagement of TikTok Application and Body Image of Late Adolescent

Regita Indah Tiyasningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920531306&lokasi=lokal>

Abstrak

TikTok digunakan paling banyak oleh remaja akhir. Social Media Engagement (SME) aplikasi TikTok dianggap sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi citra tubuh remaja akhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan SME dengan citra tubuh remaja akhir pengguna TikTok. Penelitian menggunakan pendekatan Cross Sectional dan pengambilan sampel dengan teknik purposive sampling. Responden penelitian ini adalah remaja siswa SMA sebanyak 427 orang (Laki-laki $n=187$; Perempuan $n=240$). Instrumen yang digunakan adalah Social Media Engagement Questionnaire (SMEQ), Fear of Missing Out Scale (FoMOS), dan Body Shape Questionnaire (BSQ-34). Hasil penelitian sebagian besar menunjukkan SME aplikasi TikTok remaja akhir pada tingkat sedang dan citra tubuh remaja akhir yang positif. Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan adanya hubungan signifikan positif antara SME aplikasi TikTok dengan citra tubuh remaja akhir ($r=0,138$; $p=0,004$). Dari penelitian ini teridentifikasi jika SME aplikasi TikTok tinggi maka remaja akhir akan semakin merenungkan bentuk tubuhnya. Remaja akhir dapat membatasi diri dalam menggunakan TikTok sehingga tidak mengarah pada kecanduan dan internalisasi informasi yang tidak bertanggung jawab khususnya mengenai gambaran ideal tubuh.

.....TikTok is used mostly by late teens. Social Media Engagement (SME) of the TikTok application considered as one of the factors that can affect late adolescent body image. This study aims to determine the relationship between SME and the body image of the final adolescent users of TikTok. The research uses a cross sectional approach and the sample is taken using a purposive sampling technique. Respondents to this study were 427 young high school students (male $n = 187$; female $n = 240$). The instruments used were the Social Media Engagement Questionnaire (SMEQ), the Fear of Missing Out Scale (FoMOS), and the Body Shape Questionnaire (BSQ-34). The results of the study mostly show that the late adolescents of the TikTok application SME are at a moderate level and the body image of late adolescents is positive. The results of the Pearson correlation test showed that there was a positive significant relationship between SMEs in the TikTok application and late adolescent body image ($r=0.138$; $p=0,004$). From this study it was identified that if the SMEs of the TikTok application were high, then the late adolescents would increasingly reflect on their body shape. Late adolescents can limit themselves in using TikTok so that it does not lead to addiction and the internalization of irresponsible information, especially regarding the ideal body image.