



Dinamika Ekspresi Digital Dewasa Awal (Analisis Hubungan Citra Tubuh (*Body Image*) dan Presentasi Diri Online di Platform TikTok)

Hassya Maheswari^{1*}, Adi Fahrudin²

^{1,2}Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Esa Unggul, Indonesia

Email: hassyamaheswari531@student.esaunggul.ac.id¹, adi.fahrudin@esaunggul.ac.id²

*Penulis Korespondensi: hassyamaheswari531@student.esaunggul.ac.id

Abstract. *The presence of TikTok as a social media platform provides a space for emerging adults to engage in visual expression and self-impression management. This phenomenon prompted a study examining the relationship between body image and online self-presentation among emerging adult TikTok users in Bekasi City. This study utilized a quantitative approach with a non-experimental correlational design and a cross-sectional framework (one-shot study), where data collection was conducted at a single point in time via online questionnaires. The subjects of this study were emerging adults aged 18–25 residing in Bekasi City who actively use TikTok. The research instruments were measured using a body image scale and an online self-presentation scale. The results of the Spearman Rank correlation analysis indicated no significant relationship between body image and online self-presentation ($r = 0,059$, $p = 0,397$). This finding suggests that individuals' evaluation of their body image does not dictate how emerging adults present themselves on TikTok. The absence of a significant relationship is influenced by the content-centric ecosystem of TikTok (which emphasizes creativity and entertainment over mere physical aesthetics), the presence of editing features (beauty filters) serving as a psychological buffer, and the developmental focus of emerging adulthood that prioritizes identity exploration and social participation.*

Keywords: *Body Image; Digital Expression; Emerging Adults; Online Self-Presentation; TikTok.*

Abstrak. Kehadiran media sosial TikTok memberikan ruang bagi individu dewasa awal untuk melakukan ekspresi dan pengelolaan kesan diri secara visual. Fenomena ini mendorong dilakukannya penelitian yang menguji hubungan antara citra tubuh dengan presentasi diri online pada individu dewasa awal pengguna TikTok di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional non-eksperimental serta rancangan *cross-sectional (one-shot study)*, di mana pengambilan data dilakukan dalam satu kali waktu melalui penyebaran kuesioner *online*. Subjek dalam penelitian ini adalah individu dewasa awal berusia 18–25 tahun pengguna TikTok yang berdomisili di Kota Bekasi. Variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala citra tubuh dan skala presentasi diri online. Hasil analisis korelasi *Spearman Rank* menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara citra tubuh dengan presentasi diri online ($r = 0,059$, $p = 0,397$). Temuan ini mengindikasikan bahwa penilaian terhadap gambaran tubuh tidak menentukan bagaimana individu dewasa awal menampilkan dirinya di TikTok. Ketidadaan hubungan ini dipengaruhi oleh karakteristik ekosistem TikTok yang bersifat *content-centric* (berfokus pada kreativitas dan hiburan, bukan sekadar visual fisik), keberadaan fitur penyuntingan (*beauty filter*) sebagai penyangga psikologis, serta fokus perkembangan masa *emerging adulthood* yang lebih mendahulukan eksplorasi identitas dan partisipasi sosial.

Kata kunci: Citra Tubuh; Dewasa Awal; Ekspresi Digital; Presentasi Diri Online; TikTok.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu berinteraksi dan menjalani kehidupan sosial. Media sosial memudahkan komunikasi, pertukaran informasi, serta pembentukan relasi, termasuk pada kelompok dewasa awal yang menjadikannya bagian dari aktivitas sehari-hari. Menurut Arnett (2000), menyebut usia 18–25 tahun sebagai fase *emerging adulthood*, yang ditandai dengan eksplorasi identitas, pencarian jati diri, pembentukan relasi sosial, dan perkembangan kemandirian. Sementara itu, Santrock (2011), juga menjelaskan

orang-orang mulai beralih dari masa remaja menuju masa dewasa selama tahun-tahun awal masa dewasa.

Mengacu data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2026, mencatat bahwa tingkat akses terhadap platform TikTok pada individu yang berusia 18 hingga 25 tahun berada pada angka 31,8%. Ini menempatkan TikTok di posisi teratas dibandingkan dengan penggunaan media sosial lainnya. Dengan begitu, dapat dilihat bahwa kebanyakan individu dengan usia 18 hingga 25 tahun jauh lebih cenderung memilih TikTok untuk berinteraksi sehari-hari dibandingkan platform lainnya. TikTok menyediakan ruang bagi penggunaannya untuk membuat konten video berdurasi pendek, dengan rentang waktu sekitar 15 hingga 180 detik, yang dapat diedit menggunakan beragam fitur seperti filter, musik, dan efek pendukung lainnya (Khansa & Putri, 2022). Selain itu, individu juga cenderung mengikuti tren yang sedang populer untuk memperoleh *likes* dan respons dari pengguna lain melalui konten yang diunggah (Kusuma & Oktavianti, 2020). Demi terus mengikuti tren terkini dan tidak melewatkan momen-momen viral, orang-orang juga berpartisipasi dalam berbagai aktivitas di TikTok (Kholizha et al., 2024).

Pada fase *emerging adulthood*, individu masih berada dalam proses pencarian identitas dan cenderung memperhatikan penilaian sosial terhadap dirinya. Kondisi ini dapat mendorong individu untuk menyeleksi konten yang diunggah agar menampilkan penampilan terbaik. Tuntutan untuk membangun citra diri yang positif juga dapat menimbulkan kecemasan dan kehati-hatian sebelum mengunggah konten. Sejalan dengan itu, Yuliana et al. (2024) yang menemukan saat ini orang-orang merasakan tekanan yang luar biasa untuk mempertahankan citra diri daring yang ideal dan memenuhi standar tinggi yang ditetapkan oleh media sosial, yang dapat memicu kecemasan. Kondisi tersebut terjadi karena individu pada fase ini cenderung lebih memperhatikan bagaimana dirinya dipersepsikan oleh lingkungan sosial sehingga muncul keinginan untuk menampilkan citra diri yang positif.

Fenomena pengelolaan citra diri di media sosial berkaitan erat dengan presentasi diri online (*online self-presentation*), yaitu upaya individu menampilkan aspek tertentu dari dirinya melalui platform digital. Berbeda dengan *offline self-presentation* yang berlangsung secara langsung, presentasi diri online memberikan kontrol lebih besar karena individu dapat memilih, mengedit, dan mengatur konten sebelum dibagikan. Menurut Michikyan et al. (2014), mengidentifikasi beberapa bentuk presentasi diri online, yaitu *real self*, *ideal self*, *false self-deception*, *false self-exploration*, dan *false self-compare/impress*. Praktiknya dapat terlihat melalui pemilihan foto, video, profil, maupun bentuk pengungkapan diri lainnya untuk membentuk kesan tertentu (Anggariani, 2023).

Pada TikTok, proses tersebut dapat dipengaruhi oleh respons pengguna lain melalui *likes*, komentar, dan *shares*. Respons tersebut mendorong individu menyesuaikan cara menampilkan dirinya dengan harapan sosial dan tren yang berkembang. Dalam konteks ini, presentasi diri online merupakan proses pengelolaan kesan yang dilaksanakan secara sadar ataupun tidak sadar dalam memengaruhi persepsi orang lain terhadap dirinya (Umi Kulsum et al., 2024). Harga diri dan tingkat kepuasan seseorang terhadap penampilan fisiknya bisa terganggu ketika mereka membandingkan diri sendiri dengan tipe tubuh ideal yang ditampilkan di media sosial (Atiqah et al., 2025).

Representasi mental individu mengenai tubuh mereka, termasuk bagaimana tubuh tersebut terlihat, bagaimana perasaan mereka terhadap bentuk tubuhnya, serta kemampuan fisik tubuh mereka secara kolektif dikenal sebagai citra tubuh atau *body image*. Mengacu pada Cash & Pruzinsky (2002), terdapat lima komponen utama citra tubuh: penilaian terhadap berat badan sendiri, obsesi terhadap kelebihan berat badan, kepuasan terhadap bagian-bagian tubuh, orientasi terhadap penampilan, dan penilaian atas penampilan. Berbagai faktor, termasuk jenis kelamin, paparan media, dan interaksi antarpribadi, dapat memengaruhi citra tubuh seseorang (Cash & Pruzinsky, 2002).

Di kalangan remaja putri, Hanandha dan Kurniawan (2023) menemukan adanya korelasi yang kuat antara cara mereka menampilkan diri di Instagram dan citra tubuh mereka. Individu yang memiliki pandangan positif terhadap tubuhnya cenderung menampilkan diri secara autentik dan penuh percaya diri, sedangkan mereka yang memiliki pandangan negatif cenderung memanipulasi penampilan agar sesuai dengan norma media sosial. Studi lain yang oleh Febriani & Rahmasari (2022) menemukan pada remaja putri pengguna TikTok, terdapat korelasi yang kuat antara citra tubuh yang positif dan penerimaan diri. Kemampuan untuk menerima dan mencintai tubuh bergantung pada persepsi seseorang terhadap tubuhnya; sebaliknya, rendahnya rasa percaya diri, kebiasaan membandingkan diri dengan orang lain, serta ketidakpuasan terhadap tubuh dapat bermula dari persepsi yang keliru mengenai penampilan fisik. Tren "*body goals*" dan standar tubuh ideal yang terlihat di TikTok juga dapat memengaruhi persepsi seseorang terhadap penampilan mereka sendiri. Selanjutnya, penelitian lain yang dilakukan oleh Young et al. (2022) menunjukkan bahwa perempuan muda cenderung menampilkan "versi terbaik" dirinya di media sosial karena adanya kekhawatiran terhadap penilaian sosial dan tuntutan standar kecantikan. Perbandingan dengan tubuh ideal yang ditampilkan secara daring dapat memicu ketidakpuasan tubuh dan memengaruhi cara individu melakukan *self-presentation*.

Hasil penelitian terdahulu memperlihatkan bahwa persepsi individu terhadap tubuhnya berkaitan dengan cara menampilkan diri di sosial media. Maka dari itu, penelitian mengenai hubungan citra tubuh dan presentasi diri online pada pengguna TikTok dewasa awal penting dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan tersebut juga berlaku pada platform berbasis video dan kelompok dewasa awal, baik laki-laki maupun perempuan.

Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dari studi sebelumnya. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada Instagram dan remaja perempuan serta menghubungkan *body image* dengan variabel seperti *self-esteem*. Sementara itu, penelitian ini secara khusus mengkaji hubungan citra tubuh dengan presentasi diri online pada pengguna TikTok dewasa awal dengan melibatkan laki-laki dan perempuan. Kajian yang secara spesifik mengangkat kedua variabel tersebut pada pengguna TikTok dewasa awal juga masih terbatas, sehingga karakteristik platform dan subjek menjadi aspek kebaruan penelitian.

TikTok sebagai media sosial berbasis visual memungkinkan pengguna menampilkan penampilan, aktivitas, dan identitas melalui berbagai konten. Kondisi tersebut dapat meningkatkan perhatian terhadap penampilan fisik dan penilaian sosial, sehingga persepsi individu terhadap tubuhnya berpotensi memengaruhi cara melakukan presentasi diri online. Akibatnya, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman terkait keterkaitan citra tubuh dan perilaku menampilkan diri pada pengguna TikTok dewasa awal.

2. KAJIAN TEORITIS

Presentasi Diri Online (*Online Self-Presentation*)

Konsep presentasi diri pertama kali dikenalkan oleh Erving Goffman (1959) melalui pendekatan dramaturgi, yang mendefinisikan *self-presentation* sebagai upaya individu dalam mengelola kesan (*impression management*) dengan memainkan peran tertentu di panggung depan (*front stage*) saat berinteraksi sosial secara langsung. Selanjutnya, Jones dan Pittman (1982) memperluas pandangan tersebut dengan mengartikan *self-presentation* sebagai strategi perilaku yang digunakan individu untuk memengaruhi persepsi orang lain mengenai atribut, keahlian, atau citra dirinya melalui lima strategi utama (*ingratiation, intimidation, exemplification, self-promotion, dan supplication*).

Meskipun demikian, kedua teori klasik tersebut berfokus pada interaksi luring (*offline*) yang bersifat tatap muka dan spontan. Seiring hadirnya media sosial, konsep ini bertransformasi menjadi presentasi diri online. Perbedaan utamanya terletak pada kontrol diri dan ketersediaan waktu (*asynchronicity*), di mana individu dapat merencanakan, menyunting, dan memfilter aspek identitas yang ingin ditampilkan di dunia digital (Michikyan et al., 2014).

Berdasarkan konteks tersebut, Michikyan et al. (2014) mendefinisikan presentasi diri online (*Online self-presentation*) sebagai proses mengekspresikan dan mengelola berbagai dimensi identitas secara spesifik di media sosial.

Dengan mengacu pada pandangan para ahli yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini menggunakan gagasan mengenai presentasi diri online yang dikemukakan oleh Michikyan et al. (2014). Konsep ini merujuk pada upaya individu untuk menampilkan berbagai elemen identitas mereka di media sosial guna memproyeksikan citra tertentu selama interaksi daring.

Citra Tubuh (*Body Image*)

Citra tubuh (*body image*) telah dijelaskan oleh berbagai ahli sebagai bentuk penilaian individu terhadap tubuh dan penampilan fisiknya. Citra tubuh seseorang (*body image*) merupakan keseluruhan representasi mental mengenai diri mereka secara fisik, termasuk pandangan mereka terhadap daya tarik fisik, pendapat dan perasaan mengenai bentuk tubuh, serta pengetahuan tentang kemampuan dan fungsi tubuh (Cash dan Pruzinsky, 2002). Senada dengan hal tersebut, menurut Grogan (2016) citra tubuh seseorang (*body image*) mencakup gagasan, perasaan, dan persepsi mengenai tubuh mereka sendiri.

Sejalan dengan hal tersebut Smolak, Linda dan Thompson (2009) menjelaskan salah satu metode dalam mengukur citra tubuh adalah dengan melihat tingkat kepuasan seseorang terhadap penampilan fisik mereka secara keseluruhan atau terhadap bagian-bagian tubuh tertentu. Selain itu, variabel sosial dan budaya di lingkungan sekitar turut memengaruhi tingkat penerimaan diri seseorang terkait citra tubuhnya. Mereka juga menambahkan bahwa memiliki citra diri yang sehat yang memungkinkan seseorang untuk mencintai diri sendiri tanpa terikat oleh norma-norma budaya mengenai kecantikan merupakan hal yang lebih baik.

Penelitian ini mengacu pada pendapat para ahli tersebut dan menggunakan konsep citra tubuh (*body image*) yang dikemukakan oleh Cash & Pruzinsky (2002), untuk mengkaji bagaimana seseorang membayangkan diri mereka secara mental dalam kaitannya dengan atribut fisik yang mereka miliki.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional untuk mengetahui hubungan antara variabel citra tubuh dengan presentasi diri online (*Online Self-Presentation*) pada individu dewasa awal di TikTok. Menurut Creswell (2023), penelitian korelasional digunakan untuk membantu peneliti mengetahui pola hubungan antarvariabel serta memberikan gambaran awal yang dapat dijadikan dasar bagi penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat hubungan antara citra tubuh (*Body Image*)

(Variabel X) dengan presentasi diri online (*Online Self-Presentation*) (Variabel Y) pada individu dewasa awal di TikTok.

Menurut Creswell dan Creswell (2023), populasi suatu penelitian terdiri dari individu-individu yang memiliki karakteristik penentu yang sama. Peserta dalam penelitian ini adalah orang dewasa muda (berusia antara 18 hingga 25 tahun) dari Kota Bekasi yang menggunakan TikTok secara rutin. Karakteristik populasi penelitian dapat dipahami dengan baik melalui pemilihan sebagian anggota kelompok tersebut untuk dijadikan sebagai sampel (Creswell dan Creswell, 2023). Pada populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (*unknown/infinite population*), penentuan ukuran sampel tidak lagi didasarkan pada total populasi, melainkan pada kebutuhan analisis statistik agar dapat mendeteksi efek yang bermakna secara valid (Faul et al., 2007). Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel pada penelitian ini adalah menggunakan bantuan aplikasi *GPower* versi 3.1.9.7 dengan metode *a priori power analysis*. Berdasarkan hasil perhitungan aplikasi *GPower* tersebut, didapatkan nilai total sampel size sebesar 138 responden sebagai batas minimum.

Pada pengumpulan data, peneliti berhasil memperoleh responden sebesar 206 responden yang artinya telah melampaui jumlah sampel minimum yang dipersyaratkan. Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* sebagai strategi pengambilan sampelnya. Menurut Sugiyono (2023) *non-probability sampling* merupakan cara pemilihan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk menjadi bagian dari penelitian. Secara khusus, tujuan penelitian dicapai dengan menerapkan *purposive sampling*, yaitu metode yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya (Creswell dan Creswell, 2023).

Untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal, digunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal; sebaliknya, data tidak berdistribusi normal (Sugiyono, 2023).

Sugiyono (2023) menyatakan bahwa statistik deskriptif merupakan metode analisis data yang bertujuan memberikan gambaran rinci mengenai data yang telah dikumpulkan tanpa melakukan generalisasi atau inferensi yang luas. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran mengenai profil partisipan, yang mencakup usia, jenis kelamin, lokasi, dan durasi penggunaan TikTok.

Uji korelasi digunakan untuk mencari hubungan antara berbagai variabel. Untuk data yang berdistribusi normal ($p > 0,05$), uji korelasi Pearson Product Moment digunakan dalam analisis data penelitian ini. Sementara itu, uji korelasi Spearman Rank digunakan jika hasil

pengujian normalitas memperlihatkan data tidak berdistribusi normal ($p < 0,05$) (Sugiyono, 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah 206 dewasa awal Kota Bekasi yang aktif menggunakan TikTok. Data pendukung yang dikumpulkan meliputi jenis kelamin, usia, domisili kota Bekasi, beserta durasi penggunaan TikTok dalam sehari.

Tabel 1. Jenis Kelamin.

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	70	34%
Perempuan	136	66%
Total	206	100%

Berdasarkan hasil uji deskriptif pada tabel deskriptif jenis kelamin responden, dapat disimpulkan responden dengan jenis kelamin perempuan mempunyai jumlah terbanyak dengan berjumlah 136 responden (66%).

Tabel 2. Usia.

Usia	Jumlah	Persentase
18	16	7,8%
19	27	13,1%
20	18	8,7%
21	19	9,2%
22	64	31,1%
23	30	14,6%
24	16	7,8%
25	16	7,8%
Total	206	100%

Berdasarkan hasil uji deskriptif pada tabel deskriptif usia responden, dapat disimpulkan bahwa responden dengan usia 22 tahun memiliki jumlah terbanyak, yaitu 64 responden (31,1%).

Tabel 3. Domisili.

Domisili	Jumlah	Persentase
Bekasi Barat	54	26,2%
Bekasi Selatan	40	19,4%
Bekasi Timur	75	36,4%
Bekasi Utara	37	18%
Total	206	100%

Hasil uji deskriptif pada tabel deskriptif domisili responden, dapat disimpulkan bahwa responden yang berasal dari Bekasi Timur memiliki jumlah terbanyak, yaitu 75 responden (36,4%).

Tabel 4. Durasi Penggunaan Tiktok.

Durasi Penggunaan TikTok dalam sehari	Jumlah	Persentase
>7 jam	32	15,5%
1-2 jam	31	15%
3-4 jam	86	41,7%
5-6 jam	57	27,7%
Total	206	100%

Hasil uji deskriptif pada tabel deskriptif durasi penggunaan TikTok dalam sehari responden, dapat disimpulkan bahwa responden yang menggunakan TikTok dalam sehari lebih banyak di 3-4 jam, dengan memiliki jumlah 86 responden (41,7%).

Tabel 5. Analisis Deskriptif.

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Citra Tubuh	206	22	59	42.74	8.220
Presentasi Diri Online	206	33	84	61.43	10.673
Valid N	206				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap 206 responden ($N = 206$), variabel citra tubuh (X) mempunyai nilai minimum 22 dan nilai maksimum 59 dengan *mean* 42,74 ($SD = 8,220$), yang memperlihatkan tingkat citra tubuh responden secara umum berada pada kategori sedang dengan evaluasi fisik yang cukup seimbang. Sementara itu, variabel Presentasi Diri Online (Y) mempunyai nilai minimum 33 dan nilai maksimum 84 dengan *mean* 61,43 ($SD = 10,673$), yang mengindikasikan tingkat presentasi diri online responden juga tergolong kategori sedang, di mana responden cukup aktif menampilkan gambaran dirinya di TikTok. Karena nilai standar deviasi kedua variabel lebih kecil dari nilai rata-ratanya ($SD < Mean$), sebaran data penelitian ini tergolong homogen, stabil, dan tidak memiliki penyimpangan ekstrem.

Berikut ini merupakan hasil dari uji normalitas data dari variable Citra Tubuh dan Presentasi Diri Online, yang dapat dilihat pada tabel:

Tabel 6. Uji Normalitas.

	Citra Tubuh	Presentasi Diri Online
Kolmogorov-Smirnov Sig	<,001	<,001

Dari hasil uji normalitas yang menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*, memperlihatkan pada data variable citra tubuh dan presentasi diri online masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar $P < 0,001$. Karena nilai signifikansi kedua variabel tersebut lebih kecil dari 0,05 ($P < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data citra tubuh maupun presentasi diri online tidak berdistribusi normal.

Karena uji asumsi dasar tidak terpenuhi di mana uji normalitas memperlihatkan data tidak berdistribusi normal, akibatnya analisis hubungan menggunakan statistik *non parametrik* dengan *Spearman Rank* antara citra tubuh dengan presentasi diri online. Berdasarkan hasil

analisis pada tabel di bawah ini diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,059 dengan nilai signifikansi sebesar $p = 0,397$.

Tabel 7. Uji Korelasi Spearman Rank.	
Skor Korelasi Citra Tubuh dan Presentasi Diri Online	
Spearman's rho	0,059
Sig. (2-tailed)	0,397
N	206

Karena nilai signifikansi $p > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel citra tubuh dengan presentasi diri online.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis korelasi Spearman Rank yang telah dilakukan, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r = 0,059$ dengan nilai signifikansi $p = 0,397$ ($p > 0,05$). Nilai signifikansi yang berada di atas 0,05. Artinya, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara citra tubuh dengan presentasi diri online pada individu dewasa awal pengguna TikTok di Kota Bekasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi, penilaian, maupun tingkat kepuasan individu terhadap tubuhnya tidak menjadi penentu utama dari bagaimana mereka menampilkan diri (*online self-presentation*) di TikTok. Baik individu yang memiliki citra tubuh (*body image*) positif maupun negatif tetap dapat melakukan presentasi diri secara aktif tanpa dipengaruhi oleh kondisi fisik di dunia nyata.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan temuan penelitian internasional yang dilakukan oleh Young et al. (2022). Studi tersebut menemukan bahwa kekhawatiran terhadap citra tubuh (*body image*) dan penampilan fisik berpengaruh signifikan terhadap bagaimana individu membentuk dan memilih bentuk *self-presentation* mereka di sosial media. Lebih lanjut, hasil ini juga berbeda dengan kajian dari Cao (2025) yang menegaskan bahwa persepsi *body image* bertindak sebagai pendorong utama dalam perilaku presentasi diri online, di mana kecenderungan membandingkan tubuh mendorong individu untuk merekayasa atau membatasi penampilan diri mereka di ruang digital. Perbedaan hasil penelitian ini terjadi karena adanya variasi pada fokus platform dan dinamika interaksi penggunaannya. Penelitian-penelitian terdahulu umumnya mengamati perilaku di platform berbasis foto (*photo-centric*) seperti Instagram yang sangat menekankan estetika visual statis dan kurasi penampilan fisik. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada ekosistem TikTok yang bersifat *content-centric*. Pada TikTok, *self-presentation* lebih didorong oleh partisipasi dalam tren audio viral, keahlian menyunting video, kreativitas, dan humor. Alhasil, persepsi negatif maupun positif terhadap bentuk tubuh (*body image*) tidak lagi menjadi penentu utama bagi dewasa awal dalam mengekspresikan diri atau menampilkan personalisya secara daring di TikTok.

Ketiadaan hubungan yang signifikan antara citra tubuh dan presentasi diri online dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui beberapa kondisi nyata di lapangan serta karakteristik demografi responden. Pertama, analisis deskriptif menunjukkan bahwa durasi penggunaan TikTok terbanyak berada pada rentang 3-4 jam sehari (41,7%). Tingginya durasi penggunaan ini membuat interaksi pengguna di TikTok lebih digerakkan oleh dinamika tren, penggunaan audio viral, serta hiburan interaktif daripada sekadar unjuk penampilan fisik. Kedua, keberadaan teknologi digital seperti *beauty filter* dan berbagai fitur penyuntingan video di TikTok bertindak sebagai *psychological buffer* (penyangga psikologis). Fitur-fitur ini memungkinkan individu yang merasa kurang puas dengan penampilan fisiknya untuk menyamarkan kekurangan tersebut secara instan, sehingga penilaian negatif terhadap tubuh (*body dissatisfaction*) tidak membatasi keberanian mereka untuk mengunggah konten. Ketiga, dari data demografi usia yang didominasi oleh kelompok usia 22 tahun (31,1%) serta usia transisi *emerging adulthood* (18-25 tahun), fokus perkembangan individu berada pada tahap eksplorasi identitas, pencarian peran sosial, dan keinginan untuk terkoneksi dengan komunitas. Motivasi utama responden dalam ber-TikTok lebih didorong oleh keinginan dalam ikut serta dalam tren sosial yang ada di TikTok (*FOMO/Fear of Missing Out*) dan membangun jejaring pertemanan, sehingga isu *body image* tidak lagi menjadi pertimbangan utama ketika mereka ingin mempresentasikan dirinya secara *online*. Temuan ini menunjukkan adanya diferensiasi dari asumsi awal yang menduga bahwa citra tubuh menjadi salah satu dorongan utama presentasi diri online.

Dalam kerangka teori *emerging adulthood* oleh Arnett (2000), individu berusia 18-25 tahun berada pada fase perkembangan yang ditandai oleh *identity exploration*, *instability*, dan kecenderungan *self-focused*. Presentasi diri di dunia digital biasanya lebih berfungsi sebagai wadah fleksibel untuk mengeksplorasi ide, minat, dan identitas pribadi bukan sekadar ajang pamer fisik semata. Ketidadaan hubungan ini juga dapat dipahami melalui teori faktor *self-presentation* dari Jones dan Pittman (1982). Ketika pengguna TikTok melakukan *self-promotion* (keinginan untuk dihargai atas keahlian atau pengetahuan tertentu), *exemplification*, maupun *ingratiation*, fokus perhatian utama individu dan kreator lebih tertuju pada kompetensi, keunikan humor, ide kreatif, atau bakat visual daripada sekadar penampilan estetika tubuh. Hal ini sejalan dengan pandangan *body image* dari Cash & Pruzinsky (2002), fokus atau kepedulian seseorang terhadap penampilan fisiknya tidak selalu berbanding lurus dengan kemampuannya dalam bersosialisasi. Ketika media digital memberikan apresiasi pada keahlian dan kreativitas, persepsi tentang bentuk tubuh tidak lagi menjadi alasan utama seseorang untuk mengekspresikan dirinya di dunia maya.

Berdasarkan dinamika tersebut, presentasi diri online di TikTok tampaknya lebih cocok dihubungkan dengan variabel *self-esteem* (harga diri) dan *self-confidence* (kepercayaan diri) dibanding sekadar evaluasi tubuh fisik (*body image*). Sebagaimana ditunjukkan dalam penelitian Islami et al. (2022), serta Suryadi et al. (2023), dilihat bahwa individu yang memiliki tingkat harga diri dan kepercayaan diri yang baik cenderung lebih berani serta aktif melakukan presentasi diri online, tanpa bergantung pada apakah mereka merasa puas atau tidak terhadap bentuk fisiknya. Selain itu, ditinjau kembali dari faktor *self-presentation* oleh Jones dan Pittman (1982), dorongan *self-promotion* dan *ingratiation* pada platform TikTok lebih digerakkan oleh kebutuhan akan validasi sosial (*social validation*) berupa *likes*, *comments*, dan *shares*, bukan sekadar berfokus pada penampilan fisik. Di sisi lain, variabel citra tubuh pada individu dewasa awal pengguna media sosial sebenarnya lebih cocok dan erat kaitannya dengan variabel *social comparison* (perbandingan sosial) dan *self-acceptance* (penerimaan diri). Temuan ini relevan dengan penelitian Fatimah et al. (2024), serta Febriani & Rahmasari (2022), yang menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan individu terhadap tubuhnya lebih banyak dibentuk oleh sejauh mana ia membandingkan penampilannya dengan orang lain di media sosial serta sejauh mana tingkat penerimaan dirinya. Ketika individu mampu mencapai penerimaan diri yang baik (*self-acceptance*), persepsi negatif terhadap tubuh tidak lagi menjadi kendala yang menghambat mereka untuk berekspresi dan menampilkan identitasnya secara daring.

Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa temuan penelitian terdahulu yang mengkaji dinamika serupa pada kelompok dewasa awal. Penelitian oleh Manullang & Sokang (2025) dengan menguji korelasi antardimensi citra tubuh dengan presentasi diri online pada dewasa awal menunjukkan bahwa dari sembilan kombinasi dimensi yang diuji, mayoritas dimensi tidak memiliki hubungan yang signifikan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa persepsi kognitif maupun penilaian tubuh secara umum memang tidak serta-merta menentukan bagaimana individu dewasa awal mempresentasikan dirinya di media sosial. Temuan tersebut juga sejalan dengan temuan Hadinata et al. (2020), yang juga menemukan aktivitas pengunggahan foto atau *selfie* di media sosial tidak berhubungan secara langsung dengan kepuasan tubuh secara menyeluruh, melainkan hanya berkaitan secara terbatas pada area spesifik seperti wajah. Setelah itu, pada penelitian Islami et al. (2022) menunjukkan bahwa variabel psikologis internal seperti *self-esteem* memiliki peran yang jauh lebih nyata ($r = 0,430$) terhadap *self-presentation* pengguna TikTok dibanding sekadar faktor tampilan fisik. Selain itu, temuan dari Fatimah et al. (2024) menemukan bahwa presentasi diri di media sosial lebih

kuat dipengaruhi oleh bagaimana individu menyikapi perbandingan sosial (*social comparison*) dan mencari validasi lingkungan dibanding kondisi objektif *body image* individu itu sendiri.

Temuan ini mempertegas pentingnya memahami perbedaan karakteristik media sosial. Berbeda dengan platform berbasis foto (*photo-centric*) seperti Instagram yang sangat menekankan estetika visual statis dan kurasi penampilan tubuh seperti yang dijelaskan oleh Hanandha dan Kurniawan (2023) maupun Manullang dan Sokang (2025), TikTok memiliki karakteristik ekosistem yang bersifat *content-centric*. Di TikTok, algoritma *For You Page* (FYP) dan daya tarik konten lebih ditentukan oleh kreativitas, komedi, keahlian *editing*, penggunaan musik, serta partisipasi dalam tantangan (*challenge*) yang sedang tren. Kondisi tersebut sejalan dengan temuan Bhandari & Bimo (2022) yang menjelaskan presentasi diri di TikTok lebih terfokus pada eksplorasi kreativitas, partisipasi dalam tren audio viral, serta humor hiburan, sehingga pengguna merasa tidak perlu mengandalkan penampilan fisik untuk berekspresi. Pergeseran dari fokus "penampilan tubuh" (*appearance-focused*) menjadi "kreativitas isi konten" (*content-focused*) pada TikTok inilah yang menjadi *novelty* (kebaruan) dari penelitian ini. Penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa pada platform media sosial berbasis video pendek dan tren interaktif, *body image* tidak lagi menjadi *barrier* (penghambat) ataupun prediktor utama bagi individu dewasa awal untuk menampilkan citra dirinya di dunia maya.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara citra tubuh dan presentasi diri online pada individu dewasa awal pengguna TikTok di Kota Bekasi ($r = 0,059$; $p = 0,397$). Hasil ini memperlihatkan bahwa persepsi dan kepuasan individu terhadap kondisi fisiknya bukan faktor utama yang menentukan cara mereka menampilkan diri di TikTok. Baik individu dengan citra tubuh (*body image*) positif maupun negatif tetap dapat melakukan presentasi diri online (*online self-presentation*) secara aktif. Temuan tersebut dapat dikaitkan dengan karakteristik TikTok yang *content-centric*, sehingga daya tarik pengguna tidak hanya bergantung pada penampilan fisik, tetapi juga kreativitas, humor, tren, audio, dan kemampuan mengolah video.

Penelitian selanjutnya disarankan memperluas model penelitian dengan memasukkan variabel seperti *self-esteem*, *social validation*, dan FOMO. Studi komparatif antara platform *content-centric*, seperti TikTok dan YouTube Shorts, dengan platform *photo-centric*, seperti Instagram, juga dapat dilakukan untuk menguji pengaruh karakteristik platform terhadap presentasi diri online (*online self-presentation*). Peneliti selanjutnya disarankan menetapkan

karakteristik responden secara lebih spesifik, misalnya dengan memfokuskan penelitian pada *active content creators* atau berdasarkan frekuensi unggahan agar karakteristik sampel lebih homogen.

DAFTAR REFERENSI

- Anggariani, D. A. (2023). Self-Disclosure Pengguna Aplikasi Kencan Daring Bumble. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 14(2), 172. <https://doi.org/10.31506/jrk.v14i2.22954>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2026). Profil Internet Indonesia 2026: Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2026. In *SRA Consulting*.
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social Media. *Social Media and Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice*. The Guilford Press.
- Chandra Kusuma, D. N. S., & Oktavianti, R. (2020). Penggunaan Aplikasi Media Sosial Berbasis Audio Visual dalam Membentuk Konsep Diri (Studi Kasus Aplikasi Tiktok). *Koneksi*, 4(2), 372. <https://doi.org/10.24912/kn.v4i2.8214>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th editio). SAGE Publications.
- Erving Goffman. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
- Fatimah, E. S., Widiensyah, S., & Kuntari, S. (2024). Hubungan Perilaku Perbandingan Sosial dengan Presentasi Diri Siswa Pada Media Sosial Instagram di SMA Negeri 3 Kota Serang. *Pendidikan Tambusai*, 8, 47684–47695.
- Febriani, R. A., & Rahmasari, D. (2022). Hubungan Antara Body Image dengan Penerimaan Diri Pada Remaja Perempuan Pengguna TikTok. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 9(4), 55–68.
- Hadinata, C., Sahrani, R., & Basaria, D. (2020). Hubungan Self-Presentation Dengan Kepuasan Tubuh Remaja Pada SMP X. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 4(2), 474–483.
- Hanandha, T. S., & Kurniawan, A. (2023). Hubungan antara Body Image dengan Self-Presentation di Media Sosial Instagram pada Remaja Putri. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*.
- Islami, M. D., Merida, S. C., & Novianti, R. (2022). Harga Diri Dengan Presentasi Diri Pada Remaja Pengguna Tiktok. *Journal of Psychology Students*, 1(2), 67–76. <https://doi.org/10.15575/jops.v1i2.16718>
- Jones, Edward E. ; Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation.

- In J. Suls (Ed.), *Psychological Perspectives on the Self* (pp. 231–262). Lawrence Erlbaum Associates.
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133–141. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3939>
- Kholizha, N., Fahsyah, P. A., & Junaidi, A. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok. *Kiwari*, 4(1), 61–70.
- Manullang, D. P. L., & Sokang, Y. A. (2025). Citra Tubuh dan Presentasi Diri Online di Instagram: Dinamika Identitas Pada Dewasa Awal. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 710–719.
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2014). Can you guess who I am? Real, ideal, and false self-presentation on Facebook among emerging adults. *Emerging Adulthood*. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- Ria Yuliana, Suryani Suryani, D. S. (2024). Media Sosial Pemicu Ketidakstabilan Kecemasan Sosial Generasi Z (Usia Remaja). *Proceedings of PsychoNutrition Student Summit*, 01(1).
- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development (Perkembangan Masa Hidup)*. Erlangga.
- Sarah Grogan. (2016). *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children* (3rd Editio). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315681528>
- Sausan Thifaa Atiqah, Arie Gunawan H Zubair, & Tarmizi Thalib. (2025). Efek Perbandingan Sosial terhadap Ketidakpuasan Tubuh di Kalangan Remaja Perempuan Pengguna Instagram. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)*, 3(2), 01–12. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i2.2966>
- Smolak, Linda ; Thompson, J. K. (2009). *Body Image, Eating Disorders, and Obesity in Youth: Assessment, Prevention, and Treatment*. American Psychological Association.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Suryadi, P. M. R., Manangkot, M. V., Kamayani, M. O. A., & Yanti, N. P. E. D. (2023). Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan kepercayaan diri siswa. *Community of Publishing in Nursing (COPING)*, 11(4), 310–320.
- Umi Kulsum, Bukhori, I., & Winarsih, N. (2024). Analisis Self Presenting Remaja di Media Sosial. *Moderasi: Jurnal Studi Ilmu Pengetahuan Sosial*, 5(1), 20–34. <https://doi.org/10.24239/moderasi.vol5.iss1.222>
- Young, G., Smith, M., & Batten, J. (2022). “Social Media Makes It Inevitable to Feel Bad about Your Body”: Examining Self-Presentation and Body Image of Young Collegiate Females. *Youth*, 2(3), 217–235. <https://doi.org/10.3390/youth2030016>