

**HUBUNGAN ANTARA *GRATITUDE* DAN *SELF COMPASSION*  
DENGAN *BODY IMAGE* PADA DEWASA AWAL  
PENGGUNA TIKTOK**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk Memenuhi  
Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1)  
Psikologi (S. Psi)



**Oleh :**

Achiel Yahya

J91219083

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
UNIVERSITAS UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya menyatakan penelitian yang berjudul, “Hubungan Antara *Gratitude* dan *Self Compassion* Dengan Body Image Pada Dewasa Awal Pengguna TikTok” merupakan karya hasil penelitian yang diajukan untuk memenuhi tugas akhir perkuliahan guna memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini dalam pengetahuan penulis, tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang sama persis dengan karya ini, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebabkan dalam daftar pustaka.

Surabaya, 16 Januari 2023



Achiel Yahya

# HALAMAN PERSETUJUAN

## SKRIPSI

Hubungan Antara *Gratitude* dan *Self Compassion* Dengan *Body Image*  
Pada Dewasa Awal Pengguna TikTok

Oleh :

Achiel Yahya

J91219083

Telah Disetujui untuk diajukan pada Sidang Ujian Skripsi

Surabaya, 16 Januari 2023

Dosen Pembimbing



Dr. S. Khorriyatul Khotimah, M. Psi, Psikolog

NIP. 197711162008012018

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA *GRATITUDE* DAN *SELF COMPASSION* DENGAN *BODY IMAGE*  
PADA DEWASA AWAL PENGGUNA TIKTOK

Yang disusun oleh:

Achiel Yahya

J91219083

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Pada Tanggal 17 Januari 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan



Dr. phil. Khoirun Niam

NIP. 197007251996031004

Susunan Tim Penguji

Penguji I,

Prof. Dr. Moh. Sholeh, M. Pd

NIP. 195912091990021001

Penguji II,

Dr. S. Khorriyatul khotimah, M. Psi, Psikolog

NIP. 197711162008012018

Penguji III,

Ria Qadarrah Arief, M. Kes

NIP. 198703142014032001

Penguji IV,

Funsu Andjarna, M. Kes

NIP. 198710142014032002

## LEMBAR PERNYATAAN PERTUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

### LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Achiel Yahya  
NIM : J91219083  
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan kesehatan / Psikolog  
E-mail address : yahyaachiel@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Hubungan Antara Gratitude dan Self Compassion dengan Body Image Pada  
 Dewasa Awal Pengguna TikTok

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Januari 2023

Penulis

  
( Achiel Yahya )  
nama terang dan tanda tangan

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between Gratitude and Self Compassion on Body Image in Early Adult TikTok Users. This research is a quantitative research, with a correlational research type. The subjects of this study were active college students and undergraduate students at universities in Surabaya. The sample in this study was 250 respondents with a purposive sampling technique. Data collection techniques used the Multidimensional Body-Self Relation Questionnaire-Appearance Scale (MBSRQ-AS), The Gratitude Questionnaire (GQ-6), and the Self-Compassion Scale (SCS). Data analysis using Pearson Product Moment Correlation. The results of this study indicate that there is a positive significant relationship between gratitude and body image variables and self-compassion with body image. Apart from that, simultaneously the variables of gratitude and self-compassion have a significant relationship with body image in early adulthood TikTok users. Suggestions for future research are to use other variables in researching body image in early adulthood TikTok users, such as using an experimental methodology to measure the level of body image in early adulthood TikTok users and being able to find stronger correlations between variables, namely gratitude, self-compassion, and body image.*

**Keywords:** *Gratitude, Self Compassion, Body Image*

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERTUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Keaslian Penelitian .....	10
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
A. <i>Body Image</i> .....	15
B. <i>Gratitude</i> .....	20
C. <i>Self Compassion</i> .....	22
D. Kerangka Teori.....	27
E. Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Rancangan Penelitian.....	30

B. Identifikasi Variabel .....	30
C. Definisi Operasional .....	31
D. Populasi, Sample, dan Teknik Sampling .....	32
E. Instrumen Penelitian .....	33
F. Analisis Data.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Hasil Penelitian .....	46
B. Pengujian Hipotesis .....	67
C. Pembahasan .....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>87</b>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Blue Print The Multidimensional Body-Self Relation Questionnaire-Appearance Scale (MBSRQ-AS) .....	34
Tabel 2. Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel Body Image .....	34
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Body Image .....	35
Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas Body Image .....	36
Tabel 5. Blue Print Gratitude Questionnaire (GQ-6).....	38
Tabel 6. Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel Gratitude .....	38
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Gratitude .....	39
Tabel 8. Hasil Uji Reabilitas Gratitude .....	39
Tabel 9. Blue Print Self Compassion Scale (SCS) .....	41
Tabel 10. Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel Self Compassion .....	41
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Self Compassion.....	42
Tabel 12. Hasil Uji Reabilitas Self Compassion .....	43
Tabel 13. Interpretasi Koefisien Korelasi Pearson .....	44
Tabel 14. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 15. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 16. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Semester .....	48
Tabel 17. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Kategori Pengguna ....	49
Tabel 18. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Lama Pengguna .....	50
Tabel 19. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Waktu Penggunaan ....	50
Tabel 20. Deskripsi Statistik.....	51
Tabel 21. Rumus Kategori.....	52
Tabel 22. Mean dan Standar Deviasi .....	53
Tabel 23. Kategorisasi variabel Gratitude.....	53
Tabel 24. Kategorisasi variabel Self Compassion .....	54
Tabel 25. Kategorisasi variabel Body Image .....	54
Tabel 26. Hasil Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Gratitude.....	55
Tabel 27. Hasil Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Self Compassion	55
Tabel 28. Hasil Silang Tabulasi Jenis Kelamin dengan Body Image .....	56
Tabel 29. Hasil Tabulasi Silang Usia dengan Gratitude .....	57

Tabel 30. Hasil Tabulasi Silang Usia dengan Self Compassion .....	57
Tabel 31. Hasil Tabulasi Silang Usia dengan Body Image .....	58
Tabel 32. Hasil Tabulasi Silang Semester dengan Gratitude .....	59
Tabel 33. Hasil Tabulasi Silang Semester dengan Self Compassion .....	60
Tabel 34 . Hasil Tabulasi Silang Semester dengan Body Image .....	61
Tabel 35. Hasil Tabulasi Silang Kategori Pengguna dengan Gratitude ..	61
Tabel 36. Hasil Tabulasi Silang Kategori Pengguna dengan Self Compassion.....	62
Tabel 37. Hasil Tabulasi Silang Kategori Pengguna dengan Body Image .....	62
Tabel 38. Hasil Tabulasi Silang Waktu Penggunaan dengan Gratitude..	63
Tabel 39. Hasil Tabulasi Silang Waktu Penggunaan dengan Self Compassion.....	63
Tabel 40. Hasil Tabulasi Silang Waktu Penggunaan dengan Body Image .....	64
Tabel 41. Hasil Tabulasi Silang Lama Pengguna dengan Gratitude .....	65
Tabel 42. Hasil Tabulasi Silang Lama Pengguna dengan Self Compassion.....	65
Tabel 43. Hasil Tabulasi Silang Lama Pengguna dengan Body Image ..	66
Tabel 44. Hasil Uji Normalitas .....	67
Tabel 45. Hasil Uji Reabilitas X1 terhadap Y.....	68
Tabel 46. Hasil Uji Reabilitas X2 terhadap Y .....	69
Tabel 47. Hasil Uji Pearson Gratitude dan Body Image .....	70
Tabel 48. Hasil Uji Pearson Self Compassion dan Body Image .....	71
Tabel 49. Hasil Uji Korelasi Berganda .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Teori .....28



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Citra tubuh atau *body image* ialah bentuk representasi batin seseorang berkenaan kondisi fisiknya, termasuk persepsi penampilan pikiran, dan perasaan individu terhadap tubuh, fungsi, dan kemampuan tubuhnya (Cash, 2012). *Body image* merupakan penilaian mengenai berat tubuh seseorang, ukuran badan, atau segi fisik lainnya mengacu pada performa fisik individu. (Thompson, 2000). Citra tubuh atau *body image* mengacu pada kesenangan atau ketidakpuasan seseorang dengan penampilan fisik mereka yang dapat mempengaruhi pendapat mereka tentang diri mereka, baik dengan cara yang baik maupun negatif (Rombe, 2013). Seseorang dengan *body image* yang baik akan menunjukkan perawatan diri, tampak puas dengan penampilan mereka saat ini, menikmati apa yang dapat dilakukan tubuh mereka untuk mereka, dan menerima semua kekurangan mereka (Priyatna, 2009). Sebaliknya, mereka yang memiliki pandangan buruk tentang *body image* mereka akan percaya bahwa mereka tidak memiliki penampilan yang menarik (Santoso, Fauzia, & Rusli, 2019). Sehubungan dengan *body image*, terdapat di Al-Qur'an yang tertulis pada QS. At-Tin ayat 4 :

ط ۱ َلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيم

Artinya : Sungguh, Kami sudah menjadikan manusia dalam tatanan yang sebaik-baiknya. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi citra tubuh, ialah ikatan interpersonal bersama keluarga, teman, pasangan, lingkungan sosial, dan juga media massa atau media sosial (Husni & Indrijati, 2014).

Penggunaan media sosial semakin marak pada masa sekarang, dan akibatnya *body image* atau citra diri pribadi bergeser ke sana. Sarana komunikasi yang dipakai pada proses sosial adalah sosial media (Anggraini, 2021). Menurut Mulawarman dan Nurfitri (2017) media sosial dapat menghilangkan batasan tentang lokasi, waktu, dan uang, sehingga memudahkan untuk mendapatkan informasi dan berkomunikasi dengan banyak orang (Soliha, 2015). Selain itu, seseorang dapat menggunakan media sosial untuk berbagi pengalaman aktual dan imajiner mereka sendiri (Boyd & Ellison, 2007). Tersedianya gadget dan berbagai macam aplikasi ini juga dapat mempengaruhi nilai, pandangan, dan tujuan hidup (Putra, 2016), serta mempengaruhi perkembangan perilaku dan kepribadian individu (Adityara & Rakhman, 2019)

Saat ini, TikTok merupakan platform yang digunakan semua kalangan. Indonesia adalah negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak keempat, dengan lebih dari 30,7 juta pengguna (Rayana, 2020). Perusahaan ByteDance dari Tiongkok merupakan penemu aplikasi TikTok (Adawiyah, 2020). Ketika menggunakan aplikasi TikTok, seseorang dapat menampilkan kepribadiannya

melalui video berdurasi 15–60 detik (Hasiholan et al., 2020). Melalui bernyanyi, menari, atau menyampaikan cerita dalam bentuk video, pengguna program ini dapat menghasilkan berbagai materi yang menarik (Anggraini, 2021). Keikutsertaan dalam TikTok didorong karena keinginan guna mengensensif jaringan sosial seseorang, menjadi populer, serta terlibat dalam ekspresi seseorang yang inventif (Montag et al., 2021). TikTok populer di kalangan remaja dan orang dewasa karena dapat membuat orang sibuk dan menghilangkan kebosanan. Selain itu, mendorong kreativitas saat menggarap dan menyunting video dalam upaya memikat perhatian orang dan menjadikannya terkenal (Chandra Kusuma & Oktavianti, 2020).

Aplikasi TikTok sangat memikat sebab mudah digunakan dan memungkinkan hampir semua orang dapat membuat konten (Mohsin, 2021). Mayoritas pengguna berusia dewasa awal, antara usia 25 dan 34 tahun. Di China, Arab Saudi, Indonesia, Malaysia, dan Uni Emirat Arab, jumlah pengguna terbanyak antara usia 16 dan 24 tahun. (Iqbal, 2021). Kala dewasa awal ialah kala penemuan serta eksplorasi, tuntutan, hambatan sentimental, pemisahan sosial, keterikatan dan dependensi, perubahan perhitungan, inventifitas, dan adaptasi dengan cara hidup yang baru (Putri, 2018). Pergeseran dari masa muda ke masa dewasa, ketika manusia harus belajar menyesuaikan diri dengan pola dan rutinitas hidup yang baru dapat

menyebabkan perubahan yang signifikan dalam kehidupan pribadinya saat ini (Hurlock, 1997).

Sejalan dengan hal tersebut, temuan penelitian dari Dinata & Pratama (2022) menunjukkan bahwa individu yang diteliti secara umum memiliki *body image* yang positif. Pengguna TikTok dewasa awal dengan citra tubuh sedang tidak mengungkapkan ketidakpuasan tubuh apa pun. Lebih lanjut, menurut riset Suhardian & Qodariah (2022) mayoritas remaja putri di Bandung yang menggunakan TikTok masuk dalam kelompok pengguna positif. Remaja yang menggunakan TikTok memiliki hubungan positif antara perbandingan sosial dan citra tubuh. Penelitian Rahmadiansyah et al. (2022) persepsi remaja yang menggunakan TikTok tentang citra tubuh mereka semakin tinggi dengan semakin banyak perbandingan sosial yang mereka buat.

Hasil riset Bavikatty (2022) menunjukkan bahwa adanya korelasi antara melihat konten olahraga pada TikTok dengan peningkatan perhatian terhadap citra tubuh dan perilaku makan yang teratur. Korelasi ini bisa dibilang cukup lemah, tetapi menunjukkan hasil yang signifikan antara gaya menonton konten dengan citra tubuh positif yang muncul. Penelitian Hülsing (2021) mengungkapkan bahwa pengaruh konsumsi TikTok terhadap citra tubuh jauh lebih kompleks dari yang diperkirakan. Penelitian ini menemukan pengaruh positif konsumsi TikTok terhadap citra tubuh. Penelitian Wang (2021) menunjukkan bahwa TikTok memiliki dampak positif terhadap citra tubuh.

TikTok secara tidak langsung akan mempengaruhi citra tubuh, tetapi melalui orang-orang sekitar yang melihat konten yang sama atau terpengaruh melalui komentar.

Beberapa fenomena lain yang saat ini terjadi di TikTok yaitu para remaja telah berpendapat bahwa TikTok telah merubah persepsi tentang citra tubuh. Mereka memulai gerakan untuk menormalkan semua jenis dan bentuk tubuh untuk menghilangkan standar kecantikan yang memiliki dampak berbahaya (NBC News, 2020). Hal ini membantu untuk mengevaluasi kembali standar kecantikan dan menyesuaikan ekspektasi tentang tubuh mereka yang seharusnya. Pada platform TikTok ini juga, pengguna merayakan penampilan unik mereka menjadi diri sendiri, daripada mencoba untuk menjadi orang lain. Tren ini mengingatkan para pengguna bahwa bukan hanya sekedar angan yang dapat menentukan mereka (Women's Health, 2022). Tren anti *fat shaming* pada TikTok membuktikan bahwa sejatinya media sosial bisa digunakan untuk kebaikan. Tren ini juga bertujuan untuk melawan cita-cita yang tidak realistis tentang standar kecantikan (Dazed Digital, 2022). Tren anti *fat shaming* merupakan gerakan menentang komentar negatif yang ditujukan kepada orang-orang-orang yang berbadan gemuk sekalipun tidak sampai pada batas obesitas (Bahri, 2021).

Gerakan *body positivity* di TikTok telah menjadi cara yang bermakna untuk wanita dan menginspirasi mereka untuk percaya diri dengan kulit



mereka. Beberapa influencer menunjukkan konten kepada penggemarnya dengan tujuan agar tidak malu dan menginspirasi untuk mencintai tubuh mereka (The Torch, 2021). Semangat *body positivity* juga digaungkan oleh penyanyi asal Amerika Serikat yaitu Selena Gomez. Ia hendak mewujudkan kesadaran pada orang-orang untuk selalu mensyukuri bentuk tubuh mereka dengan apa adanya (Kumparan, 2022). Tren gerakan *body positivity* pada TikTok ini mampu mengubah kehidupan dan dapat diarahkan ke arah yang berbeda, mencegah citra tubuh negatif dan permasalahan terkait tubuh agar tidak pernah terjadi. Tren gerakan ini dapat memperlambat dan bahkan menghentikan krisis kesehatan mental (Ganon Knight, 2020). Tren *Body Positivity* adalah gerakan yang dengan senang hati menerima bentuk tubuh sendiri apa adanya serta bentuk tubuh orang lain tanpa menghakiminya (Fauzia & Rahmiaji, 2019).

Terdapat variabel yang berhubungan dengan citra tubuh yaitu *gratitude* atau kebersyukuran. Menurut temuan penelitian Shanti dan Zahra (2022) rasa syukur dan citra tubuh berkorelasi positif. Ketika seseorang merasa bersyukur di dalam, orang itu akan memiliki citra tubuh yang baik, begitu pula sebaliknya. Syukur berdampak pada citra tubuh seseorang karena kurangnya cinta diri akan menimbulkan persepsi diri yang negatif dan keinginan untuk mengubah penampilan fisik seseorang. Menurut temuan penelitian Hapsari & Bakan (2022) terdapat korelasi yang substansial antara citra tubuh remaja putri

Kabupaten Alor dengan rasa syukur. *Gratitude* dan *body image* berhubungan secara positif, begitu pula sebaliknya. Peningkatan *body image* tidak serta merta mengiringi peningkatan *gratitude*. Sejalan dengan *gratitude* terdapat di Al-Qur'an yang tertulis QS. Al-Luqman ayat 12 :

وَلَقَدْ آتَيْنَا لُقْمَانَ الْحِكْمَةَ أَنْ اشْكُرْ لِلَّهِ ۖ وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ ۖ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ  
اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : Dan benar, sudah Kami berikan hikmah pada Lukman, yaitu “Bersyukurlah pada Allah! Dan barangsiapa bersyukur (pada Allah), maka sesungguhnya dia bersyukur bagi dirinya sendiri; dan barangsiapa tidak bersyukur (kufur), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya, Maha Terpuji”

Selain itu, variabel *self compassion* juga berhubungan dengan *body image*. Temuan penelitian Qidwati (2019) mengungkapkan bahwa tidak ada kaitan antara *self-compassion* dan *body image*. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa orang dengan *body image* yang tinggi mungkin tidak selalu memiliki tingkat *self-compassion* yang tinggi atau rendah. Mayoritas peserta mengaku puas dengan penampilan fisiknya. Penelitian Seekis dkk. (2020) tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya. Riset ini memperlihatkan *self compassion* mampu meningkatkan *body image* atau citra tubuh di kalangan remaja putri. Para remaja putri tersebut membuat grup diskusi online pada platform Facebook dengan tujuan sebagai tempat yang aman untuk berbagi pengalaman

citra tubuh mereka dalam kerangka kerja *self compassion*. Hal tersebut dilakukan sebagai strategi yang efektif untuk membantu mereka mengembangkan hubungan yang positif untuk diri mereka sendiri. Sehubungan dengan *self compassion*, terdapat di Al-Qur'an yang tertulis pada QS Az-Zumar ayat 53-54 :

قُلْ لِعِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ  
جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ وَأَنِيبُوا إِلَىٰ رَبِّكُمْ وَأَسْلِمُوا لَهُ مِن قَبْلِ أَن يَأْتِيَكُم  
الْعَذَابُ ثُمَّ لَا تُنصَرُونَ

Artinya : Katakanlah, “Wahai hamba-hamba-Ku yang melangkau batasan pada diri mereka sendiri! Janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya Allah memaafkan dosa-dosa semuanya. Sungguh, Dialah Yang Maha Pengampun, Maha Penyayang. Dan kembalilah kamu kepada Tuhanmu, dan bertawakkal kepada-Nya sebelum muncul azab padamu, lalu kamu tidak mampu dibantu.”

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, penelitian tentang *body image* masih menarik. Penelitian yang dilakukan masih sedikit tentang fenomena *body image* di kalangan pengguna TikTok di masa dewasa awal karena itu penelitian ini menjadi sangat penting. Studi sebelumnya meneliti dampak *gratitude* dan *self compassion* pada citra tubuh secara terpisah, tetapi

pada penelitian ini meneliti dampak gabungan dari dua variabel tersebut secara bersamaan.

Selain itu, sejumlah penelitian masih menunjukkan perbedaan hasil dimana ada yang mengatakan berhubungan dan tidak berhubungan antar variabel yang diteliti. Penelitian ini akan melihat apakah *gratitude* dan *self compassion* pengguna TikTok di awal masa dewasa berdampak pada persepsi terhadap *body image* sehingga diharapkan hasilnya nanti akan memberikan gambaran kontribusi kedua variabel tersebut terhadap *body image* pada dewasa awal pengguna TikTok.

## **B. Rumusan Masalah**

Peneliti menyarankan rumusan masalah berikut berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya:

1. Apakah ada hubungan *gratitude* dengan *body image* pengguna TikTok pada dewasa awal?
2. Apakah ada hubungan *self compassion* dengan *body image* pengguna TikTok pada masa dewasa awal?
3. Apakah ada hubungan *gratitude* dan *self compassion* dengan *body image* pengguna TikTok pada masa dewasa awal?

### C. Keaslian Penelitian

Penelitian ini akan memanfaatkan penelitian terdahulu sebagai sumber informasi. Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan dampak dari *gratitude* atau kebersyukuran pada berbagai persepsi *body image* mereka. Saifuddin (2022) mengungkapkan bahwa rasa syukur memiliki korelasi yang baik dengan persepsi seseorang terhadap fisiknya. Siswa SMK Negeri 3 Surakarta akan memiliki *body image* yang baik jika tingkat kebersyukurannya tinggi. Temuan penelitian oleh Dunaev dkk. (2018) menunjukkan potensi syukur yang berfokus pada tubuh untuk meningkatkan citra tubuh dan mengurangi bias berat badan yang terinternalisasi. Menurut penelitian Widawati dkk., (2018) terdapat korelasi yang substansial antara *body image* siswa SMA X Kota Bandung dengan tingkat penghargaan mereka, oleh karena itu semakin bersyukur mereka, bertambah positif perasaan mereka tentang diri sendiri. Menurut penelitian (Aritonang & Refaniel, 2022) ada korelasi antara *body image* remaja putri dengan rasa syukur di Medan; semakin bersyukur mereka, semakin baik citra tubuh mereka, dan sebaliknya. Menurut penelitian (Salsabila, 2018) memperlihatkan kaitan antara rasa syukur dan *body image* pada remaja akhir.

*Body image* siswa SMKS Yapmi Makassar dipengaruhi secara positif oleh rasa syukur. menurut penelitian Nur Fatmawati dkk. (2022). Sebab itu, mampu diungkapkan bahwasanya siswa akan memiliki persepsi yang lebih

positif tentang tubuh mereka dan sebaliknya semakin tinggi rasa syukur mereka. Menurut penelitian Nurfajri (2017), ada hubungan yang cukup besar antara citra tubuh remaja wanita dan rasa syukur. Kecenderungan remaja wanita untuk memiliki *body image* atau citra tubuh yang baik tumbuh seiring dengan tingkat rasa syukur mereka. Dalam studi yang berbeda, rasa syukur dan citra tubuh ditemukan berkorelasi positif dan signifikan. Asosiasi positif yang ditemukan menunjukkan bahwa citra diri meningkat dengan rasa syukur (Rini, 2020). Menurut temuan penelitian yang dilakukan oleh Nurhalimah (2021) rasa syukur dan *body image* pada siswa SMK Kabupaten Rambah berkorelasi positif. Alhasil, siswa SMK di Kabupaten Rambah memiliki *body image* yang semakin baik saat semakin bersyukur. Temuan penelitian (Astuti, 2020) menunjukkan bahwa remaja putri akhir yang mengalami *body shaming* memiliki keterkaitan antara rasa syukur dan citra tubuh atau *body image*.

Selain itu, *Self compassion* atau rasa welas asih merupakan faktor dalam penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan citra tubuh atau *body image*. Penelitian Sari dkk. (2022) pada 199 siswa SMAN 8 Pekanbaru, *self compassion* dan *body image* pada remaja memiliki keterkaitan yang cukup besar. Intervensi psikososial *self compassion* untuk mengatasi *body image* dan isu-isu tekanan psikologis pada wanita penderita kanker payudara, menunjukkan kontribusi khusus antara *self compassion* terhadap *body image* (Todorov dkk., 2019). Studi Turk & Waller, (2020) menegaskan pentingnya

welas asih dalam memahami dan menyelesaikan masalah dengan makan dan pikiran. Dalam hal gangguan makan dan citra tubuh, welas asih bisa menjadi teknik manajemen emosi. *Self compassion* memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung yang sangat terkait dengan citra tubuh yang dirasakan (Wongwan & Varma, 2022). Temuan evaluasi terapi berbasis seluler untuk citra tubuh yang berpusat pada belas kasihan pada remaja akhir dan dewasa awal (Rodgers dkk., 2018).

Dalam studi lain, *self compassion* dan *body image* ditemukan memiliki hubungan yang menguntungkan dan substansial. Semakin banyak belas kasihan diri, semakin baik perasaan seseorang tentang tubuh mereka. Sebaliknya, citra tubuh yang negatif akan lebih banyak terjadi pada peringkat belas kasihan diri seseorang menurun (Anggraheni & Rahmandani, 2019). Menurut penelitian Rulinsha (2018), ada hubungan positif yang substansial antara *self compassion* dan *body image*, dan jelas bahwa perempuan gemuk di Malang kota memiliki *body image* yang lebih baik semakin tinggi skor *self compassion* mereka. Sebuah studi terkait oleh Rahmawati (2018) menemukan hubungan positif antara welas asih dan citra tubuh positif pada pria obesitas, dengan tingkat welas asih tertinggi berkaitan bersama citra tubuh positif. Sebaliknya, pria yang gemuk akan memiliki persepsi yang kurang baik terhadap tubuhnya jika mempunyai *self compassion* yang menurun. *Self compassion* dan citra tubuh generasi Z berkorelasi positif. Semakin banyak *self compassion*, semakin baik

perasaan *self compassion* generasi Z tentang citra tubuh mereka (Nahla, 2022). Kemudian, penelitian dari Rahimi-Ardabili dkk. (2018) menunjukkan bagaimana welas asih dapat membantu citra tubuh, kebiasaan makan, dan penurunan berat badan.

#### **D. Tujuan Penelitian**

Arah atau tujuan dalam riset ini ialah :

1. Untuk mengetahui apakah *gratitude* berhubungan kepada *body image* di masa dewasa awal pengguna TikTok.
2. Untuk mengetahui apakah *self compassion* berhubungan kepada *body image* di masa dewasa awal pengguna TikTok
3. Untuk mengetahui apakah *self compassion* dan *gratitude* berhubungan kepada *body image* di masa dewasa awal pengguna TikTok

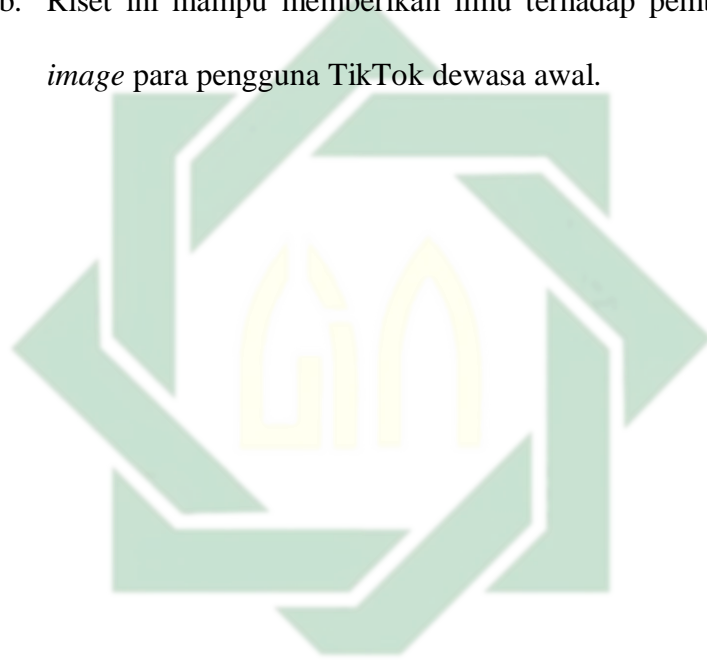
#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Temuan riset ini mampu memperluas informasi tentang *body image*, khususnya di bidang psikologi positif, untuk memperkaya teori-teori terkini.
  - b. Riset ini mampu dimanfaatkan untuk acuan riset *body image* yang akan datang.



## 2. Manfaat Praktis

- a. Temuan riset ini mampu menjadi bakal penilaian untuk menghadapi permasalahan terkait *body image* di kalangan pengguna TikTok dewasa awal.
- b. Riset ini mampu memberikan ilmu terhadap pembaca tentang *body image* para pengguna TikTok dewasa awal.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. *Body Image*

##### a. Definisi *Body Image*

Menurut Thompson (2000) mengatakan bahwa *body image* merupakan penilaian mengenai berat tubuh seseorang, ukuran badan, atau aspek tubuh lainnya yang mengacu pada performa fisik individu. Sedangkan, menurut Cash (dalam Jones, 2001) mengemukakan bahwa *body image* yaitu tingkat kebahagiaan seseorang terhadap fisik yang dimilikinya saat ini seperti ukuran, bentuk, serta penampilannya. Selain itu, Grogan (2008) mendefinisikan *body image* sebagai penilaian, pikiran, serta perasaan seseorang mengenai tubuhnya.

*Body image* menurut Thompson (2001) yaitu sejauh mana individu merasa tidak kecewa terhadap tampilan fisik tertentu dan manifestasi keseluruhan tubuhnya. *Body image* menurut Honigman & Castle (2006) adalah representasi mental seseorang tentang dirinya yang diwujudkan dalam parameter dan segi fisik, betapa individu lain melihatnya, dan bagaimana dia akan menilai dirinya

sendiri berdasarkan apa yang dipertimbangkan seta rasakan tentang parameter dan segi fisik.

Definisi mengenai *body image* yang digunakan pada penelitian ini merupakan hasil pemikiran dari Thompson (2000), yaitu *body image* merupakan penilaian mengenai berat tubuh seseorang, ukuran badan, atau aspek tubuh lainnya yang mengacu pada performa fisik individu.

b. Faktor yang Mempengaruhi *Body Image*

Menurut Cash (2012), faktor-faktor berikut yang berdampak pada bagaimana *body image* berkembang:

a. Jenis kelamin

Pada umumnya, para wanita condong melihat tubuh mereka lebih negatif daripada pria.

b. Media Massa

Orang dewasa awal sering menyamai diri atas acuan yang kerap ditunjukkan di media dan dianggap memikat. Akibatnya, media massa memiliki berbagai efek terhadap pembentukan citra tubuh orang dewasa awal yang berkaitan dengan perbandingan sosial.

c. Keluarga

Orang tua memiliki peran signifikan pada proses diseminasi dan dapat berdampak pada citra tubuh anaknya dengan modelling, umpan balik, dan bimbingan.

d. Hubungan Interpersonal

Konsepsi seseorang bagaimana dia berpikir tentang tampilan, dipengaruhi oleh interaksi interpersonal, yang memicu seseorang condong manyamai dirinya bersama orang lain. Karena itu, seseorang sering khawatir tentang penampilannya dan merasa cemas tentang bagaimana orang lain melihatnya tentang bagaimana seseorang merasakan tentang tubuhnya yang dipengaruhi oleh interaksi interpersonal, *feedback* pada tampilan, serta persaingan dengan keluarga dan teman.

c. Ciri-ciri *Body Image*

- *Body Image* Positif

Menurut Andiyati (2016) memiliki *body image* positif ditunjukkan dengan merasa tidak kecewa terhadap tampilan. Orang bersyukur atas keadaan mereka saat ini dan lebih menghargai diri mereka sendiri akan merawat tubuh mereka dengan lebih baik. Lebih lanjut, Priyatna (2009) menegaskan

bahwa mempunyai *body image* yang baik bermakna tidak kecewa dengan tampilan yang ada, menghargai semua yang ditawarkan tubuh, dan menerima semua kekurangannya.

- *Body Image* Negatif

Menurut Dacey & Kenny (dalam Muhsin, 2015), *body image* negatif adalah tidak mampunya individu untuk mengakui bentuk fisiknya, yang memperlambat pertumbuhan keterampilan interpersonal serta kapasitas untuk membentuk ikatan sehat bersama individu lain. *Body image* negatif menurut Cash & Grant (dalam Rombe, 2013) adalah anggapan bahwa penampilan seseorang tidak memenuhi standarnya sendiri, membuat orang memiliki pendapat yang kurang baik tentang tubuhnya. Jika ini terus terjadi, orang mungkin menjadi lebih rentan terhadap kesedihan, rendah diri, dan tidak terlibat.

d. Dimensi *Body Image*

Menurut Cash (dalam Jones, 2001) terdapat lima dimensi dalam pengukuran *body image*, yaitu :

a. Evaluasi Penampilan (*appearance evaluation*)

Mengevaluasi persepsi seseorang apakah penampilannya atraktif atau tidak.

b. Orientasi Penampilan (*appearance orientation*)

Mentukan seberapa besar atensi setiap seseorang pada tampilan mereka.

c. Kepuasan Area Tubuh (*body area satisfaction*)

Pengukuran atau ketidakpuasan pribadi dengan bagian-bagian yang dikembangkan secara memuaskan pada fisik tertentu seperti wajah, rambut, tubuh bagian bawah (bokong, paha, pinggul, dan kaki), bagian tengah tubuh (pinggang dan perut), tampilan otot, berat badan, atau tinggi badan adalah beberapa di antaranya.

d. Kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*)

Kegelisahan seseorang kelebihan beban tubuh dan kekhawatirannya terwujud dalam perilaku nyata mereka sepanjang kegiatan sehari-hari, seperti kecondongan diet supaya berat badan turun.

e. Pengkategorian Ukuran Tubuh (*self classified weight*)

Menilai kesandian evaluasi pada seseorang mengenai perhatiannya pada beban tubuh seperti kurus atau gemuknya berat badan yang dimiliki

## **B. Gratitude**

### *a. Definisi Gratitude*

Menurut McCullough (2004) rasa syukur merupakan salah satu jenis perasaan atau emosi yang dapat menimbulkan sikap dan nilai positif. Dalam bahasa Arab, istilah syukur adalah syakara, yang juga berarti penghargaan atas kebaikan, kelengkapan, dan pemenuhan. Memberikan sebagian manfaat yang telah diperoleh kepada orang lain yang membutuhkan mengungkapkan maknanya (Sham, 2012). Dari segi syarak, mengakui nikmat yang telah Allah swt. berikan mensyaratkan ketundukan kepada Allah swt. dan kesenangan dilakukan sesuai dengan kehendak Allah swt.

Imam Al-Qusyairi berkata bahwa bersyukur tersebut hakikatnya merupakan bentuk dari pengakuan pada nikmat yang sudah diberikan oleh Allah swt dan mampu dibuktikan melalui ketundukan kepadanya (Alfarouq, 2022). *Gratitude* merupakan suatu keadaan yang dirasakan melalui konsepsi intrapersonal dan interpersonal, menghargai seseorang terhadap segala sesuatu yang dianggap penting dan berarti bagi diri sendiri, serta orientasi hidup yang lebih luas terhadap konstruksi dan penghayatan hal-hal yang positif dengan karakteristik yang luas (Rosyidatul, 2019).

Definisi mengenai *gratitude* yang digunakan pada penelitian ini merupakan hasil pemikiran dari McCullough (2004), yaitu *gratitude* merupakan bentuk perasaan ataupun emosi yang dapat berkembang menjadi sikap dan moral yang baik.

b. Aspek-aspek *Gratitude*

Menurut McCullough (2004) menyatakan bahwa terdapat empat aspek yang digunakan untuk mengukur *gratitude* :

- a. *Intensity*, yaitu kondisi individu yang akan cenderung bersyukur ke arah lebih positif ketika menghadapi suatu kejadian dibandingkan dengan individu yang kurang bersyukur
- b. *Frequency*, yaitu seberapa banyak atau seberapa sering individu berterima kasih dan menghargai atas segala hal yang telah diperoleh. Sebaliknya, jika individu yang jarang sekali merasakan bersyukur akan cenderung kurang menghargai
- c. *Span*, yaitu menggambarkan peristiwa yang menimbulkan rasa syukur dalam kehidupan. Misalnya dalam karir, kesehatan, keluarga, dan lain sebagainya



d. *Density*, yaitu merasakan perasaan berterima kasih terhadap individu yang dipengaruhi seberapa besar peran keberadaan orang-orang yang berada disekitarnya.

c. Faktor-faktor *Gratitude*

Menurut McCullough (2004) terdapat tiga factor *gratitude* :

a. *Emotionality*, merupakan kecenderungan individu merasa emosional dalam menilai kepuasan hidupnya

b. *Prosociality*, merupakan sikap individu yang cenderung diterima di lingkungan sosialnya

c. *Religiousness*, merupakan hal yang berhubungan dengan nilai-nilai keagamaan, kepercayaan, dan keimanan individu

**C. *Self Compassion***

a, Definisi *Self Compassion*

*Self compassion* menurut Neff (2011) adalah suatu kemampuan untuk memahami dan menyayangi diri sendiri ketika mengalami kegagalan, membuat kesalahan, atau menanggung kesulitan dengan menahan diri dari kritik diri dan penilaian yang keras. Neff, Kirkpatrick, dan Rude (2007) mendefinisikan *self compassion* sebagai sikap peduli dan baik hati pada diri sendiri saat menghadapi berbagai tantangan atau kekurangan dalam diri dan

menyadari bahwa penderitaan, kegagalan, dan kekurangan adalah bagian dari kehidupan yang tak terelakkan.

Lebih lanjut, Neff (dalam Hidayati, 2015) mencatat bahwa *self compassion* merupakan adaptasi kognitif yang kemudian dihasilkan dalam bentuk upaya untuk mencintai diri sendiri, seperti perasaan iba saat mengamati orang lain. Selain itu, Neff (dalam Ramadhani & Nurdibyanandaru, 2014) berpendapat bahwa seseorang yang berbelas kasih dapat menjadi lebih nyaman dalam situasi sosial, dapat menerima siapa dirinya, dan dapat mengembangkan kecerdasan emosional dan kemampuan pribadinya.

Definisi *self compassion* yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada konsep Neff (2011), yang menurutnya *self compassion* adalah suatu kemampuan untuk memahami dan menyayangi diri sendiri ketika mengalami kegagalan, membuat kesalahan, atau menanggung kesulitan dengan menahan diri dari kritik diri dan penilaian yang keras.

b. Aspek-aspek *Self Compassion*

Menurut Kristin D. Neff (2009) aspek-aspek *self compassion*, yaitu :

a. *Self Kindness*

Individu mempunyai sikap baik hati dan mampu memahami diri sendiri, tidak mengkritisi diri secara berlebihan

b. *Self Judgement*

Individu yang bersikap *insecure* pada diri sendiri dan menyalahkan dirinya sendiri atas kegagalan

c. *Common Humanity*

Sikap menerima dan memaafkan diri sendiri hal ini bersifat manusiawi yang pada dasarnya pengalaman menyenangkan atau tidak pasti dirasakan semua orang

d. *Isolation*

Individu merasakan dirinya yang hanya memiliki pengalaman sulit dan tidak menyenangkan. Individu merasa orang lain memiliki kehidupan yang lebih mudah

e. *Mindfulness*

Individu dapat melihat serta menghadapi masalah melalui sudut pandang secara luas dan merespon segala sesuatu tanpa melebih-lebihkan. Individu mampu mengetahui apa yang dilakukan ketika mengalami permasalahan

*f. Over Identification*

Kondisi individu kehilangan kontrol diri dan emosi yang merupakan reaksi secara berlebihan ketika menghadapi masalah

c. Faktor yang Mempengaruhi *Self Compassion*

Beberapa faktor yang mempengaruhi *self compassion* menurut Neff (2003), yaitu :

a. Jenis Kelamin

Wanita lebih cenderung sering mengkritik dan menyalahkan dirinya sendiri, sering fokus pada kegagalan yang terjadi pada masa lalunya, merasa sendirian ketika menghadapi suatu masalah, dan sering terbawa emosi negatif dibandingkan pria.

b. Usia

Individu memiliki tingkat *self compassion* yang lebih tinggi, mereka yang telah mencapai tahap integritas dapat lebih toleran terhadap keadaan yang muncul. Orang-orang pada tahap perkembangan ini mampu mempraktekkan penerimaan diri yang positif.

c. Latar Belakang budaya

Pada masyarakat yang mana memiliki tekanan saling berhubungan daripada otonom, *self compassion* lebih dapat diterima. Budaya Asia yang merupakan budaya kolektif dan bergantung pada orang lain, tetapi mereka juga memiliki kecenderungan untuk menempatkan tanggung jawab atas masalah mereka sendiri daripada masalah orang lain. Hal tersebut membuat derajat *self compassion* mereka lebih tinggi daripada budaya Amerika dan Eropa..

d. Lingkungan

Keluarga terutama orang tua umumnya menjadi guru pertama dalam kehidupan seseorang. *Self compassion* yang dimiliki individu dapat dipengaruhi oleh bagaimana sikap perilaku dari orang tua. Pertumbuhan sikap *self compassion* dipengaruhi oleh hal yang terjadi dalam lingkungan keluarga, seperti dukungan keluarga dan sikap orang tua

e. Kepribadian

Individu yang memiliki kepribadian terbuka terhadap dunia luar, maka individu tersebut akan terbuka dan mampu menerima dirinya sendiri. Stabilitas emosional juga penyebab dan hasil dari keberadaan perilaku bertanggung jawab

f. Kondisi Keluarga

Dinamika atau kondisi keluarga termasuk dukungan dari orang yang dicintai dan peran dari sikap orang tua.

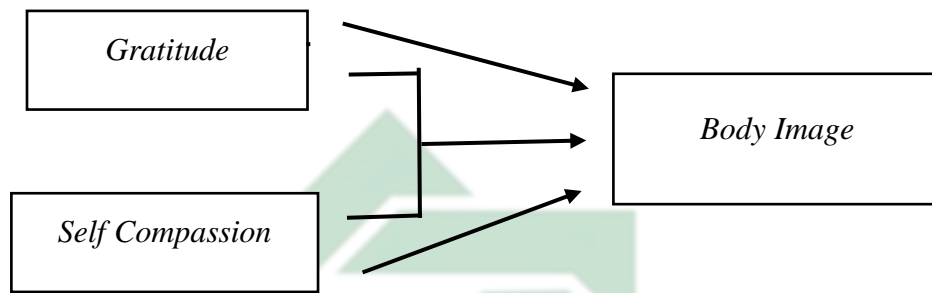
**D. Kerangka Teori**

Penelitian sebelumnya menemukan adanya hubungan yang signifikan antara variabel *gratitude* dengan *body image* yang dilakukan oleh Syaifuddin (2022), Dunaev dkk. (2018), Widayati dkk. (2018), Aritonang & Refaniel (2022), Salsabila (2018), Nur Fatmawati dkk. (2022), Nurfajri (2017), Rini (2020), Nurhalimah (2021), dan Astuti (2020).

Selain itu, terdapat penelitian lain yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara variabel *self compassion* dengan *body image* yang dilakukan oleh Sari dkk. (2022), Todorov dkk. (2019), Turk & Waller (2020), Wongwan & Varma (2022), Rodgers dkk. (2018), Anggraheni & Rahmandani (2019), Rulinsha (2018), Rahmawati (2018), Nahla (2022), dan Rahimi-Ardabili dkk. (2018).

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, menunjukkan beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan secara parsial pada variabel *gratitude* dan *self compassion* dengan *body image*. Hal tersebut dapat mendukung tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kemungkinan antara variabel *gratitude* dan juga *self compassion* yang secara bersamaan memiliki hubungan yang

signifikan dengan *body image* yang utamanya pada dewasa awal pengguna TikTok. Berikut adalah kerangka teori penelitian:



**Gambar 1. Kerangka Teori**

Gambar 1. Di atas menggambarkan bagaimana *gratitude* dan *body image* berhubungan dengan mereka yang memiliki tingkat *gratitude* yang tinggi juga memiliki *body image* yang tinggi. Selain itu, tingkat *self compassion* yang dicapai oleh individu berdampak pada persepsi mereka tentang *body image* mereka, dengan yang memiliki tingkat *self compassion* yang tinggi juga memiliki *body image* yang tinggi. Tingkat *gratitude* dan *self compassion* yang tinggi ditemukan pada orang yang memiliki *body image* yang positif.

### **E. Hipotesis**

Hipotesis penelitian ini adalah:

1. Terdapat hubungan *gratitude* dengan *body image* pada dewasa awal pengguna TikTok

2. Terdapat hubungan *self compassion* dengan *body image* pada dewasa awal pengguna TikTok
3. Terdapat hubungan *gratitude* dan *self compassion* dengan *body image* pada dewasa awal pengguna TikTok



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012). Penalaran serupa berlaku untuk penelitian ini, yang berusaha memastikan bagaimana *gratitude* dan *self compassion* berhubungan dengan *body image*.

Dalam penelitian ini, partisipan akan langsung mengisi kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian. Hasil skala yang telah diisi subjek selanjutnya akan diolah dan dilakukan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program analisis SPSS.

#### **B. Identifikasi Variabel**

Tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dua variabel independen (X1 dan X2), dan satu variabel dependen (Y)

1. Variabel Independen (X1) : *Gratitude*
2. Variabel Independen (X2) : *Self Compassion*
3. Variabel Dependen (Y) : *Body Image*

## C. Definisi Operasional

### a. *Body Image*

Penilaian mengenai berat tubuh seseorang, ukuran badan, atau aspek tubuhalainnya yang mengacu pada performa fisik individu yang diukur oleh penilaian terhadap evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap tubuh mereka, kecemasan tentang kenaikan berat badan, dan klasifikasi ukuran tubuh mereka .

### b. *Gratitude*

Perasaan atau emosi yang berpotensi tumbuh menjadi sikap dan nilai positif dapat diukur dengan rasa bangga, seberapa sering seseorang mengucapkan terima kasih, apa yang disyukuri, dan kepada siapa.

### c. *Self Compassion*

Suatu kemampuan untuk memperluas pemahaman dan kasih sayang kepada diri sendiri ketika mengalami kegagalan, membuat kesalahan, atau mengalami penderitaan dengan tidak menghakimi dengan keras dan mengkritik diri atas kesalahan, kekurangan, kegagalan, atau penderitaan yang dialami yang diukur dari berkasih sayang dengan diri sendiri, memahami tentang luasnya pengalaman manusia, serta berpola pikir terbuka dan objektif.

## D. Populasi, Sample, dan Teknik Sampling

### a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan meliputi subjek maupun objek dengan sifat serta karakteristik tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya oleh peneliti guna diteliti lebih lanjut serta dilakukan pengambilan keputusan (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa maupun mahasiswi aktif S1 Perguruan Tinggi di wilayah Surabaya yang berusia 18-30 tahun pengguna TikTok.

### b. Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari jumlah dan karakteristik suatu populasi (Sugiyono, 2018). Menurut Roscoe (dalam Sugiyono, 2018) suatu ukuran sampel dikatakan cocok untuk penelitian ialah antara 30 sampai dengan 500 orang. Jika peneliti memperoleh 250 responden yang telah ditentukan maka pengambilan data dianggap telah selesai.

### c. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel diambil berdasarkan kriteria yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono (2016), teknik pengambilan pada *purposive sampling* dilakukan dengan mempertimbangkan ciri dan kebutuhan tertentu

sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti. Adapun kriteria subjek penelitian ini sebagai berikut:

- a. Mahasiswa atau mahasiswi aktif S1 Perguruan Tinggi di Surabaya
- b. Berusia 18-30 tahun
- c. Menggunakan aplikasi TikTok baik pengguna aktif maupun pasif

## **E. Instrumen Penelitian**

### **1. Instrumen Pengukuran *Body Image***

#### **a. Definisi Operasional *Body Image***

Penilaian mengenai berat tubuh seseorang, ukuran badan, atau aspek tubuhalainnya yang mengacu pada performa fisik individu yang diukur oleh penilaian terhadap evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap tubuh mereka, kecemasan tentang kenaikan berat badan, dan klasifikasi ukuran tubuh mereka.

#### **b. Alat Ukur**

*The Multidimensional Body-Self Relation Questionnaire-Appearance Scale (MBSRQ-AS)*, seperti yang dijelaskan oleh Cash (2000) merupakan alat ukur yang digunakan untuk menguji *body image* dan diadaptasi dari skripsi yang disusun oleh Masda (2022) dan diukur berdasarkan aspek evaluasi penampilan, orientasi

penampilan, kecemasan tentang kelebihan berat badan, kelebihan berat badan keasyikan, kepuasan dengan bagian tubuh, dan kategorisasi ukuran tubuh (berat yang diklasifikasikan sendiri). Ada 32 pertanyaan pada skala ini, dan ada 4 kemungkinan jawaban pada skala Likert: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skala *body image* memiliki struktur sebagai berikut, yang akan dibahas pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. Blue Print The Multidimensional Body-Self Relation Questionnaire-Appearance Scale (MBSRQ-AS)**

Aspek	Nomor		Jumlah
	Favo	Unfavo	
Evaluasi Penampilan	1, 2, 3, 4	5, 6, 7, 8	8
Orientasi Penampilan	9, 10, 11, 12	13, 14, 15	7
Kepuasan Terhadap Bagian Tubuh	16, 17, 18	19, 20, 21	6
Kecemasan Menjadi Gemuk	22, 23, 24, 25	26, 27, 28	7
Pengkategorian Ukuran Tubuh	29, 30	31, 32	4
Total	32	15	32

**Tabel 2 Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel *Body Image***

Favourable		Unfavorable	
Jawaban	Nilai	Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	4	Sangat Setuju	1

Setuju	3	Setuju	2
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	4

c. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas *Body Image*

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu item dengan melihat nilai koefisien tiap item  $\geq 0,30$  dan bernilai positif (Muhid, 2019). Subjek yang digunakan untuk mengukur validitas sebanyak 43 orang. Pengujian validitas dilakukan menggunakan program SPSS 26. Berikut hasil uji validitas dari variabel *body image*

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas *Body Image***

	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
item1	.592	Valid
item2	.668	Valid
item3	.689	Valid
item4	.646	Valid
item5	.548	Valid
item6	.578	Valid
item7	.589	Valid
item8	.646	Valid
item9	.348	Valid
item10	.335	Valid
item11	.156	Tidak Valid
item12	.269	Tidak Valid
item13	.294	Tidak Valid
item14	.109	Tidak Valid

item15	.170	Tidak Valid
item16	.411	Valid
item17	.587	Valid
item18	.531	Valid
item19	.174	Tidak Valid
item20	.514	Valid
item21	.446	Valid
item22	.355	Valid
item23	.323	Valid
item24	.422	Valid
item25	.156	Tidak Valid
item26	.205	Tidak Valid
item27	.185	Tidak Valid
item28	.323	Valid
item29	.458	Valid
item30	.598	Valid
item31	.221	Tidak Valid
item32	.498	Valid

## 2. Uji Reabilitas *Body Image*

Uji Reabilitas merupakan uji guna mengetahui tingkat kepercayaan, konsistensi, atau kestabilan hasil pengukuran dari skala yang digunakan (Budiastuti & Bandur, 2018). Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan SPSS 26.

Berikut hasil uji reabilitas pada variabel *body image*

**Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas *Body Image***

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	22

## 1. Instrumen Pengukuran *Gratitude*

### a. Definisi Operasional

Perasaan atau emosi yang berpotensi tumbuh menjadi sikap dan nilai positif dapat diukur dengan rasa bangga, seberapa sering seseorang mengucapkan terima kasih, apa yang disyukuri, dan kepada siapa.

### b. Alat Ukur

*The Gratitude Questionnaire (GQ-6)* yang dibuat oleh McCullough, Emmons, & Tsang (2002) merupakan alat uji yang digunakan untuk mengukur variabel rasa syukur. dan sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Martin Seligman (2005) yang terdiri dari empat aspek yaitu intensitas, frekuensi, rentang, dan kepadatan. Skala ini memiliki enam item dengan empat kemungkinan tanggapan pada skala Likert: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skala GQ-6 dijelaskan dalam tabel di bawah ini, adalah sebagai berikut:



**Tabel 5. Blue Print *Gratitude Questionnaire (GQ-6)***

Aspek	Nomor		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Intensity	1	-	1
Frequency	-	6	1
Span	5	-	1
Density	2, 4	3	3
Total	4	2	6

**Tabel 6. Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel *Gratitude***

Favourable		Unfavorable	
Jawaban	Nilai	Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	4	Sangat Setuju	1
Setuju	3	Setuju	2
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	4

c. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas *Gratitude*

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu item dengan melihat nilai koefisien tiap item  $\geq 0,30$  dan bernilai positif (Muhid, 2019). Subjek yang digunakan

untuk mengukur validitas sebanyak 43 orang. Pengujian validitas dilakukan menggunakan program SPSS 26. Berikut hasil uji validitas dari variabel *gratitude*

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas *Gratitude***

	<b>Corrected Item-Total Correlation</b>	<b>Keterangan</b>
item1	.450	Valid
item2	.464	Valid
item3	.463	Valid
item4	.316	Valid
item5	.414	Valid
item6	.307	Valid

## 2. Uji Reabilitas *Gratitude*

Uji Reabilitas merupakan uji guna mengetahui tingkat kepercayaan, konsistensi, atau kestabilan hasil pengukuran dari skala yang digunakan (Budiastuti & Bandur, 2018). Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan SPSS 26. Berikut hasil uji reabilitas pada variabel *gratitude*

**Tabel 8. Hasil Uji Reabilitas *Gratitude***

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.644</b>	<b>6</b>

## 2. Instrumen Pengukuran *Self Compassion*

### a. Definisi Operasional

Suatu kemampuan untuk memperluas pemahaman dan kasih sayang kepada diri sendiri ketika mengalami kegagalan, membuat kesalahan, atau mengalami penderitaan dengan tidak menghakimi dengan keras dan mengkritik diri atas kesalahan, kekurangan, kegagalan, atau penderitaan yang dialami yang diukur dari berkasih sayang dengan diri sendiri, memahami tentang luasnya pengalaman manusia, serta berpola pikir terbuka dan objektif.

### b. Alat Ukur

Penelitian ini mengadaptasi *Self-Compassion Scale (SCS)* yang dibuat untuk menilai *self compassion* (Neff, 2003) dan sudah diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia oleh Sugianto, Suwartono, & Sutanto (2020). Skala ini didasarkan pada tiga kriteria: *self kindness*, *self judgement*, *common humanity*, *isolation*, *mindfulness*, dan *over identified*. Ada 26 pertanyaan pada skala ini, dan ada empat kemungkinan jawaban pada skala Likert: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skala SCS dijelaskan dalam tabel di bawah ini, adalah sebagai berikut:

**Tabel 9. Blue Print *Self Compassion Scale (SCS)***

Aspek	Nomor		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
<i>Self Kindness</i>	5, 12, 19, 23, 26	-	5
<i>Self Judgement</i>	-	1, 8, 11, 16, 21	5
<i>Common Humanity</i>	3, 7, 10, 15	-	4
<i>Isolation</i>	-	4, 13, 18, 25	4
<i>Mindfulness</i>	9, 14, 17, 22	-	4
<i>Over Identified</i>	-	2, 6, 20, 24	4
Total	13	13	26

**Tabel 10. Penilaian Berdasarkan Skala Likert Variabel *Self Compassion***

Favourable		Unfavorable	
Jawaban	Nilai	Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	4	Sangat Setuju	1
Setuju	3	Setuju	2
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	4

b. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas *Self Compassion*

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu item dengan melihat nilai koefisien tiap item  $\geq 0,30$  dan bernilai positif (Muhid, 2019). Subjek yang digunakan untuk mengukur validitas sebanyak 43 orang. Pengujian validitas dilakukan menggunakan program SPSS 26. Berikut hasil uji validitas dari variabel *self compassion*

**Tabel 11. Hasil Uji Validitas *Self Compassion***

	<b>Corrected Item- Total Correlation</b>	
item1	.280	Tidak Valid
item2	.574	Valid
item3	.164	Tidak Valid
item4	.614	Valid
item5	.260	Tidak Valid
item6	.500	Valid
item7	.362	Valid
item8	.475	Valid
item9	.108	Tidak Valid
item10	.431	Valid
item11	.439	Valid
item12	.398	Valid
item13	.178	Tidak Valid
item14	.446	Valid
item15	.621	Valid
item16	.451	Valid

item17	.496	Valid
item18	.544	Valid
item19	.224	Tidak Valid
item20	.499	Valid
item21	.560	Valid
item22	.402	Valid
item23	.528	Valid
item24	.524	Valid
item25	.335	Valid
item26	.343	Valid

## 2. Uji Reabilitas *Self Compassion*

Uji Reabilitas merupakan uji guna mengetahui tingkat kepercayaan, konsistensi, atau kestabilan hasil pengukuran dari skala yang digunakan (Budiastuti & Bandur, 2018). Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien reabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Sugiyono, 2012). Penelitian ini menggunakan SPSS 26. Berikut

hasil uji reabilitas pada variabel *self compassion*

**Tabel 12. Hasil Uji Reabilitas *Self Compassion***

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	20

## F. Analisis Data

Penelitian ini metode analisis yang digunakan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment*. Korelasi Person digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variable yang

berbentuk interval atau rasio, dan memiliki sumber data dari dua variable atau lebih itu sama. (Sugiyono, 2013). Karl Pearson yang mengemukakan Korelasi *Pearson* ini pada tahun 1990. Analisis ini bertujuan menemukan hubungan efisien yang disimbolkan melalui  $r$  yang berguna supaya tahu derajat hubungan dan besar kontribusi antara variabel bebas dan terikat.

**Tabel 13. Interpretasi Koefisien Korelasi *Pearson***

Nilai $r$	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Analisa data menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Hal tersebut memiliki tujuan memberi estimasi besar koefisien dari persamaan linier dengan melibatkan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Analisis data akan menunjukkan informasi besarnya pengaruh antar 2 variabel bebas yaitu *gratitude* dan *self compassion* terhadap variabel terikat yaitu *body image*.

Uji asumsi perlu dilakukan peneliti sebelum menganalisis data dengan tujuan mengetes kualitas data melalui uji normalitas dan juga uji linieritas (Darmawan, dkk. 2015)

#### 1. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya ujij ini yaitu supaya tahu data variabel independent dan juga dependen yang dipakai memiliki distribusi secara

normal atau tidak. Prosedur normalitas populasi menggunakan metode

Lillifors yaitu:

H<sub>0</sub> : Data berdistribusi normal

H<sub>1</sub> : Data berdistribusi tidak normal

## 2. Uji Linieritas

Tujuan dilakukannya uji ini supaya syarat analisis regresi hubungan fungsional antara X dan Y terpenuhi pada populasi yang linier. Prosedur uji linieritas yaitu :

H<sub>0</sub> : Hubungan antara X dan Y linier

H<sub>1</sub> : Hubungan antara X dan Y tidak linier

Setelah itu, hasil dari kedua uji diatas dilaksanakan untuk syarat sebelum melakukan uji korelasi, sehingga peneliti nantinya mampu mendapatkan hasil yang seharusnya dan tidak terdapat penyimpangan.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **A. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian**

Persiapan yang perlu dilakukan sebelum penelitian bertujuan supaya memberikan hasil yang terbaik. Hal tersebut dilakukan guna mengurangi beberapa permasalahan yang terjadi saat penelitian. Beberapa persiapan yang dilakukan pada penelitian ini, yaitu:

1. Peneliti mengenali permasalahan yang akan diteliti nantinya dengan merumuskan permasalahan dan membuat tujuan penelitian. Kemudian peneliti memutuskan untuk menggunakan metode kuantitatif. Lalu, peneliti menentukan tema penelitian, variabel penelitian, serta hipotesis penelitian. Peneliti juga melakukan studi literatur dengan tujuan mempermudah peneliti mempelajari teori, hipotesis, serta mendukung variabel yang akan diteliti.
2. Peneliti menentukan subjek dan menyesuaikan kriteria responden supaya mendapatkan hasil yang sesuai dengan apa yang diharapkan. Fokus pada penelitian ini yaitu mahasiswa dewasa awal pengguna TikTok yang berkuliah di Surabaya

3. Peneliti menyusun alat ukur dengan memodifikasi yang telah ada dengan tujuan sebagai penyesuaian pada penelitian yang akan dilakukan
4. Pengambilan data dilakukan melalui penyebaran melalui online yang dilaksanakan pada tanggal 10 Januari 2022 – 14 Januari 2022
5. Penyebaran kepada mahasiswa dewasa awal menggunakan bantuan *google form*

## B. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan dewasa awal pengguna TikTok yang berkuliah di Surabaya. Populasi pada penelitian ini merupakan populasi infinit sehingga peneliti menggunakan teori pengambilan sampel dari Roscoe (dalam Sugiyono, 2018) yang menyatakan bahwa suatu ukuran sampel dikatakan cocok untuk penelitian ialah antara 30 sampai dengan 500 orang. Peneliti mendapati sebanyak 250 responden. Deskripsi subjek dapat dipaparkan pada beberapa kategori, yaitu:

### 1. Deskripsi Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 14. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	57	23%
Perempuan	193	77%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Pada table diatas menunjukkan terdapat 100 subjek dewasa awal dengan berjenis kelamin laki-laki sebesar 57 orang dengan jumlah

presentase 23% dan perempuan 193 orang dengan jumlah presentase 77%.

## 2. Deskripsi Subjek Berdasarkan Usia

**Tabel 15. Pengelompokkan Subjek Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Presentase
18	10	4%
19	25	10%
20	33	13%
21	80	32%
22	74	30%
23	23	9%
24	3	1%
30	2	1%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Pada table diatas menunjukkan kategori usia pada penelitian ini yang berjumlah 250 orang. Terdapat usia 18 tahun sebanyak 10 orang atau presentase sebesar 4%, usia 19 tahun sebanyak 25 orang atau presentase sebesar 10%, usia 20 tahun sebanyak 33 orang atau presentase sebesar 13%, usia 21 sebanyak 21 tahun sebanyak 80 orang atau presentase sebesar 32%, usia 22 tahun sebanyak 74 orang atau presentase sebesar 30%, usia 23 tahun sebesar 9%, usia 24 tahun sebanyak 3 orang atau presentase sebesar 1%, dan usia 30 tahun sebanyak 2 orang atau presentase sebesar 1%.

## C. Deskripsi Subjek Berdasarkan Semester

**Tabel 16. Pengelompokkan Subjek Berdasarkan Semester**

Semester	Frekuensi	Presentase
1	12	5%
3	21	8%
5	47	19%
7	159	64%
9	9	4%
11	2	1%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan pengkategorian berdasarkan semester dari instansi perguruan tinggi yang ada di Surabaya dengan total 250 subjek. Semester 1 memiliki jumlah sebanyak 12 orang atau sebesar 5%, Semester 3 sebanyak 21 orang atau sebesar 8%, Semester 5 sebanyak 47 orang atau sebesar 19%, Semester 7 sebanyak 159 orang atau sebesar 64%, Semester 9 sebanyak 9 orang atau sebesar 4%, dan Semester 11 sebanyak 2 orang atau sebesar 4%.

#### D. Deskripsi Subjek Berdasarkan Kategori Pengguna

**Tabel 17. Pengelompokkan Subjek Berdasarkan Kategori Pengguna**

Kategori Pengguna	Frekuensi	Presentase
Pengguna Aktif	101	40%
Pengguna Pasif	149	60%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan pengkategorian berdasarkan pengguna aktif dan pasif dengan total 250 subjek. Pengguna aktif memiliki jumlah sebanyak 101 orang atau sebesar 40% dan pengguna pasif memiliki jumlah sebanyak 149 orang atau sebesar 60%.

## E. Deskripsi Subjek Berdasarkan Lama Pengguna

**Tabel 18. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Lama Pengguna**

<b>Lama Pengguna</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
< 1 Tahun	45	18%
1 Tahun	56	22%
2 Tahun	58	23%
3 tahun	60	24%
> 3 Tahun	31	12%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan pengkategorian berdasarkan lama penggunaan dari aplikasi TikTok dengan total 250 subjek. < 1 tahun memiliki jumlah sebanyak 45 orang atau sebesar 18%, 1 tahun sebanyak 56 orang atau sebesar 22%, 2 tahun sebanyak 58 orang atau sebesar 23%, 3 tahun sebanyak 60 orang atau sebesar 24%, dan > 3 tahun sebanyak 31 orang atau sebesar 12%.

## F. Deskripsi Subjek Berdasarkan Waktu Penggunaan

**Tabel 19. Pengelompokan Subjek Berdasarkan Waktu Penggunaan**

<b>Waktu Penggunaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
< 1 Jam per hari	34	14%
1 Jam per hari	26	10%
2 Jam per hari	50	20%
3 Jam per hari	66	26%
> 3 Jam per hari	74	30%
<b>Total</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan pengkategorian berdasarkan waktu penggunaan dari aplikasi TikTok dengan total 250 subjek. < 1 jam per

hari memiliki jumlah sebanyak 34 orang atau sebesar 14%, 1 jam per hari sebanyak 26 orang atau sebesar 10%, 2 jam per hari sebanyak 50 orang atau sebesar 20%, 3 jam per hari sebanyak 66 orang atau sebesar 26%, dan > 3 jam per hari sebanyak 74 orang atau sebesar 30%.

### 3. Deskripsi Statistik

Analisis dilakukan supaya tahu suatu gambaran mean, standar deviasi, nilai minimum, dan maksimum. Berdasarkan hasil analisis deskripsi statistic melalui SPSS 26 diperoleh hasil mean, nilai maksimum, jumlah, dan standar deviasi. Berikut analisis data deskriptif berdasarkan masing-masing kategori :

#### a. Deskripsi Kategorisasi Data

Berdasarkan data penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan deskripsi data dalam bentuk table:

**Tabel 20. Deskripsi Statistik**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Gratitude	250	12	24	19.75	2.15
Self Compassion	250	35	80	52.46	6.43
Body Image	250	32	88	58.98	9.95

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa terdapat 250 subjek yang mengisi instrument penelitian. Hasil deskripsi statistik pada setiap variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel *Gratitude* memiliki skor minimum 12 dan maksimum 24. Sedangkan, mean yaitu 19,75 dan standar deviasi sebesar 2,15
- 2) Variabel *Self Compassion* memiliki skor minimum 35 dan maksimum 80. Sedangkan, mean yaitu 52,46 dan standar deviasi sebesar 6,43
- 3) Variabel *Body Image* memiliki skor minimum 32 dan maksimum 80. Sedangkan, mean yaitu 58,98 dan standar deviasi sebesar 9,95

Setelah uji deskriptif, lalu dilakukan kategorisasi skor disetiap variabel dari seluruh jawab responden guna mengetahui total subjek yang berada pada kategori rendah, sedang, dan tinggi. Kategorisasi skor ditunjukkan pada table berikut:

**Tabel 21. Rumus Kategori**

Kategori	Rumus
Rendah	$X < \text{Mean} - \text{Std}$
Sedang	$\text{Mean} - \text{Std} < X < \text{Mean} + \text{Std}$
Tinggi	$X > \text{Mean} + \text{Std}$
Keterangan	X = Skor Subjek, M = Mean, Std = Standar Deviasi

Berdasarkan tabel diatas, perhitungan pada rumus tersebut guna menentukan kategorisasi yang akan diterapkan disetiap variabel. Maka rumus kategori pada variabel *gratitude*, *self compassion* dan *body image* adalah sebagai berikut:

**Tabel 22. Mean dan Standar Deviasi**

	<b>Gratitude</b>	<b>Self Compassion</b>	<b>Body Image</b>
Mean	19.75	52.46	58.98
Std	2.15	6.43	9.95
Mean-Std	17.60	46.03	49.03
Mean+Std	21.90	58.88	68.93

Berdasarkan tabel rumus kategorisasi serta tabel mean dan deviasi, dilakukan perhitungan guna menemukan kategorisasi yang akan ditetapkan pada setiap variabel, maka rumus *gratitude* adalah sebagai berikut:

**Tabel 23. Kategorisasi variabel Gratitude**

<i>Gratitude</i>			
<b>Kategori</b>	<b>Rumus</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
Rendah	$X < 19.75$	102	41%
Sedang	$19.75 < X < 21.90$	86	34%
Tinggi	$X > 21.90$	62	25%

Berdasarkan tabel kategorisasi variabel gratitude, dapat dilihat bahwa kategori rendah pada variabel gratitude sebanyak 102 responden dengan presentase 41%. Kategori sedang pada variabel gratitude sebanyak 86 responden dengan presentase 34%. Kategorisasi tinggi pada variabel gratitude



sebanyak 62 responden dengan presentase 25%. Berikut kategorisasi pada variabel *self compassion* pada tabel dibawah ini:

**Tabel 24. Kategorisasi variabel Self Compassion**

Self Compassion			
Kategori	Rumus	N	%
Rendah	$X < 46.03$	42	17%
Sedang	$46.03 < X < 58.88$	171	68%
Tinggi	$X > 58.88$	37	15%

Berdasarkan tabel kategorisasi variabel *self compassion*, dapat dilihat bahwa kategori rendah pada variabel *self compassion* sebanyak 42 responden dengan presentase 17%. Kategori sedang pada variabel *self compassion* sebanyak 171 dengan presentase 68%. Kategorisasi tinggi pada variabel *self compassion* sebanyak 37 orang dengan presentase 15%. Berikut kategorisasi variabel *Body Image* pada tabel di bawah ini:

**Tabel 25. Kategorisasi variabel Body Image**

Body Image			
Kategori	Rumus	N	%
Rendah	$X < 49.03$	37	15%
Sedang	$49.03 < X < 68.93$	182	73%
Tinggi	$X > 68.93$	31	12%

Berdasarkan tabel kategorisasi variabel *body image*, dapat dilihat bahwa kategori rendah pada variabel *body image* sebanyak 37 responden dengan presentase 15%. Kategorisasi sedang pada variabel *body image*

sebanyak 182 responden dengan presentase 73%. Kategorisasi tinggi pada variabel body image sebanyak 31 responden dengan presentase 12%.

**b. Deskripsi Data Tabulasi silang**

**1) Deskripsi Data Tabulasi Silang Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Responden**

**Tabel 26. Hasil Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Gratitude**

		Gratitude			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Jenis Kelamin	Perempuan	80	64	49	193
	Laki-laki	22	22	13	57
Total		102	86	62	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara jenis kelamin pengguna TikTok dengan *gratitude*. Terdapat responden perempuan sebanyak 193 orang dan laki-laki sebanyak 57 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 102 orang, sedang 86 orang, dan tinggi 62 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori rendah.

**Tabel 27. Hasil Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Self Compassion**

		Self Compassion			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Jenis Kelamin	Perempuan	33	127	33	193
	Laki-laki	9	44	4	57
Total		42	171	37	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara jenis kelamin pengguna TikTok dengan *self compassion*. Terdapat responden perempuan sebanyak 193 orang dan laki-laki sebanyak 57 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 42 orang, sedang 171 orang, dan tinggi 37 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

**Tabel 28. Hasil Silang Tabulasi Jenis Kelamin dengan Body Image**

		Body Image			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Jenis Kelamin	Perempuan	30	136	27	193
	Laki-laki	7	46	4	57
Total		37	182	31	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara jenis kelamin pengguna TikTok dengan *body image*. Terdapat responden perempuan sebanyak 193 orang dan laki-laki sebanyak 57 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 37 orang, sedang 182 orang, dan tinggi 31 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

## 2) Deskripsi data tabulasi silang berdasarkan usia

**Tabel 29. Hasil Tabulasi Silang Usia dengan Gratitude**

		Gratitude			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
usia	18 tahun	2	5	3	10
	19 tahun	12	6	7	25
	20 tahun	18	8	7	33
	21 tahun	25	34	21	80
	22 tahun	36	21	17	74
	23 tahun	6	11	6	23
	24 tahun	2	0	1	3
	30 tahun	1	1	0	2
	Total		102	86	62

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara usia pengguna TikTok dengan *gratitude*. Terdapat responden berusia 18 Tahun sebanyak 10 orang, 19 Tahun sebanyak 25 orang, 20 Tahun sebanyak 33 orang, 21 Tahun sebanyak 80 orang, 22 Tahun sebanyak 74 orang, 23 Tahun sebanyak 23 orang, 24 Tahun sebanyak 3 orang, dan 30 Tahun sebanyak 2 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 102 orang, sedang 86 orang, dan tinggi 62 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori rendah.

**Tabel 30. Hasil Tabulasi Silang Usia dengan Self Compassion**

		Self Compassion			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
usia	18 tahun	1	7	2	10
	19 tahun	2	14	9	25

20 tahun	9	19	5	33
21 tahun	15	55	10	80
22 tahun	11	55	8	74
23 tahun	1	19	3	23
24 tahun	2	1	0	3
30 tahun	1	1	0	2
Total	42	171	37	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara usia pengguna TikTok dengan *gratitude*. Terdapat responden berusia 18 Tahun sebanyak 10 orang, 19 Tahun sebanyak 25 orang, 20 Tahun sebanyak 33 orang, 21 Tahun sebanyak 80 orang, 22 Tahun sebanyak 74 orang, 23 Tahun sebanyak 23 orang, 24 Tahun sebanyak 3 orang, dan 30 Tahun sebanyak 2 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 42 orang, sedang 171 orang, dan tinggi 37 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

**Tabel 31. Hasil Tabulasi Silang Usia dengan Body Image**

		Body Image			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
usia	18 tahun	1	7	2	10
	19 tahun	2	18	5	25
	20 tahun	8	21	4	33
	21 tahun	9	59	12	80
	22 tahun	12	55	7	74
	23 tahun	5	17	1	23
	24 tahun	0	3	0	3
	30 tahun	0	2	0	2
Total		37	182	31	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara usia pengguna TikTok dengan *gratitude*. Terdapat responden berusia 18 Tahun sebanyak 10 orang, 19 Tahun sebanyak 25 orang, 20 Tahun sebanyak 33 orang, 21 Tahun sebanyak 80 orang, 22 Tahun sebanyak 74 orang, 23 Tahun sebanyak 23 orang, 24 Tahun sebanyak 3 orang, dan 30 Tahun sebanyak 2 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 37 orang, sedang 182 orang, dan tinggi 31 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

### 3) Deskripsi data tabulasi silang berdasarkan semester

**Tabel 32. Hasil Tabulasi Silang Semester dengan Gratitude**

		Gratitude			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Semester	semester 1	3	5	4	12
	semester 3	10	5	6	21
	semester 5	23	13	11	47
	semester 7	61	58	40	159
	semester 9	4	4	1	9
	semester 11	1	1	0	2
Total		102	86	62	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara semester pengguna TikTok dengan *gratitude*. Terdapat responden semester 1 sebanyak 12 orang, semester3 sebanyak 21 orang, semester 5 sebanyak 47 orang, semester 7 sebanyak 159 orang, semester 9 sebanyak 9 orang, dan semester 11 sebanyak 2 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah

responden dengan kategori rendah sebanyak 102 orang, sedang 86 orang, dan tinggi 62 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori rendah.

**Tabel 33. Hasil Tabulasi Silang Semester dengan Self Compassion**

		Self Compassion			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Semester	semester 1	1	8	3	12
	semester 3	2	11	8	21
	semester 5	12	30	5	47
	semester 7	23	117	19	159
	semester 9	3	4	2	9
	semester 11	1	1	0	2
Total		42	171	37	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara semester pengguna TikTok dengan *self compassion*. Terdapat responden semester 1 sebanyak 12 orang, semester3 sebanyak 21 orang, semester 5 sebanyak 47 orang, semester 7 sebanyak 159 orang, semester 9 sebanyak 9 orang, dan semester 11 sebanyak 2 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 42 orang, sedang 171 orang, dan tinggi 37 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

**Tabel 34 . Hasil Tabulasi Silang Semester dengan Body Image**

		Body Image			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Semester	semester 1	1	8	3	12
	semester 3	2	15	4	21
	semester 5	9	33	5	47
	semester 7	24	116	19	159
	semester 9	1	8	0	9
	semester 11	0	2	0	2
Total		37	182	31	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara semester pengguna TikTok dengan *self compassion*. Terdapat responden semester 1 sebanyak 12 orang, semester3 sebanyak 21 orang, semester 5 sebanyak 47 orang, semester 7 sebanyak 159 orang, semester 9 sebanyak 9 orang, dan semester 11 sebanyak 2 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 37 orang, sedang 182 orang, dan tinggi 31 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

**4) Deskripsi data tabulasi silang berdasarakan kategori pengguna**

**Tabel 35. Hasil Tabulasi Silang Kategori Pengguna dengan Gratitude**

		Gratitude			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
kategori pengguna	Pengguna aktif	45	32	24	101
	pengguna pasif	57	54	38	149
Total		102	86	62	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara kategori pengguna TikTok dengan *gratitude*. Terdapat responden pengguna TikTok aktif sebanyak 101 orang dan pengguna TikTok pasif sebanyak 149 orang. Pada



hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 102 orang, sedang 86 orang, dan tinggi 62 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori rendah.

**Tabel 36. Hasil Tabulasi Silang Kategori Pengguna dengan Self Compassion**

		Self Compassion			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
kategori pengguna	Pengguna aktif	17	66	18	101
	pengguna pasif	25	105	19	149
Total		42	171	37	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara kategori pengguna TikTok dengan *self compassion*. Terdapat responden pengguna TikTok aktif sebanyak 101 orang dan pengguna TikTok pasif sebanyak 149 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 42 orang, sedang 171 orang, dan tinggi 37 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

**Tabel 37. Hasil Tabulasi Silang Kategori Pengguna dengan Body Image**

		Body Image			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
kategori pengguna	Pengguna aktif	13	74	14	101
	pengguna pasif	24	108	17	149
Total		37	182	31	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara kategori pengguna TikTok dengan *body image*. Terdapat responden pengguna TikTok aktif sebanyak 101 orang dan pengguna TikTok pasif sebanyak 149 orang.

Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 37 orang, sedang 182 orang, dan tinggi 31 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

**5) Deskripsi data tabulasi silang berdasarkan waktu penggunaan**

**Tabel 38. Hasil Tabulasi Silang Waktu Penggunaan dengan Gratitude**

		Gratitude			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Durasi waktu perhari	<1 jam	13	11	10	34
	1 jam	13	8	5	26
	2 jam	22	17	11	50
	3 jam	24	26	16	66
	>3 jam	30	24	20	74
Total		102	86	62	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara waktu penggunaan TikTok dengan *gratitude*. Terdapat responden lama pengguna TikTok <1 jam per hari sebanyak 34 orang, 1 jam per hari sebanyak 26 orang, 2 jam per hari sebanyak 50 orang, 3 jam per hari sebanyak 66 Orang, dan > 3 jam peer hari sebanyak 74 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 102 orang, sedang 86 orang, dan tinggi 62 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori rendah.

**Tabel 39. Hasil Tabulasi Silang Waktu Penggunaan dengan Self Compassion**

		Self Compassion			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	

Durasi waktu perhari	<1 jam	3	20	11	34
	1 jam	7	15	4	26
	2 jam	9	38	3	50
	3 jam	10	43	13	66
	>3 jam	13	55	6	74
Total		42	171	37	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara waktu penggunaan TikTok dengan *self compassion*. Terdapat responden lama pengguna TikTok <1 jam per hari sebanyak 34 orang, 1 jam per hari sebanyak 26 orang, 2 jam per hari sebanyak 50 orang, 3 jam per hari sebanyak 66 Orang, dan > 3 jam peer hari sebanyak 74 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 42 orang, sedang 171 orang, dan tinggi 37 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

**Tabel 40. Hasil Tabulasi Silang Waktu Penggunaan dengan Body Image**

Durasi waktu perhari		Body Image			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
Durasi waktu perhari	<1 jam	3	24	7	34
	1 jam	6	16	4	26
	2 jam	7	40	3	50
	3 jam	10	45	11	66
	>3 jam	11	57	6	74
Total		37	182	31	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara waktu penggunaan TikTok dengan *body image*. Terdapat responden lama pengguna

TikTok <1 jam per hari sebanyak 34 orang, 1 jam per hari sebanyak 26 orang, 2 jam per hari sebanyak 50 orang, 3 jam per hari sebanyak 66 Orang, dan > 3 jam per hari sebanyak 74 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 37 orang, sedang 182 orang, dan tinggi 31 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

#### 6) Deskripsi data tabulasi silang berdasarkan lama pengguna

**Tabel 41. Hasil Tabulasi Silang Lama Pengguna dengan Gratitude**

		Gratitude			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
lamanya pengguna tiktok	<1 tahun	18	16	11	45
	1 tahun	27	16	13	56
	2 tahun	19	22	17	58
	3 tahun	29	19	12	60
	>3 tahun	9	13	9	31
Total		102	86	62	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara lama pengguna TikTok dengan *gratitude*. Terdapat responden lama pengguna TikTok <1 Tahun sebanyak 45 orang, 1 Tahun sebanyak 56 orang, 2 Tahun sebanyak 58 orang, 3 Tahun sebanyak 60 Orang, dan > 3 Tahun sebanyak 31 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 102 orang, sedang 86 orang, dan tinggi 62 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori rendah.

**Tabel 42. Hasil Tabulasi Silang Lama Pengguna dengan Self Compassion**

		Self Compassion	Total
--	--	-----------------	-------

		Rendah	Sedang	Tinggi	
lamanya pengguna tiktok	<1 tahun	6	25	14	45
	1 tahun	11	41	4	56
	2 tahun	10	37	11	58
	3 tahun	11	44	5	60
	>3 tahun	4	24	3	31
Total		42	171	37	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara lama pengguna TikTok dengan *self compassion*. Terdapat responden lama pengguna TikTok <1 Tahun sebanyak 45 orang, 1 Tahun sebanyak 56 orang, 2 Tahun sebanyak 58 orang, 3 Tahun sebanyak 60 Orang, dan > 3 Tahun sebanyak 31 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 42 orang, sedang 171 orang, dan tinggi 37 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

**Tabel 43. Hasil Tabulasi Silang Lama Pengguna dengan Body Image**

		Body Image			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
lamanya pengguna tiktok	<1 tahun	6	31	8	45
	1 tahun	7	43	6	56
	2 tahun	9	40	9	58
	3 tahun	10	44	6	60
	>3 tahun	5	24	2	31
Total		37	182	31	250

Tabel diatas menunjukkan hasil tabulasi silang antara lama pengguna TikTok dengan *body image*. Terdapat responden lama pengguna TikTok <1 Tahun sebanyak 45 orang, 1 Tahun sebanyak 56 orang, 2 Tahun sebanyak 58

orang, 3 Tahun sebanyak 60 Orang, dan > 3 Tahun sebanyak 31 orang. Pada hasil tabulasi diatas jumlah responden dengan kategori rendah sebanyak 37 orang, sedang 182 orang, dan tinggi 31 orang. Pada tabulasi ini mayoritas responden termasuk dalam kategori sedang.

## B. Pengujian Hipotesis

### A. Hasil Uji Prasyarat

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan supaya tahu distribusi data yang terkumpul terdistribusi secara normal atau tidak (Sugiyono & Susanto, 2015). Dapat dikatakan normal apabila nilai data sig > 0,05, jika nilai data sig < 0,05 maka dikatakan tidak terdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan melalui aplikasi SPSS 26 dengan hasil:

**Tabel 44. Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	9.40088867
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.052
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		1.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.147

Berdasarkan table diatas, uji normalitas diperoleh hasil nilai signifikansi 0,147 yang berarti memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Hal tersebut berarti menunjukkan data yang terdistribusi normal.

#### b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan dengan membandingkan nilai sig F hitung dengan F table. Apabila nilai sig > 0,05 dan hasil perbandingan menunjukkan nilai F hitung lebih kecil dari F table merupakan korelasi linier dan sebaliknya apabila nilai sig < 0,05 dan F hitung lebih besar dari F tabel merupakan korelasi tidak linier. F hitung merupakan nilai diperoleh dari perhitungan, dan F table adalah nilai F diperoleh dari table. Uji linieritas penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26 dengan hasil:

**Tabel 45. Hasil Uji Reabilitas X1 terhadap Y**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
			(Combined)	1282.600	2	641.300	6.773	.001
<i>Body Image * Gratitude</i>	Between Groups	Linearity	1272.260	1	1272.260	13.437	.000	
		Deviation from Linearity	10.340	1	10.340	.109	.741	
	Within Groups		23386.300	247	94.681			
<b>Total</b>			<b>24668.900</b>	<b>249</b>				

Berdasarkan hasil uji pada table diatas memperlihatkan nilai sig variabel *gratitude* terhadap variabel *body image*

memiliki nilai 0,741. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nilai 0,741 lebih besar dari 0,05 sehingga terdapat hubungan yang linear antara variabel *gratitude* dengan *body image*.

**Tabel 46. Hasil Uji Reabilitas X2 terhadap Y**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
			(Combined)	4974.569	33	150.745	1.653	.019
<i>Body Image * Self Compassion</i>	Between Groups	Linearity	1992.634	1	1992.634	21.854	4	.000
		Deviation from Linearity	2981.935	32	93.185	1.022		.441
	Within Groups		19694.331	216	91.177			
<b>Total</b>			<b>24668.900</b>	<b>249</b>				

Berdasarkan hasil uji pada table diatas memperlihatkan nilai sig variabel *self compassion* terhadap variabel *body image* memiliki nilai 0,441. Hal tersebut memperlihatkan bahwa nilai 0,441 lebih besar dari 0,05 sehingga terdapat hubungan yang linear antara variabel *self compassion* dengan *body image*.



## B. Hasil Uji Pearson

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian dapat diterima atau ditolak serta untuk mengetahui jenis hubungan antar variabel bersifat positif atau negatif. Pada penelitian ini menggunakan uji *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Bila hasil sig < 0,05 maka variabel berkorelasi, jika nilai sig > 0,05 maka tidak berkorelasi antar variabel dependen dan independent. Hasil uji hipotesis sebagai berikut:

**Tabel 47. Hasil Uji Pearson *Gratitude* dan *Body Image***

		X1	Y
<i>Gratitude</i>	Pearson Correlation	1	.227**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	250	250
<i>Body Image</i>	Pearson Correlation	.227**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	250	250

Hasil uji pearson diatas menunjukkan adanya hubungan antara *gratitude* dan *body image* ditunjukkan dengan hasil sig. sebesar < 0,05, dengan koefisien korelasi sebesar 0,227 yang berarti memiliki korelasi positif yang rendah antara variabel *gratitude* dan *body image*.

Hal ini sesuai dengan penelitian Widawati, dkk. (2018), dan Santi & Zahra (2022). Hasil penelitian Widawati, dkk. (2018) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara rasa syukur (*gratitude*) dengan citra tubuh (*body image*) pada siswi di

Bandung. Dari penelitian Santi & Zahra (2022) diketahui terdapat bahwa korelasi yang signifikan antara *gratitude* dengan *body image*.

**Tabel 48. Hasil Uji Pearson *Self Compassion* dan *Body Image***

		X2	Y
<i>Self Compassion</i>	<b>Pearson Correlation</b>	1	.284**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>		.000
	<b>N</b>	250	250
<i>Body Image</i>	<b>Pearson Correlation</b>	.284**	1
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000	
	<b>N</b>	250	250

Hasil uji pearson diatas menunjukkan adanya hubungan antara *self compassion* dan *body image* ditunjukkan dengan hasil sig sebesar  $< 0,05$  dengan koefisien korelasi sebesar 0,284 yang berarti memiliki korelasi positif yang rendah antara variabel *self compassion* dan *body image*.

Sejalan dengan penelitian Turk & Waller (2020) memperlihatkan pentingnya *self compassion* dalam memahami dan menyelesaikan masalah dengan makan dan pikiran, dan *body image*. *Self compassion* juga memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung yang sangat terkait dengan *body image* (Wongwan & Varma, 2022).

Uji selanjutnya yaitu menggunakan uji korelasi berganda. Uji ini bertujuan untuk mencari korelasi antara variabel *gratitude* dan juga variabel *self compassion* yang secara bersamaan apakah memiliki hubungan yang

signifikan atau tidak terhadap variabel *body image*. Hasil pada uji ini terdapat pada tabel dibawah sebagai berikut:

**Tabel 49. Hasil Uji Korelasi Berganda**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	Sig. F Change
1	.329 <sup>a</sup>	.108	.101	9.439	.108	14.946	.000

Apabila r hitung lebih besar dari r table, maka hipotesis dapat diterima begitupun sebaliknya. Nilai r hitung . Hal ini menunjukkan adanya hubungan antara *gratitude* dan *self compassion* dengan *body image*. menunjukkan korelasi kekuatan sebesar 0,329 yang berada dalam kategori rendah.

Tabel diatas menunjukkan hasil korelasi berganda dengan nilai koefisien relasi sebesar 0,329 dan sig. *F Change* sebesar 0,000. Uji hipotesis dilakukan memakai nilai sig. *F change* dan r table. Jika menggunakan sig. *F Change* yakni bila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis dapat diterima dan sebaliknya, nilai sig *F Change* 0,000 artinya kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima.

### C. Pembahasan

Penelitian ini membahas tentang hubungan antara *gratitude* dan *self compassion* terhadap *body image* pada dewasa awal pengguna TikTok Populasi pada penelitian ini menggunakan populasi infinit. Teknik pengumpulan data

pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran secara daring dengan bantuan *google form* pada mahasiswa yang berkualiah di Surabaya berbentuk kuesioner atau angkat dengan menggunakan *The Multidimensional Body-Self Relation Questionnaire-Appearance Scale (MBSRQ-AS)*, *The Gratitude Questionnaire (GQ-6)*, dan *Self-Compassion Scale (SCS)*. Kuesioner disebarkan dan diisi oleh subjek yaitu mahasiswa dewasa awal yang berkualiah di Surabaya dan mendapatkan 250 responden. data tersebut diolah validitas dan validitasnya kemudian dilanjutkan dengan uji normalitas dan uji linieritas. Penelitian ini menggunakan uji hipotesis korelasi *pearson product moment*.

Hasil uji hipotesis antara variabel *gratitude* dan *body image* pada penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Hasil nilai sig. sebesar  $< 0,05$  dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,227 menunjukkan adanya korelasi yang lemah pada kedua variabel tersebut.

Hal ini sesuai dengan penelitian Widawati, dkk. (2018), dan Santi & Zahra (2022). Hasil penelitian Widawati, dkk. (2018) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara rasa syukur (*gratitude*) dengan citra tubuh (*body image*) pada siswi di Bandung. Dari penelitian Santi & Zahra (2022) diketahui terdapat bahwa korelasi yang signifikan antara *gratitude* dengan *body image*.

Pada hasil uji kategorisasi penelitian ini, *gratitude* responden dengan tingkat rendah sebanyak 102 orang, tingkat sedang sebanyak 86 orang, dan tingkat tinggi sebanyak 62 orang. Hal ini menyatakan bahwa mayoritas subjek

penelitian memiliki gratitude dengan tingkat rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa subjek kurang mampu mensyukuri mengenai setiap hal yang terjadi pada kehidupannya.

Rasa syukur atau *gratitude* merupakan salah satu jenis perasaan atau emosi yang dapat menimbulkan sikap dan nilai positif (McCullough, 2004). Dalam bahasa Arab, istilah syukur adalah syakara, yang juga berarti penghargaan atas kebaikan, kelengkapan, dan pemenuhan. Memberikan sebagian manfaat yang telah diperoleh kepada orang lain yang membutuhkan mengungkapkan maknanya (Sham, 2012).

Selanjutnya, hasil uji hipotesis antara variabel *self compassion* dan *body image* pada penelitian ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Hasil nilai hasil sig. sebesar  $< 0,05$  dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,284 menunjukkan bahwasanya terdapat korelasi yang lemah antara antara kedua variabel tersebut.

Studi Turk & Waller (2020) memperlihatkan pentingnya *self compassion* dalam memahami dan menyelesaikan masalah dengan makan dan pikiran, dan *body image*. *Self compassion* juga memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung yang sangat terkait dengan *body image* (Wongwan & Varma, 2022).

*Self compassion* merupakan kemampuan individu untuk memahami dan menyayangi diri sendiri ketika mengalami kegagalan, membuat kesalahan, atau menanggung kesulitan dengan menahan diri dari kritik diri dan penilaian yang

keras (Neff, 2011). Neff, Kirkpatrick, dan Rude (2007) mendefinisikan *self compassion* sebagai sikap peduli dan baik hati pada diri sendiri saat menghadapi berbagai tantangan atau kekurangan dalam diri dan menyadari bahwa penderitaan, kegagalan, dan kekurangan adalah bagian dari kehidupan yang tak terelakkan.

Pada kategorisasi *self compassion* yang pada tingkat rendah terdapat 42 orang, tingkat sedang terdapat 171 orang, dan tingkat tinggi terdapat 37 orang. Hal ini menyatakan bahwa mayoritas subjek memiliki *self compassion* pada tingkat sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa subjek cukup mampu untuk memahami, memaafkan, dan mencintai dirinya sendiri.

Kategorisasi *body image* pada tingkat rendah terdapat tingkat rendah sebanyak 37 orang, tingkat sedang 182 orang, dan tingkat tinggi 31 orang. Hal ini menyatakan bahwa mayoritas subjek memiliki *body image* pada tingkat sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa subjek cukup bersyukur bentuk tubuh yang mereka miliki. Berdasarkan hasil uji tabulasi silang dari jenis kelamin memperlihatkan bahwa jenis kelamin perempuan sebesar 193 orang dan laki-laki sebesar 57 orang. Hal ini menyatakan bahwa mayoritas subjek pada penelitian ini adalah perempuan.

Hasil uji tabulasi silang dari usia 18 tahun sebanyak 10 orang, usia 19 tahun sebanyak 25 orang, usia 20 tahun sebanyak 33 orang, usia 21 tahun sebanyak 80 orang, usia 22 tahun sebanyak 74 orang, usia 23 tahun sebanyak 23 orang, usia 24 tahun sebanyak 3 orang, dan usia 30 tahun sebanyak 2 orang. Uji tabulasi

silang dari semester mendapatkan hasil yaitu semester 1 sebanyak 12 orang, semester 3 sebanyak 3 orang, semester 5 sebanyak 47 orang, semester 7 sebanyak 159 orang, semester 9 sebanyak 9 orang, dan semester 11 sebanyak 2 orang. Hasil uji silang dari kategori pengguna yaitu sebanyak 101 orang pengguna aktif dan 149 orang pengguna pasif.

Hasil uji tabulasi dari waktu penggunaan menunjukkan bahwa pengguna < 1 jam per hari sebanyak 34 orang, pengguna 1 jam per hari sebanyak 26 orang, pengguna 2 jam per hari sebanyak 50 orang, pengguna 3 jam per hari sebanyak 66 orang, dan pengguna > 3 jam per hari sebanyak 74 orang. Uji tabulasi silang dari lama pengguna yaitu pengguna < 1 tahun sebanyak 45 orang, pengguna 1 tahun sebanyak 56 orang, pengguna 2 tahun sebanyak 58 orang, pengguna 3 tahun sebanyak 60 orang, dan pengguna > 3 tahun sebanyak 31 orang

Hasil uji analisis pada penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan *gratitude* dan *self compassion* terhadap *body image* dengan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka hipotesis tersebut dapat diterima yang berarti terdapat hubungan antara *gratitude* dan *self compassion* terhadap *body image* dengan koefisien korelasi sebesar 0,329 yang berarti terdapat hubungan positif yang rendah. Hal tersebut diartikan rendah nya tingkat *gratitude* dan *self compassion* maka rendah juga tingkat *body image* pada subjek penelitian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini, dapat diambil kesimpulan bahwasanya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel *gratitude* dan variabel dengan variabel *body image*. Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini dapat diterima disebabkan hasil uji variabel-variabel tersebut bernilai signifikan.

Selanjutnya, pada variabel *self compassion* dengan variabel *body image* juga terdapat hubungan yang signifikan diantara keduanya. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini akhirnya dapat diterima.

Hubungan yang signifikan juga ditunjukkan oleh variabel *gratitude* dan *self compassion* yang secara bersamaan yang memiliki korelasi positif dengan variabel *body image*. Maka, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dapat menjawab hipotesis ketiga pada penelitian ini

#### **B. Saran**

##### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Peneliti selajutnya diharap menggunakan variabel lain dalam meneliti *body image* pada dewasa awal pengguna TikTok seperti halnya menggunakan metodologi eksperimen untuk menguki tingkat *body image*



pada dewasa awal pengguna TikTok. Selain itu, peneliti selanjutnya diharap mampu menemukan korelasi yang lebih kuat antar variabel yaitu *gratitude*, *self compassion*, dan *body image*.

## **2. Bagi Dewasa Awal Pengguna TikTok**

Para dewasa awal pengguna TikTok sebaiknya selalu merasa bersyukur terhadap tubuh yang mereka miliki. Hal tersebut diharapkan dapat membantu para dewasa awal pengguna TikTok untuk lebih merasakan *body image* yang positif dikehidupannya.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Adityara, S., & Rakhman, R. T. (2019). Karakteristik generasi Z dalam perkembangan diri anak melalui visual. *Seminar Nasional Seni dan Desain* (hal. 401-406). Surabaya: Neliti.
- Alfarouq, C. U. (2022). *Pengaruh gratitude dan resiliensi terhadap subjective well-being guru honorer* (Doctoral dissertation, UINSA Surabaya).
- Alimiyah, R. (2019). *Hubungan antara Self Compassion dengan Gratitude pada Mahasiswa Pondok Pesantren* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya)
- Andiyati, A. D. W. (2016). Hubungan antara body image dengan kepercayaan diri siswa kelas X di SMA Negeri 2 Bantul. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 5(4).
- Anggraheni, R. D., & Rahmandani, A. (2019). Hubungan antara Self-Compassion dan Citra Tubuh pada Mahasiswi Program S-1 Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. *Jurnal Empati*, 8(1), 166–172.
- Anggraini, S. (2021). *Hubungan social comparison dengan life satisfaction pada wanita dewasa awal pengguna TikTok* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- Aritonang, N. N., & Refaniel, S. P. (2022). Hubungan Gratitude Dengan Body Image Pada Remaja Putri Di Medan. *Jurnal Stindo Profesional*, 8(1), 110–120.
- Astuti, Y. D. (2020). *Kebersyukuran Dan Body Image Pada Perempuan Remaja Akhir Yang Mengalami Body Shaming*.
- Azwar, S. (2012). *UIN Sunan Ampel*. Reliabilitas dan validitas. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Bavikatty, A. (2022). *TikTok, Body Image, and Eating Behavior: An Analysis of College-Age Women* (Doctoral dissertation).
- Campbell, J. (2022). *Women Are Embracing Body Positivity In This Latest TikTok Trend*. Ganon Knight. <https://gannonknight.com/19600/perspective/body-positivity-and-the-rise-of-tiktok/>
- Cash, T. F. (2000). *The multidimensional body-self relations questionnaire (MBSRQ) users' manual*. Norfolk, VA: Old Dominion University.
- Cash, T. F. (2012a). *Encyclopedia of body image and human appearance*. Academic Press.
- Cash, T. F. (2012b). *Encyclopedia of body image and human appearance*. Academic 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>

- Dinata, R. I., & Pratama, M. (2022). HUBUNGAN ANTARA SOCIAL COMPARISON DENGAN BODY IMAGE DEWASA AWAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(3), 68–76.
- Djabbar, M. E. A. (2021). *PENGARUH KEBERSYUKURAN TERHADAP CITRA TUBUH DIMODERATORI KEPRIBADIAN EXTRAVERSION* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Dunaev, J., Markey, C. H., & Brochu, P. M. (2018). An attitude of gratitude: The effects of body-focused gratitude on weight bias internalization and body image. *Body Image*, 25, 9–13.
- Grogan, S. (2008). *Body image: understanding body dissatisfaction in men, women, and children*. Psychology Press.
- Hapsari, E. W., & Bakan, L. N. (2022). Hubungan Antara Gratitude Dengan Citra Tubuh Pada Remaja Putri di Kabupaten Alor. *EXPERIENTIA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 10(1), 46–60.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19. *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cm.v.5i2.1278>
- Hidayati, F. N. . (2015). Hubungan Antara Self Compassion Dengan Work Family Conflict Pada Staf Markas Palang Merah Indonesia Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Psikologi Undip*, 14(2), 183–189. <https://doi.org/10.14710/jpu.14.2.183-189>
- Honigman, R., & Castle, D. J. (2006). Aging and cosmetic enhancement. *Clinical Interventions in Aging*, 1(2), 115–119.
- Hülsing, G. M. (2021). *Triggerwarning: Body Image: A qualitative study on the influences of TikTok consumption on the Body Image of adolescents (Bachelor's thesis, University of Twente)*.
- Hurlock, E. . (1997). *Psikologi perkembangan edisi kelima Alih Bahasa: Istiwidaryanti dan Soedjarwo*. Erlangga
- Husni, H. K., & Indrijati, H. (2014). Pengaruh Komparasi Sosial pada Model pada Iklan Kecantikan di Televisi Terhadap Body Image Remaja Putri yang Obesitas. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 3(3), 207–209.
- Iqbal, M. (2021). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2021)*. Bussiness Of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>
- Jans-Beken, L., Jacobs, N., Janssens, M.,

- Peeters, S., Reijnders, J., Lechner, L., & Lataster, J. (2020). Gratitude and Health: An Updated Review. *The Journal of Positive Psychology*, 15(6), 743–782. <https://doi.org/10.1080/17439760.2019.1651888>
- Jones, D. C. (2001). Social Comparison and body image: Attractiveness comparison to models and peers among adolescent girls and boys Statistical Data Included. *Sex Roles. A Journal of Research*.
- McCullough, E. (2004). Tsang.(2001). *The Gratitude Questionnaire-Six Item Form (GQ-6)*.
- Mohsin, M. (2021). *10 Tiktok Statistics That You Need To Know In 2021 [Infographic]*. OBERLO. <https://id.oberlo.com/blog/tiktok-statistics>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). *On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings*. 9(March), 1–6. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Muhid, A. (2019). Analisis Statistik (Edisi 2). *Zifatama Jawara*.
- Muhsin, A. (2015). Studi kasus ketidakpuasan remaja putri terhadap keadaan tubuhnya (Body image negative pada remaja putri). *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(1).
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36–44. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.22759>
- Nahla, S. (2022). *Self-Compassion dan Citra Tubuh pada Generasi Z: Sebuah Studi Korelasional (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia)*.
- Neff, K. D. (2003). The development and validation of a scale to measure self-compassion. *Self and Identity*, 2(3), 223–250.
- Neff, K. D., Kirkpatrick, K. L., & Rude, S. S. (2007). Self-compassion and adaptive psychological functioning. *Journal of Research in Personality*, 41.
- Neff, Kristin D. (2009). The role of self-compassion in development: A healthier way to relate to oneself. *Human Development*, 52(4), 211–214. <https://doi.org/10.1159/000215071>
- Neff, K. D. (2011). Self-compassion, self-esteem, and well-being. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(1), 1–12.
- Neff, K. D. (2011). *Self-compassion: Stop beating yourself up and leave insecurity behind*. New York: Harper Collins Publisher Inc.
- Neff, K. D. (2016). Does self-compassion entail reduced self-judgment, isolation, and over-identification? A response to Muris, Otgaar, and Petrocchi (2016). *Mindfulness*, 7(3), 791–797.
- Nurfajri, A. P. (2017). *Hubungan antara kebersyukuran dan body image pada remaja putri*.

- Nurfatmawati, N., Mansyur, A. Y., & Hamid, H. (n.d.). Pengaruh Kebersyukuran terhadap Citra Tubuh Siswa SMKS. *Jurnal Talenta Mahasiswa*, 2(1).
- Nurhalimah, N. (2021). *Hubungan Antara Kebersyukuran Dengan Citra Tubuh Pada Siswa SMK Di Kecamatan Rambah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*.
- Peters, A. (2022). *The anti-fat-shaming trend sweeping TikTok*. Dazed Digital. <https://www.dazeddigital.com/beauty/article/56759/1/tiktok-is-fighting-fatphobia-with-this-anti-fat-shaming-trend>
- Prabawa, A. F., Antika, E. R., & Mulawarman, M. (2022). Self-Compassion dalam Praktik Konseling Online dan Perspektif Islam. *Prosiding Seminar Nasional Bimbingan Dan Konseling Universitas Negeri Malang*, 29–37.
- Priyatna, A. (2009). *Be A Smart Teenager!(For Boys & Girls)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.(Online),(<https://books.google.com/books>).
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical review: Teori perbedaan generasi. *Among Makarti*, 9, 123-134
- Putri, A. F. (2018). Pentingnya Orang Dewasa Awal Menyelesaikan Tugas Perkembangannya. *SCHOULID: Indonesian Journal of School Counseling*, 3(2), 35. <https://doi.org/10.23916/08430011>
- Qidwati, S. A. (2019). HUBUNGAN ANTARA PHYSICAL APPEARANCE DAN SELF-COMPASSION DENGAN BODY IMAGE SEBAGAI MEDIATOR PADA REMAJA PEREMPUAN. *CALYPTRA*, 8(1), 720–732.
- Rahimi-Ardabili, H., Reynolds, R., Vartanian, L. R., McLeod, L. V. D., & Zwar, N. (2018). A systematic review of the efficacy of interventions that aim to increase self-compassion on nutrition habits, eating behaviours, body weight and body image. *Mindfulness*, 9(2), 388–400.
- Rahmadiansyah, M. R., Amir, Y., & Mundzir, I. (2022). Social Comparison and Body Image in Teenage Boys and Girls Users of the TikTok App. *3rd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 1675–1679.
- Rahmawati, R. (2018). *Hubungan Antara Self-Compassion Dan Body Image Pada Laki-Laki Yang Mengalami Obesitas (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya)*.
- Rahmayanti, I. (2020). *Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi Generasi Z dan Y*. SINDONEWS. Com. <https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>

- Ramadhani, F., & Nurdibyanandaru, D. (2014). Pengaruh Self-Compassion terhadap Kompetensi Emosi Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 3(3), 120–126. <http://www.eskom.co.za/CustomerCare/TariffsAndCharges/Documents/RSA Distribution Tariff Code Vers 6.pdf%0Ahttp://www.nersa.org>
- Rayana, U. (2020). *Meski Indonesia Salah Satu Pengguna TikTok Terbesar, ByteDance Pilih Singapura Sebagai Sasaran Investasi*. Selular.Id. <https://selular.id/2020/09/meski-indonesia-salah-satu-pengguna-tiktokterbesar-bytedance-pilih-singapura-sebagai-sasaran-investasi/>
- Rini, D. P. (2020). *Hubungan Antara Kebersyukuran Dengan Citra Tubuh Pada Wanita Dewasa Awal Yang Bertubuh Gemuk Di Universitas Islam Riau (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)*.
- Rodgers, R. F., Donovan, E., Cousineau, T., Yates, K., McGowan, K., Cook, E., Lowy, A. S., & Franko, D. L. (2018). BodiMojo: Efficacy of a mobile-based intervention in improving body image and self-compassion among adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 47(7), 1363–1372.
- Rombe, S. (2013a). Hubungan body image dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(4).
- Rombe, S. (2013b). Hubungan body image dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(4).
- Rosenblatt, K. (2020). *TikTok users try to fight traditional beauty standards by showing off their bellies*. NBC News. <https://www.nbcnews.com/pop-culture/viral/tiktok-users-try-fight-traditional-beauty-standards-showing-their-bellies-n1239832>
- Rulinsha, M. B. (2018). *Hubungan Antara Self-Compassion Dan Body Image Pada Wanita Obesitas Di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya)*.
- Saifuddin, A. (2022). Correlation Between Gratitude and Social Comparison with Body Image in Vocational High School (SMK) Students. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 7(1), 102–120.
- Salsabila, I. (2018). *Hubungan kebersyukuran dengan citra tubuh pada remaja akhir (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang)*.
- Santoso, M. N., Fauzia, R., & Rusli, R. (2019). Hubungan antara kepuasan citra tubuh dengan kecenderungan body dysmorphic disorder pada wanita dewasa awal di Kota Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 2, 55-60.
- Sari, Y. H., Dewi, A. P., & Karim, D. (2022). HUBUNGAN ANTARA SELF-COMPASSION DENGAN BODY IMAGE PADA REMAJA. *Jurnal Ilmu Keperawatan*, 10(2), 56–64.

- Seaman, O. (2021). *How TikTok's Body Positivity Movement Overshadows Body Shaming*. The Torch. <https://www.torchonline.com/opinion/2021/12/14/how-tiktoks-body-positivity-movement-overshadows-body-shaming/>
- Seekis, V., Bradley, G. L., & Duffy, A. L. (2020). Does a Facebook-enhanced Mindful Self-Compassion intervention improve body image? An evaluation study. *Body Image*, 34, 259–269.
- Seligman, M. (2005). *Authentic Happiness: Menciptakan Kebahagiaan dengan Psikologi Positif*. Free Press, New York. (Terjemahan dari *Authentic Happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. New York: Free Press, 2002)
- Setiawanty, I. (2022). *Bangga dengan Tubuhnya, Selena Gomez Gaungkan Body Positivity di TikTok*. Kumparan. <https://kumparan.com/kumparanwoman/bangga-dengan-tubuhnya-selena-gomez-gaungkan-body-positivity-di-tiktok-1ycEBmTg0li/full>
- Shanti, P., & Zahra, A. C. A. (2022). Self Esteem dan Gratitude sebagai Prediktor Body Image: Studi pada Remaja Laki-Laki di Kota Malang. *Jurnal Sains Psikologi*, 11(1), 71–85.
- Smith, A. (2020). *Body positivity and the rise of TikTok*. Women's Health. <https://www.womenshealth.com.au/women-are-embracing-body-positivity-in-this-latest-tiktok-trend/>
- Soliha, S. F. (2015). Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial. *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.1-10>
- Sugianto, D., Suwartono, C., & Sutanto, S. H. (2020). Reliabilitas dan validitas SelfCompassion Scale versi bahasa Indonesia. *Jurnal Psikologi Ulayat*. Advance online publication. doi: 10.24854/jpu02020-337.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Suhardian, A. S. R., & Qodariah, S. (2022). Pengaruh Self Esteem terhadap Body Image Remaja Akhir Putri Pengguna Tiktok. *Bandung Conference Series: Psychology Science*, 2(3).
- Syam, Y. H. (2012). *Sabar dan syukur bikin hidup lebih bahagia*. MediaPressindo.
- Thompson, J. K. (2000). *Body image, eating disorders, and obesity: An integrative guide for assesment and treatment*. American Psychological Association.

- Thompson, J. (2001). *Body image, eating disorders, and obesity: An integrative guide for assessment and treatment*. American Psychological Association.
- Todorov, N., Sherman, K. A., Kilby, C. J., & Australia, B. C. N. (2019). Self-compassion and hope in the context of body image disturbance and distress in breast cancer survivors. *Psycho-oncology*, 28(10), 2025–2032.
- Turk, F., & Waller, G. (2020). Is self-compassion relevant to the pathology and treatment of eating and body image concerns? A systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology Review*, 79, 101856.
- Wati, D. K., & Sumarmi, S. (2017). Citra tubuh pada remaja perempuan gemuk dan tidak gemuk: Studi cross sectional. *Amerta Nutrition*, 1(4), 398–405.
- Watkins, P. C., Woodward, K., Stone, T., & Kolts, R. L. (2003). Gratitude and happiness: Development of a measure of gratitude, and relationships with subjective well-being. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 31(5), 431–451.
- Widawati, L., Saputra, A. K., Fauziah, D. N., & Susanti, M. A. (2018). Hubungan rasa syukur dengan citra tubuh pada siswi SMA X Kota Bandung. *Psikologia: Jurnal Psikologi*. ISSN, 2299–2541.
- Wongwan, S., & Varma, P. (2022). The effect of self-compassion on depression, anxiety, and stress mediated by perceived body image in people with mobility impairment and disability in phrae province. *Scholar: Human Sciences*, 14(2), 463.
- Yokota, S. (2020). *A Look at TikTok Overtaking the World in 2019*. <https://en.lab.appa.pe/2020-01/a-look-at-tiktok-overtaking-the-world-in-2019.html>

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A