

PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PEMBENTUKAN *SELF*

***IMAGE* GENERASI Z PADA AKUN @Dearaya**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Dalam Ilmu Dakwah



OLEH :

MEGA SUSILAWATI

Nim : 21521026

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP

2025M/1447H

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah (IAIN) Curup

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Susilawati

Nim : 21521026

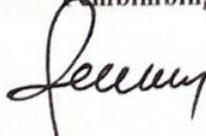
Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Mega Susilawati mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang berjudul "Peran Media Sosial Tiktok Dalam Pembentukan *Self Image* Generasi Z Pada Akun @Dearaya". Sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

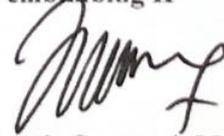
Pembimbing I



Dr. Robby Aditya Putra, M.A.

NIP. 199212232018011002

Pembimbing II



Intan Kurnia Syaputri, M. A.

NIP. 199208312020122001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Mega Susilawati

NIM : 21521026

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : "Peran Media Sosial Tiktok Dalam Pembentukan Self Image Generasi Z Pada Akun @Dearaya"

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya orisinal saya sendiri dan tidak pernah diajukan oleh orang lain untuk mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi mana pun. Sepengetahuan saya, skripsi ini juga tidak mengutip atau mengambil karya atau pendapat dari pihak lain yang sudah pernah diajukan atau diterbitkan sebelumnya tanpa mencantumkan referensinya. Jika dikemudian hari ditemukan pernyataan ini tidak benar, saya siap menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan dengan seperlunya.

4 Juni 2025

Mega Susilawati
NIM. 21521026



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS USHULUDIN ADAB DAN DAKWAH**

Jalan Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 235 /In.34/FT/PP.00.9/8/2025

Nama : **Mega Susilawati**
NIM : **21521026**
Fakultas : **Ushuluddin Adab dan Dakwah**
Prodi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)**
Judul : **Peran Media Sosial Tiktok dalam Pembentukan Self Image
Generasi Z pada Akun @Dearaya**

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup,
pada:

Hari/Tanggal : **Rabu, 25 Juni 2025**
Pukul : **09.00 s/d 10.30 WIB**
Tempat : **Gedung Aula Dakwah IAIN Curup**

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Sosial (S.Sos) dalam bidang Dakwah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Dr. Robby Aditva Putra, M.A
NIP. 199212232018011002

Sekretaris,

Intan Kurnia Syaputri, M.A
NIP. 199208312020122001

Penguji I,

Dita Verolyna, M.I.Kom
NIP. 198512162019032004

Penguji II,

Anrial, M.A
NIP. 198101032023211012

Mengetahui,
Dekan



Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd.I
NIP. 19750112 200604 1 009

MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شَيْئًا تَعْلَمُونَ لَا أُمَّهَاتِكُمْ بُطُونَ مِّنْ أَخْرَجَكُمْ اللَّهُ وَآ
لَعَلَّكُمْ ۚ فَيَدَّ لَا وَآ بُصْرًا لَا وَآ السَّمْعَ لَكُمْ جَعَلَ وَآ
تَشْكُرُونَ

“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, lalu dia memberimu pendengaran, pengelihatan, dan hati agar kamu bersyukur.” (Q.S. An-Nahl: 78)

“It's fine to fake it until you make it, until you do, until it true”

~Taylorswift~

“It will pass, everything you've gone through it will pass”

~ Rachelvennya~

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Peran Media Sosial Tiktok Dalam Pembentukan *Self Image* Generasi Z Pada Akun @Dearaya". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Selama proses penelitian dan penulisan skripsi, penulis senantiasa memperoleh dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang pada akhirnya dapat melalui dan menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Idi Warsah., M.Pd.I Rektor Institut Agama Islam Negeri IAIN Curup
2. Dr. Yusefri, M. Ag Wakil Rektor I IAIN Curup
3. Dr. Muhammad Istan., SE., M.Pd., M.M Kons Wakil Rektor II IAIN Curup
4. Dr. H. Nelson., S.Ag., M.Pd Wakil Rektor III IAIN Curup
5. Dr. Fakhruddin, S.Ag., M.Pd Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
6. Rhoni Rodin, S.Pd.I., M.Hum, wakil Dekan I Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
7. Dr. M. Taqiyuddin, wakil Dekan II Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah.
8. Dr. Robby Aditya Putra, M.A. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

9. Dita Verolyna, M.I.Kom penasehat akademik yang telah banyak memberikan pengarahan, petunjuk dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di IAIN Curup
10. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam IAIN Curup
11. Dr. Robby Aditya Putra, M.A sebagai Pembimbing I.
12. Intan Kurnia Syaputri, M. A. sebagai Pembimbing II.
13. Kedua orang tua saya Bapak dan Ibu ,beserta kakak yang telah memberikan do'a dan dukungannya kepadaku.
14. Rekan-rekan seperjuanganku angkatan 2021 yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
15. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari bahasa maupun isinya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang.

Curup, Juni 2025

MEGA SUSILAWATI
NIM. 21521026

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa atas segala kemudahan yang diberikan dalam proses penelitian ini, sehingga skripsi ini dapat mencapai tujuannya. Dengan penuh rasa hormat, penulis mempersembahkan skripsi ini kepada semua orang yang selalu sabar, mendukung, mengarahkan, membimbing dengan tulus, dan mensupport dalam berbagai kondisi. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal yang baik untuk masa depanku dan membantu mewujudkan cita-citaku.

1. Penulis persembahkan karya sederhana ini untuk dua sosok paling berharga di hidup penulis kepada ayahanda Hermanto dan ibunda Sar'atul Adha, sumber kekuatan dan kehidupan penulis. Terima kasih telah menjadi akar yang kokoh, tempat penulis berpijak dan tumbuh. Setiap langkah penulis adalah hasil dari usaha dan do'a tak kenal lelah yang kalian panjatkan. Untuk setiap peluh dan air mata yang tak terlihat, tidak ada pencapaian yang lebih berarti bagi penulis selain melihat senyum bangga kalian.
2. Skripsi ini penulis persembahkan dengan sepenuh hati kepada keluarga terkasih, kakak laki-laki penulis , Rizal Pah Levi, kakak perempuan penulis, Ayu Oktaria, dan adik bungsu , Helsa Dhesty yang selalu menjadi tiang penyangga dalam setiap rintangan yang saya hadapi. Terima kasih telah memberi kekuatan dan kasih sayang yang tak terhingga. Tak lupa Kepada empat bintang kecil penulis , keponakan-keponakan tersayang, Amanda, Aqila, serta si kembar mungil nan lucu Aleya dan Aleta. terima kasih telah mengisi setiap hari penulis dengan tawa yang ceria dan kebahagiaan yang tiada duanya.

3. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing pertama penulis , Bapak Robi Aditya, M.A dan dosen pembimbing kedua , Ibu Intan Kurnia Syaputri, M.A atas bimbingan, arahan, dan kesabaran yang tiada henti. Kalian telah menjadi pemandu yang luar biasa dalam setiap langkah penulis menyelesaikan penelitian ini.
4. Untuk teman-teman seperjuangan penulis, keluarga Cemara Ningrum prisiyaharyani , Resti septianti, Risna wati, Ria susanti , m Lutfi fallah, m rifki zaelani, Rahmadi, Siti Nurkholiza, Nisa Safira, Yosi Zahra . terima kasih telah menjadi sahabat yang tak hanya berbagi tawa, tetapi juga menghadapi segala tantangan bersama. Kebersamaan kita adalah api yang terus menyala, memberi semangat tanpa henti. Semangat kebersamaan yang kita bangun, menjadi kekuatan yang tak tergantikan dalam setiap langkah. Dan untuk teman-teman Arunika KPI 2021, terima kasih atas kehangatan dan dukungan yang telah mewarnai perjalanan ini, bersama mencipta kenangan yang akan selalu abadi.
5. Terima kasih kepada teman-teman dan sahabat penulis Melan , Laudy, Dita, Aulia, Serlin, Yensi, Anggita, Vina, dan Sella atas kebersamaan, dukungan, dan tawa yang selalu hadir dalam setiap langkah hidup ini. Kalian adalah teman yang tak hanya mendampingi saya, tetapi juga menguatkan di setiap perjalanan.
6. Lucky Ferdianda, dengan penuh rasa haru dan tak henti menjadi semangat penulis yang menguatkan di saat jatuh, mengingatkan saat hilang arah, tempat cerita-cerita lelah, dan harapan-harapan kecil terus diberi ruang untuk hidup

serta merayakan setiap langkah kecil penulis dengan tulus. Terima kasih telah menjadi bagian penting dari perjalanan ini.

7. Mega Susilawati, Terima kasih sudah selalu kuat untuk hal-hal yang membuat patah, terimakasih telah bertahan melalui setiap proses dengan tantangan dan keraguan. Terima kasih telah memilih untuk terus melangkah, meski lelah dan ingin berhenti. Perjalanan ini bukanlah hal yang mudah untuk dilalui senang berganti sedih. Dan sebaliknya, banyak air mata yang terkuras , banyak waktu yang dikorbankan ,namun kamu berhasil melaluinya. Kamu sudah melakukan yang terbaik i'm so proud of you, your enough, be happy! Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan baru yang lebih baik.

ABSTRAK

PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM PEMBENTUKAN *SELF IMAGE* GENERASI Z PADA AKUN @Dearaya

Mega Susilawati

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup
Curup, Bengkulu, Indonesia
Email: mssusilawati277@gmail.com

Penelitian ini membahas peran media sosial TikTok dalam pembentukan *self image* Generasi Z melalui konten oleh akun @Dearayaa. Generasi Z merupakan generasi yang sangat lekat dengan teknologi dan media sosial, sehingga rentan terpengaruh oleh konten digital dalam membentuk persepsi terhadap diri sendiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap enam informan yang merupakan pengguna aktif TikTok dan mengikuti akun @Dearayaa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten @Dearayaa memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk citra diri pengguna, terutama dalam aspek penerimaan diri, pengelolaan emosi, dan motivasi hidup. Berdasarkan teori citra diri Maxwell Maltz, ditemukan bahwa akun tersebut berperan dalam membentuk tiga komponen *self image*, yaitu *perceptual* (fisik), *conceptual* (psikologis), dan *attitudinal* (sosial). Konten yang sarat akan empati dan narasi personal mendorong *audiens* untuk merefleksikan diri, memperbaiki pola hidup, serta membangun pandangan yang lebih positif terhadap diri sendiri. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi ruang yang konstruktif dalam membentuk citra diri generasi muda apabila digunakan secara bijak.

Kata Kunci: TikTok, *Self Image*, Generasi Z, Media Sosial, @Dearayaa

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Literatur.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Teori Citra Diri Maxwell Maltz.....	14
B. Konsep Self image	17
C. Karakteristik Media Sosial di Kalangan Generasi Z	23
D. Peran dan fungsi Media Sosial	24
E. Algoritma dan Konten Tiktok	26
F. Generasi Z dan Pengguna Media Sosial.....	30
G. Perbandingan Generasi Z Malaysia dan Indonesia.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	33

B. Jenis Penelitian	33
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
D. Subjek Penelitian	35
E. Sumber Data	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Teknik Analisi Data	38
H. Keabsahan Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Profil Akun Tiktok @Dearaya.....	44
B. Profil Informan	46
C. Hasil Penelitian.....	47
1. Peran Media Sosial Tiktok dan Pembentukan <i>Self Image</i> pada Gen Z Ditinjau dari Teori Citra Diri Makxwell Maltz.....	48

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	86
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	46
Gambar 4.2	53
Gambar 4.3	54
Gambar 4.4	55
Gambar 4.5	57
Gambar 4.6	58
Gambar 4.7	58
Gambar 4.8	61
Gambar 4.9	63
Gambar 4.10	63
Gambar 4.11	64
Gambar 4.12	69
Gambar 4.13	70
Gambar 4.14	70
Gambar 4.15	73
Gambar 4.16	76
Gambar 4.17	77
Gambar 4.18	77
Gambar 4.19	79
Gambar 4.20	81
Gambar 4.21	82
Gambar 4.22	84
Gambar 4.23	84
Gambar 4.24	85
Gambar 4.25	86
Gambar 4.26	87

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	37
Tabel 4.2	51
Tabel 4.3	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu akan mempunyai citra diri tentang dirinya sendiri, baik tentang citra diri yang sebenarnya (*real self*), maupun citra diri yang diinginkan (*ideal self*). Citra diri ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan, keadaan lingkungan, dan sikap serta pandangan pribadi seseorang dalam membentuk citra diri (*self image*). *Self image* menurut Mangkuprawira, adalah sikap seseorang terhadap tubuhnya secara sadar. Sikap ini mencakup persepsi dan perasaan tentang ukuran, bentuk, fungsi, penampilan, potensi tubuh saat ini dan masa lalu yang berkesinambungan dimodifikasi dengan pengalaman yang baru yang memengaruhi perilaku dan perilaku memengaruhi performa seseorang.¹

Citra diri akan muncul setelah seseorang menerima dan kemudian mengolah informasi atau *feedback* dari orang sekitarnya. Citra diri yang khas dimiliki oleh setiap individu, citra diri yang khas adalah hasil dari pengembangan latar belakang pengalaman individu, citra diri dimiliki oleh masing-masing individu sebagai hasil pengembangan latar belakang dan pengalaman individu.²

¹ Deafika Trisnanda Riesta¹, Mulya Virgonita Iswindari Winta, (2024), *pengaruh self compassion dan self image terhadap ide bunuh diri erhadap mahasiswa di kota semarang*, Jurnal Cahaya Mandalika, Vol. 5, No.1.

² Nurhidayah Nurdin dan Debi Angelina Br Barus, (2020), *self image pengguna media sosial ditinjau dari jenis kelamin*, DISPUTARE, Vol 7 no 1, juni 2020.

Selain itu *self image* ini tidak selalu mencerminkan kenyataan yang terjadi. Apa yang seseorang percayai tentang dirinya seringkali dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti berinteraksi dengan lingkungan sosial, ekspektasi budaya, dan perkembangan media. tetapi individu yang meyakini *self image* ini akan membentuk “kepribadian” seseorang bagaimana individu berlaku, penampilan, mengambil keputusan, termasuk menghargai kondisi tubuh. Berdasarkan Kemampuan yang dimiliki, keadaan lingkungan, serta sikap dan pendapat pribadinya akan mempengaruhi seseorang dalam bentuk citranya. kemudian terbentuk dari penilaian yang dibuat oleh diri sendiri maupun oleh orang lain dan citra diri terbentuk dari informasi, pengalaman, umpan balik, dan kesimpulan yang dibuat sendiri. Individu memberikan gambaran tentang bagaimana menilai.³ Hal ini berpengaruh dalam pembentukan *self image* terutama pada generasi Z.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, adalah kelompok generasi yang paling dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan media sosial. Sebagai “*digital natives*” mereka tumbuh bersama teknologi dan secara aktif menggunakan berbagai platform media sosial untuk berinteraksi, mencari informasi, dan mengekspresikan diri. Namun, Generasi Z sering dicap sebagai penggila teknologi yang kurang bersosialisasi dan lebih dikenal sebagai *aktivis* sosial. Mereka menghadapi tantangan seperti kebiasaan tidak konsisten dan kecenderungan menyukai hal-hal yang cepat, sehingga mudah merasa bosan dan bertindak *impulsif*.

³ Selviana, Sari Yulinar (2022), Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram, Jurnal IKRAITH-HUMANIORA Vol 6 No 1.

Selain itu, perilaku konsumtif mereka sering kali mendorong pembelian barang bukan hanya untuk kebutuhan, tetapi lebih untuk kepuasan pribadi dan peningkatan gengsi. Dengan kemudahan dari teknologi dan media sosial, gaya hidup *hedonis* pun semakin umum di kalangan mereka. Meski demikian, generasi Z juga merupakan generasi yang paling beragam, terdiri dari berbagai kelompok ras dan etnis minoritas.⁴

Kehadiran teknologi, khususnya media sosial seperti TikTok, telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z, membentuk cara mereka berkomunikasi, belajar, dan membangun hubungan sosial. Dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif di seluruh dunia, 32,5% di antaranya adalah Generasi Z, popularitas TikTok mencerminkan kebutuhan hiburan sekaligus sebagai alat penting untuk membangun dan mempresentasikan identitas di ruang digital.

Diluncurkan pada tahun 2016, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai platform untuk berbagi informasi dan membangun identitas diri. Di Indonesia, terdapat lebih dari 106 juta pengguna TikTok per Oktober 2023, menjadikannya negara dengan pengguna terbanyak kedua di dunia

.⁵ TikTok tidak hanya menjadi hiburan tetapi juga sarana untuk berbagi informasi dengan cepat.⁶ Penelitian oleh Anderson & Jiang menunjukkan bahwa

⁴ Lingga Sekar Arum1, Amira Zahrani2,(2023) *Karakteristik generasi z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030*, Accounting Student Research Journal Vol. 2, No. 1, pp. 59-72

⁵ Mochammad Alwi Hidayat (2023). *Self Disclouser generasi Z Pada media sosial tiktok* ,jurnal sosihumaniora nusantara,vol 1,no 1.

⁶ Budi ismanto, Yusuf, Asep Suherman, (2022), *Membangun Kesadaran Moral Dan Etika Dalam Berinteraksi di Era Digital Pada Remaja Karang Taruna Rw 07 Rempoa, Ciputat, Timur,Banten*:Jurnal abdi Masyarakat Multidisiplin,Vol 1(1),Hal 43-48.

69% remaja menggunakan platform ini untuk berinteraksi dengan teman, serta menemukan konten baru yang berpengaruh pada cara mereka melihat diri sendiri dan orang lain.⁷

Perkembangan video vertikal telah mengubah cara penggunaan media sosial, dengan TikTok menjadi platform yang dominan di Indonesia, yang memiliki 106.518.000 pengguna dan menjadikannya negara kedua terbanyak pengguna TikTok di dunia. Menurut survei oleh Jakpat, 24% dari generasi Z mengandalkan TikTok sebagai sumber informasi utama, sedikit lebih banyak dibandingkan dengan YouTube (23%) dan Instagram (22%). Menariknya, hampir setengah dari mereka (47%) menghabiskan lebih dari satu jam setiap kali membuka aplikasi, menunjukkan tingkat keterlibatan yang tinggi.

Survei yang melibatkan 1.513 orang dari berbagai daerah di Indonesia menunjukkan variasi durasi penggunaan TikTok, dengan 22% menghabiskan waktu 31-60 menit, 17% sekitar 16-30 menit, 8% selama 6-15 menit, dan 5% kurang dari 5 menit. Temuan ini menegaskan bahwa TikTok bukan hanya sekadar hiburan, tetapi juga menjadi sumber informasi dan referensi penting bagi generasi muda. Lama penggunaan yang tinggi dan banyaknya pengguna menciptakan ekosistem digital yang menarik dan relevan, serta menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana TikTok membentuk citra diri mereka.⁸

⁷ Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, *Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center.

⁸ <https://data.goodstats.id/statistic/sekali-akses-tiktok-mayoritas-gen-z-habiskan-lebih-dari-1-jam-ka1eC> diakses pada senin ,25 november pukul 11.03 WIB

Pengguna, khususnya dari generasi Z, sering menghabiskan berjam-jam di aplikasi ini untuk membuat dan menikmati berbagai video. Kebiasaan ini dapat mengurangi produktivitas sehari-hari, karena beberapa lebih memilih bersantai dengan TikTok daripada melakukan aktivitas lain. Selain itu, TikTok bagi sebagian pengguna menjadi cara untuk mencari hiburan dan melupakan stres.⁹ Di Indonesia, TikTok menjadi salah satu platform media sosial terpopuler, dengan lebih dari 40 juta pengguna pada tahun 2021. Penggunaan media sosial yang tinggi di kalangan Generasi Z menunjukkan bahwa platform ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan *self-image* mereka.¹⁰

Pengaruh TikTok terhadap citra diri Generasi Z sangat besar, berkat algoritma yang menampilkan konten menarik dan relevan. Meskipun memberikan pengalaman personal, algoritma ini juga berdampak negatif, dengan banyak konten yang menggambarkan gaya hidup glamor dan standar kecantikan yang tidak realistis. Hal ini mendorong generasi Z untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain, yang sering kali menghasilkan ketidakpuasan, rendahnya rasa percaya diri, serta stres dan depresi.

Generasi Z terjebak dalam ilusi kesempurnaan yang diciptakan oleh algoritma, menghadapi tantangan seperti rasa takut ketinggalan atau *fear of missing out* (FOMO) dan tekanan untuk mengikuti tren viral. Dorongan untuk menunjukkan diri secara

⁹ M Haryanto¹, A C Sidauruk²,(2023),*Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Produktivitas Belajar Mahasiswa di Yogyakarta*,KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi Vol.3 No.2.

¹⁰ Mahmudan, A. (2023, Juni 29). Survei: Generasi Z Indonesia Paling Gandrung Gunakan Internet. Diambil dari DataIndonesia.id website: <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-generasi-z-indonesia-paling-gandrung-gunakan-internet>.

sempurna menyebabkan kecemasan yang mendalam dan perilaku hedonis dalam pencarian validasi eksternal. Meskipun TikTok memberikan kesan kebebasan, kenyataannya menciptakan harapan yang tidak realistis, membuat generasi ini rentan terhadap stres dan depresi, serta memperlihatkan tantangan dalam ketahanan mental mereka.¹¹

Kasus fenomena bunuh diri yang dilaporkan oleh CNN Indonesia menunjukkan kerentanan mental Generasi Z, di mana tiga mahasiswa mengakhiri hidup dengan melompat dari gedung. Faktor lingkungan keluarga berperan besar, membuat generasi ini sulit menemukan mekanisme *coping* yang sehat untuk mengatasi stres dan tekanan.¹² Fenomena ini menyoroti pentingnya memahami pengaruh TikTok terhadap cara individu melihat diri mereka, yang dapat membuat mereka lebih terpengaruh oleh kontrol sosial dan merasa cemas serta kurang percaya diri ketika tidak memenuhi standar sosial yang ditampilkan di platform tersebut.¹³

Di Indonesia, munculnya banyak akun motivasi di TikTok, seperti @Dearaya, menunjukkan bagaimana Generasi Z membangun identitas dan citra diri melalui konten inspiratif. Topik yang diangkat meliputi pengembangan diri, cinta diri, perawatan diri, dan kesehatan mental, yang memberikan panduan bagi mereka. Meskipun konten ini menghibur dan memengaruhi cara pandang pengguna terhadap

¹¹ Yuri Gitta Fadhila,(2023),Pengaruh Media Sosial TikTok sebagai Pembentuk Identitas Remaja Gen Z,Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam Agama UIN Raden Intan Lampung.hal 1-34.

¹² <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20241010083703-255-1153632/fenomena-bunuh-diri-mahasiswa-jadi-potret-kerentanan-mental-gen-z/amp> Diakses pada Kamis 5 Desember 2024 pukul 15.28 WIB

¹³ Argho Maha,(22,oct2024), TikTok dan Ilusi Kebebasan: Bagaimana Generasi Z Terjebak dalam Kontrol Psikopolitik, <https://fpsi.um.ac.id/tiktok-dan-ilusi-kebebasan-bagaimana-generasi-z-terjebak-dalam-kontrol-psikopolitik/>

diri mereka di tengah tekanan sosial, ada risiko bahwa Generasi Z bisa terjebak dalam harapan untuk "menjadi sempurna" saat membangun citra diri.¹⁴

Meskipun konten media sosial menghibur, ada risiko perbandingan sosial yang berlebihan, terutama terkait dengan standar kecantikan dan kesuksesan yang sulit dicapai. Sering kali, momen bahagia yang ditampilkan dapat menjadi standar yang tidak realistis, menyebabkan kecemasan dan ketidakbahagiaan ketika pengguna membandingkan diri mereka saat membandingkan diri mereka.¹⁵

Banyak orang menilai diri mereka berdasarkan apa yang dilihat di media sosial, yang dapat memicu masalah seperti depresi dan kecemasan, terutama jika waktu yang dihabiskan di platform tersebut berlebihan. Dorongan untuk mengejar popularitas sering menghasilkan konten kontroversial yang mengedepankan jumlah tampilan dan suka daripada nilai dan etika. Koneksi di media sosial sering kali kurang memberikan kepuasan emosional, membuat pengguna merasa terasing dan berdampak pada kualitas hidup sosial mereka. Oleh karena itu, penting bagi pengguna untuk menyadari efek negatif media sosial dan menggunakan platform ini dengan bijak demi kesehatan mental yang lebih baik.¹⁶

Mengonsumsi konten yang menampilkan standar kecantikan tertentu dapat menyebabkan ketidakpuasan dengan diri sendiri, terutama di kalangan remaja dan

¹⁴ Hanifa Ariana, Ikmal Almuhtadi, Influence of TikTok on Body Satisfaction Among Generation Z in Indonesia: Mixed Methods Approach, JMIR Publications, Vol 11 (2024)

¹⁵ Brookelynn Dinkler, (2024), *TikTok Influence On Generation Z Females Comparative Behavior*, School of Communication and the Arts Liberty University, 09 Januari.

¹⁶ Putri Naning Rahmana, (2022), Dhea Amalia, Rian Damariswara, *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Edukasi di Era Generasi Z*, Kediri : Jurnal Teknologi Pendidikan, Vol. 11, No. 2.

dewasa muda. Penelitian menunjukkan bahwa individu yang sering membandingkan diri mereka dengan konten ideal di media sosial cenderung mengalami perasaan rendah diri dan ketidakpuasan terhadap penampilan fisik mereka. Konten yang dihasilkan oleh akun TikTok seperti @Dearaya dapat mempengaruhi persepsi pengguna tentang diri mereka sendiri, baik secara positif maupun negatif, menunjukkan dampak signifikan terhadap *self-image* Generasi Z.¹⁷

Selain itu, laporan *World Health Organization* WHO mencatat bahwa peningkatan penggunaan media sosial berhubungan dengan masalah kesehatan mental, termasuk depresi dan kecemasan. Citra diri negatif yang dipengaruhi oleh media sosial dapat berkontribusi pada masalah kesehatan mental di kalangan Generasi Z. Oleh karena itu, penting untuk memahami dampak konten di TikTok terhadap kesehatan mental dan *self-image* pengguna.¹⁸

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis peran TikTok dalam pembentukan *self-image* Generasi Z. Diharapkan penelitian ini memberikan wawasan tentang dampak media sosial terhadap citra diri, serta rekomendasi bagi pembuat konten dan pengguna untuk mendukung perkembangan *self-image* yang sehat di kalangan Generasi Z. Penelitian ini berjudul **“Peran Media Sosial TikTok dalam Pembentukan *Self-Image* Generasi Z pada akun @Dearaya”**

¹⁷ Thania Auruly Wardani Putri1 (2024), Maharani Tyas Budi Hapsari2, *HUBUNGAN SELF ACCEPTANCE DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) MAHASISWA GENERASI Z PENGGUNA APLIKASI TIKTOK*, Jurnal Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi Volume 7, Nomor 1, Halaman 59-73, Maret .

¹⁸ World Health Organization (WHO) (2021), mental health and substance use, key facts. diakses pada tanggal 9 Januari 2025 pukul 15:57 WIB. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

B. Rumusan Masalah

Adanya rumusan masalah dari penelitian ini diharapkan agar dapat mempermudah serta mempertegas ruang lingkup pembahasan, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana Peran media sosial TikTok dalam membentuk *self-image* generasi Z?

C. Batasan Masalah

Adanya batasan masalah dari penelitian ini diharapkan agar dapat diharapkan mempermudah serta mempertegas ruang lingkup pembahasan, maka peneliti memberikan batasan pada “Peran media sosial TikTok dalam pembentukan *self-image* generasi Z pada akun @dear aya.”

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan turunan dari batasan masalah diatas, adapun yang menjadi tujuan penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah untuk memahami peran media sosial TikTok dalam membentuk *self-image* generasi Z, serta mengidentifikasi jenis konten dan interaksi pengguna yang paling berpengaruh terhadap persepsi diri mereka.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini mampu bermanfaat dengan baik dari segi teoretis maupun dari segi praktis, sehingga bermanfaat bagi semua pihak.

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini dapat berguna untuk penelitian ini bagi peneliti meliputi kontribusi dalam mengembangkan teori *self image* dan media sosial, serta menjadi referensi untuk studi tentang media sosial, identitas,

dan perilaku generasi Z. Penelitian ini juga membantu memahami pengaruh media sosial terhadap persepsi diri dan interaksi sosial di dunia digital.

2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi civitas akademika, hasil Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan kajian dalam mengembangkan wawasan, informasi dan ilmu pengetahuan kepada penulis dan pihak lain yang berkepentingan.
- 2) Bagi generasi muda (Gen Z) penelitian ini diharapkan dapat memberikan peningkatan kesadaran generasi z tentang media sosial terutama tiktok dalam mempengaruhi identitas diri dalam bermedia sosial. Dengan memahami dampak media sosial, mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik mengenai konten yang mereka konsumsi dan bagaimana mereka berinteraksi dengan media sosial.

F. Kajian Literatur

a. Penelitian Terdahulu

Landasan teori ini memuat dua hal yakni, kajian pustaka dan penelitian terdahulu. Agar tidak terjadinya kesalahpahaman maupun tumpang tindih dengan penelitian yang sudah dilaksanakan dan untuk memperkuat penelitian yang akan dicapai maka peneliti mencari penelitian terdahulu yang dianggap paling relevan dengan penelitian ini.

Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema yang diangkat oleh peneliti sebagai berikut :

Pertama: Penelitian yang dilakukan oleh oleh Mega Sanusi Tambunan dan Hotpascaman Simbolon dari Fakultas Psikologi, pada tahun 2024 dengan judul "Pengaruh *Self image* terhadap *Self Disclosure* pada Pengguna Instagram dan TikTok," dari Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen, Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh *self image* terhadap *self disclosure* pada pengguna Instagram dan TikTok. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan skala yang disebarakan melalui *Google Forms*. Subjek penelitian terdiri dari 208 pengguna aktif Instagram dan TikTok, baik laki-laki maupun perempuan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *self image* dan *self disclosure*, dengan koefisien regresi sebesar 0.761. Ini berarti bahwa setiap peningkatan 1% dalam *self image* akan meningkatkan *self disclosure* sebesar 0.761. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 50.657 + 0.761X$. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa *self image* yang positif berkontribusi terhadap peningkatan *self disclosure* pada pengguna media sosial ini.¹⁹

Kedua: Penelitian dilakukan oleh Selviana dan Sari Yulinar pada tahun 2022, dengan judul "Pengaruh *Self image* dan penerimaan sosial terhadap

¹⁹ Tambunan, M. S., & Simbolon, H.(2024),*Pengaruh Self Image Terhadap Self Disclosure pada Pengguna Instagram dan TikTok*, INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 4(1), Hal 2189-2202.

kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto *selfie* di media sosial instagram" jurnal Universitas Persada Indonesia YAI. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melibatkan pengumpulan data numeric yang dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan . Adapun kesimpulan dari penelitian ini

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra diri (*self-image*) dan penerimaan sosial (*social Acceptance*) terhadap kepercayaan diri (*self-trust*) remaja yang mengunggah *selfie* di Instagram. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa citra diri memberikan kontribusi sebesar 52,6% terhadap kepercayaan diri, sementara penerimaan sosial menyumbang 9,7%. Secara keseluruhan, kombinasi dari kedua faktor ini menjelaskan 62,3% variasi dalam kepercayaan diri, dengan sisa 37,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.²⁰

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliian terdahulu ini berfokus pada pengaruh antara citra diri (*self image*) dan penerimaan sosial (*social acceptance*) terhadap kepercayaan diri remaja yang terlihat di platform instagram.

Ketiga: Penelitian yang dilakukan oleh Destya Permatasari pada tahun 2020, Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana skripsi dengan judul "Pengaruh *Self image* terhadap *Self Esteem* pada Pengguna Media Sosial Tik Tok

²⁰ Selviana,Sari Yulinar,(2022),pengaruh self image dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto selfie di media sosil instagram,universitas persada Indonesia YAI,jurnal IKRAITH-HUMANIORA,vol 6(1).

di Kalangan Generasi Z" Adapun kesimpulan penelitian ini: Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan desain regresi sederhana ini meneliti pengaruh *self image* terhadap *self esteem* pada 347 responden pengguna media sosial TikTok dari kalangan Generasi Z. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang terdiri dari Skala *Self image* (teori Jersield) dan Skala *Self Esteem* (teori Rosenberg) dengan teknik *non-probability* sampling jenis insidental.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self esteem* dengan nilai koefisien regresi 0,145 dan persamaan regresi *self esteem* (Y) = 11,148 + 0,145 *self image* (X). *Self image* memberikan pengaruh sebesar 34,3% terhadap *self esteem*.²¹

Berdasarkan penelitian diatas terdapat pembeda yaitu dalam penggunaan metode penelitian. Penelitian diatas menggunakan metode kuantitatif untuk melihat pengaruh *self image* terhadap *self esteem* pada pengguna media sosial tikok dilakangan generasi z.

²¹ Permatasari, D, Pengaruh Self Image terhadap Self Esteem pada Pengguna Media Sosial Tik Tok di Kalangan Generasi Z, (Skripsi Universitas Mercu Buana, Jakarta, tahun 2020)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Citra Diri Maxwell Maltz

Maxwell Maltz adalah seorang ahli bedah plastik yang pada tahun 1960 menerbitkan buku berjudul "*Psycho-Cybernetics*". Dalam karyanya, Maltz memperkenalkan konsep "citra diri" (*self-image*) yang menjadi landasan penting dalam memahami perilaku manusia. Ia mengamati bahwa banyak pasiennya, meskipun telah menjalani operasi plastik dan mengalami perubahan fisik yang signifikan, tetap merasa tidak puas dengan diri mereka sendiri. Hal ini mendorongnya untuk menyimpulkan bahwa persepsi internal seseorang tentang dirinya bukan penampilan fisik semata yang memainkan peran kunci dalam menentukan kebahagiaan dan kesuksesan individu.

Maltz mendefinisikan citra diri sebagai konsep yang dimiliki individu tentang dirinya sendiri. Citra diri ini merupakan produk dari pengalaman masa lalu, termasuk kesuksesan dan kegagalan, penghinaan dan penghargaan, serta reaksi orang lain terhadap individu tersebut. Dengan kata lain, citra diri adalah gambaran mental yang kita miliki tentang siapa diri kita, yang terbentuk melalui interaksi dengan lingkungan dan interpretasi kita terhadap pengalaman tersebut.²²

²² S.Allport, *Psikologi Kepribadian*. (Jakarta : Grafikatama Offset, 1990)

Menurut Maltz, citra diri tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui akumulasi pengalaman hidup. Setiap keberhasilan, kegagalan, pujian, dan kritik yang diterima seseorang akan berkontribusi pada pembentukan citra diri. Sebagai contoh, seseorang yang sering menerima pujian mungkin akan mengembangkan citra diri yang positif, sementara individu yang sering mengalami kegagalan atau kritik tajam mungkin membentuk citra diri yang negatif. Selain itu, reaksi dan persepsi orang lain terhadap individu juga memainkan peran penting dalam membentuk citra diri. Dalam teorinya Maxwell Maltz menjelaskan bahwa *self image* terbentuk berdasarkan tiga komponen utama, yaitu:

1. *Perceptual Component (Physical Self Image)*

Perceptual component atau *physical self-image* mengacu pada bagaimana seseorang menilai dan memahami penampilan fisiknya, termasuk tubuh, ekspresi wajah dan cara dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Penilaian terhadap penampilan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti standar kecantikan, pengalaman pribadi, serta eksposur terhadap media sosial.

2. *Conceptual Component (Psychological Self Image)*

Conceptual component atau *psychological self-image* merujuk pada bagaimana individu memahami karakteristik dirinya sendiri, termasuk kelebihan, kekurangan, kemampuan dan keterbatasannya. Komponen ini berperan penting dalam pembentukan identitas pribadi, dimana seseorang mulai mengenali aspek yang menjadi kekuatan serta area yang masih perlu dikembangkan dalam dirinya.

3. *Attitudinal Component (Social Self Image)*

Attitudinal Component atau *social self image* berkaitan dengan bagaimana seseorang memikirkan dan merasakan dirinya dalam konteks sosial, termasuk bagaimana ia melihat statusnya di lingkungan serta cara ia memandang individu lain. Komponen ini mencerminkan pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri dalam hubungan sosial, seperti apakah ia merasa diterima, dihargai, atau bahkan dikucilkan. Faktor seperti pengakuan sosial, interaksi dengan orang lain, serta ekspektasi budaya dapat memengaruhi *social self image* seseorang.²³

Maltz menekankan bahwa citra diri memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku dan pencapaian seseorang. Individu dengan citra diri positif cenderung memiliki kepercayaan diri yang tinggi, optimisme, dan motivasi untuk mencapai tujuan. Sebaliknya, mereka dengan citra diri negatif mungkin mengalami keraguan diri, ketakutan akan kegagalan, dan kecenderungan untuk menghindari tantangan. Citra diri berfungsi sebagai "peta mental" yang membimbing perilaku kita, kita cenderung bertindak sesuai dengan bagaimana kita memandang diri kita sendiri.²⁴

Salah satu kontribusi utama Maltz adalah gagasannya bahwa citra diri dapat diubah. Ia percaya bahwa dengan teknik visualisasi dan afirmasi positif, individu dapat membentuk ulang citra diri mereka menuju versi yang lebih positif. Sebagai

²³ ibid

²⁴ M. Maltz, *Kekuatan Ajaib Psikologi Citra Diri*. Alih Bahasa : Eddy Nurhayadi. Jakarta : Arcan (1996)

contoh, dengan membayangkan diri berhasil dalam situasi tertentu secara berulang-ulang, seseorang dapat "memprogram ulang" pikiran bawah sadarnya untuk percaya bahwa kesuksesan tersebut adalah mungkin, yang pada gilirannya akan mempengaruhi perilaku dan meningkatkan peluang keberhasilan nyata.

Pemahaman tentang pentingnya citra diri memiliki implikasi luas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, karier, dan hubungan interpersonal. Sebagai contoh, dalam konteks pendidikan, guru yang membantu siswa mengembangkan citra diri positif dapat meningkatkan motivasi belajar dan prestasi akademik mereka. Dalam dunia kerja, profesional dengan citra diri yang sehat cenderung lebih proaktif, inovatif, dan mampu menghadapi tantangan dengan lebih efektif. Selain itu, dalam hubungan interpersonal, individu dengan citra diri positif lebih mungkin membangun hubungan yang sehat dan saling mendukung.²⁵

B. Konsep *Self image*

Self image atau citra diri adalah suatu gambaran, cerminan, pandangan, dan bayangan yang dimiliki oleh seseorang mengenai dirinya sendiri. Dimana citra diri tersebut sangat berpengaruh terhadap pola pikir dan pola tingkah lakunya dalam kehidupan sehari-hari dalam hubungannya dengan lingkungan sekitar.²⁶

Citra diri merupakan persepsi seseorang mengenai keberadaan fisik dan karakteristiknya, seperti kejujuran, rasa humor, hubungannya dengan orang lain, apa

²⁵ Nurlita Tirsa Ramadani, dkk., *pengaruh citra diri terhadap penerimaan diri pada dewasa awal*, Jurnal Psikologi Karakter, vol. 3, no. 1, (2023), hal 225-229.

²⁶ Chindy Maghvirani, (2022), *Pengaruh Penggunaan media social instagram terhadap self image di lingkungan pendidikan SMKN 2 Kota Bengkulu*, Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

yang dimilikinya, serta kreasi-kreasinya. Setiap orang akan mempunyai citra diri tentang dirinya sendiri, baik tentang citra diri yang sebenarnya (*real self*), maupun citra diri yang diinginkannya (*ideal self*). Kemampuan yang dimiliki, keadaan lingkungan, dan sikap serta pendapat pribadinya akan memengaruhi seseorang dalam bentuk citra dirinya.

Citra diri merupakan salah satu segi dari gambaran diri yang berpengaruh pada harga diri. Citra diri merupakan bagian dari konsep diri yang berkaitan dengan sifat-sifat fisik. Citra diri merupakan gambaran seseorang mengenai fisiknya sendiri. Senada dengan hal tersebut, Burns mengatakan bahwa citra diri merupakan gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya sendiri sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri sering dikaitkan dengan karakteristik-karakteristik fisik termasuk di dalamnya penampilan seseorang secara umum, ukuran tubuh, cara berpakaian, model rambut dan pemakaian kosmetik.²⁷

1. Aspek-Aspek Citra Diri

Brown mengungkapkan bahwa ada tiga aspek dalam pengetahuan akan diri sendiri yaitu:

a. Dunia fisik (*physical world*)

Realitas fisik dapat memberikan suatu arti yang mana kita dapat belajar mengenai diri kita sendiri. Sumber pengetahuan dari dunia fisik

²⁷ Gina syarifatunnisa, (2017), Penerapan Model Guided Discovery Untuk Meningkatkan Percaya diri siswa dalam Pembelajaran Matematika, respository. Upi. Edu : Universitas Islam Indonesia.

memberikan pengetahuan diri sendiri. Akan tetapi pengetahuan dari dunia fisik terbatas pada atribut yang bisa diukur dengan yang mudah terlihat dan bersifat subjektif dan kurang bermakna jika tidak dibandingkan dengan individu lainnya.

b. Dunia Sosial (*social world*)

Sumber masukan untuk mencapai pemahaman akan citra diri adalah masukan dari lingkungan sosial individu. Proses pencapaian pemahaman diri melalui lingkungan sosial tersebut ada dua macam, yaitu:

1) Perbandingan Sosial (*social comparison*)

Serupa dengan dunia fisik, dunia sosial juga membantu memberi gambaran diri melalui perbandingan dengan orang lain. Pada umumnya individu memang cenderung membandingkan dengan individu lain yang dianggap sama dengannya untuk memperoleh gambaran yang menurut mereka adil. Akan tetapi tidak jarang individu membandingkan dirinya dengan individu yang lebih baik disebut *upward comparison* atau yang lebih buruk *downward comparison* sesuai dengan tujuan mereka masing-masing.

2) Penilaian yang tercerminkan (*reflected apraisal*)

Pengetahuan akan diri individu tercapai dengan cara melihat tanggapan orang lain terhadap perilaku individu. Misalnya jika individu melontarkan gurauan dan individu lain tertawa, hal tersebut dapat menjadi sumber untuk mengetahui bawa individu lucu.

c. Dunia dalam/ psikologis (*inner/ psychological world*)

Sedangkan untuk sumber berupa penilaian dari dalam diri individu, ada tiga hal yang dapat mempengaruhi pencapaian pemahaman akan citra diri individu, yaitu:

1) Instrospeksi (*introspection*)

Instrospeksi dilakukan agar individu melihat kepada dirinya untuk mencari hal-hal yang menunjang dirinya. Misalnya seseorang yang merasa dirinya pandai, bila berinstrospeksi akan melihat berbagai kejadian dalam hidupnya, misalnya bagaimana dirinya menyelesaikan masalah, menjawab pertanyaan, dan sebagainya.

2) Proses mempersepsi diri (*Self Perception Process*)

Proses ini memiliki kesamaan dengan intropeksi, namun bedanya adalah bahwa proses mempersepsi diri dilakukan dengan melihat kembali dan

menyimpulkan seperti apa dirinya setelah mengingat-ingat ada tidaknya atribut yang dicarinya di dalam kejadian-kejadian di hidupnya. Sedangkan introspeksi dilakukan sebaliknya.

3) Atribusi Kausal (*Causal Attributions*)

Cara ini dilakukan dengan mencari tahu alasan dibalik perilaku. Weiner mengatakan bahwa atribusi kausal adalah dimana individu menjawab pertanyaan, mengapa dalam melakukan berbagai hal dalam hidupnya. Atribusi kausal ini juga dapat dilakukan kepada perilaku orang lain yang berhubungan dengan individu. Dengan mengetahui apa alasan orang lain melakukan suatu perbuatan yang berhubungan dengan individu, sehingga individu tahu bagaimana gambaran diri sebenarnya. Atribusi yang dibuat mempengaruhi pandangan individu terhadap dirinya.²⁸

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self-Image*

a) Faktor Internal

- a) Genetik dan Biologis: Faktor-faktor ini mencakup karakteristik fisik yang diwariskan dan kondisi kesehatan mental dan fisik.

²⁸ R.B. Brun, (1998), *Konsep Diri : Teori, Pengukuran, perkembangan dan Perilaku*. Ahli bahasa : Eddy, Jakarta, ARCAN

- b) Pengalaman Pribadi: Pengalaman hidup, seperti keberhasilan dan kegagalan, trauma, dan pencapaian, sangat mempengaruhi *self-image*.
 - c) Kepribadian: Sifat-sifat individu, seperti *ekstroversi*, *neurotisisme*, dan keterbukaan terhadap pengalaman, juga mempengaruhi cara seseorang melihat dirinya sendiri.
- b) Faktor Eksternal
- a. Lingkungan Keluarga: Pola asuh, dukungan emosional, dan hubungan dengan anggota keluarga sangat mempengaruhi *self-image*.
 - b. Pengaruh Teman Sebaya: Teman-teman dan kelompok sosial memainkan peran penting dalam membentuk persepsi diri, terutama pada masa remaja.
 - c. Media dan Budaya Populer: Standar kecantikan, kesuksesan, dan perilaku yang disajikan melalui media dapat mempengaruhi *self-image* seseorang.
 - d. Pendidikan dan Lingkungan Sekolah: Pengalaman di lingkungan pendidikan, termasuk interaksi dengan guru dan teman sebaya, dapat memengaruhi bagaimana seseorang memandang dirinya.²⁹

²⁹ Rina Apriliyanti, (2021), Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Self-Image pada Remaja di Kota Bandung, Jurnal Psikologi Indonesia, vol 1(1).

3. Pentingnya *Self-Image* bagi Remaja

Self-image sangat penting bagi remaja karena:

- a) Perkembangan Identitas: Masa remaja adalah periode kritis dalam perkembangan identitas. *Self-image* yang positif membantu remaja membangun identitas diri yang kuat dan sehat.
- b) Kesehatan Mental: *Self-image* yang baik berhubungan erat dengan kesehatan mental yang baik, termasuk rasa percaya diri, harga diri yang tinggi, dan kesejahteraan emosional.
- c) Prestasi Akademik dan Sosial : Remaja dengan *self-image* positif cenderung lebih berhasil di sekolah dan: *Self-image* yang positif dapat mencegah berbagai masalah perilaku seperti penyalahgunaan zat.³⁰

C. Karakteristik Media Sosial di Kalangan Generasi Z

Generasi Z yang juga sering disebut dengan generasi digital adalah generasi yang lahir pada perkembangan teknologi dan mempunyai ketergantungan besar terhadap teknologi, generasi ini lahir pada kurun waktu 1995 sampai 2010. Mereka sudah terbiasa dengan berbagai macam bentuk *gadgets* dan aplikasi. Hal ini dapat mempengaruhi perkembangan perilaku dan kepribadian individu.

a. Karakteristik Generasi Z

Karakter menonjol Generasi Z adalah mahir teknologi untuk memperoleh informasi, tidak menyukai proses, berorientasi hasil, cepat mengeluh dengan tugas berat, cenderung ambil jalan pintas, minimalis, dan

³⁰ Anindita Susilo, Melly Ridaryanthi,(2024),Pengelolaan Media Sosial dalam Penguatan Identitas Digital dan Citra Diri Remaja Kota Tangerang Selatan, jurnal pengabdian masyarakat , Volume 2, No. 3.

berwawasan lebar tapi tidak dalam. Karakteristik utama Generasi Z meliputi:

- a) *Digital*: Generasi Z akan memadukan sisi fisik dan digital dalam mengonsumsi, hidup, dan bekerja menggunakan aplikasi seperti *Skype*, *Line*, *Whatsapp*.
- b) *Hiper-Kustomisasi*: Generasi Z berusaha menyesuaikan identitas mereka melalui kustomisasi agar dikenal dunia.
- c) *Realistis*: Mengalami krisis sejak dini membuat pola pikir Generasi Z pragmatis dalam merencanakan masa depan.
- d) *FOMO*: Generasi Z takut ketinggalan informasi sehingga selalu mengikuti tren dan kompetisi namun khawatir bergerak kurang cepat.
- e) *Weconomist*: Mengenal ekonomi berbagi seperti Gojek dan Airbnb, mendorong perusahaan beroperasi hemat biaya, berperan filantropis, berharap kemitraan dengan atasan untuk perbaikan.
- f) *DIY*: Mandiri dan percaya melakukan sendiri (*do-it-yourself*) seperti belajar dari *YouTube* lebih baik daripada budaya kolektif.
- g) *Terpacu*: Meyakini ada pemenang dan pecundang, terpacu karena resesi dan perubahan cepat.³¹

D. Peran dan fungsi Media Sosial

Media sosial merupakan media interaksi sosial yang mudah diakses dan memiliki sifat dapat di perluas. Media sosial memperbolehkan penggunanya

³¹ Sarah Aditiya, Rizki Taufik Rahmat, *Karakteristik Generasi Z Dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual*, Bandung: Reinvensi Budaya Visual Nusantara, (2019)

melakukan komunikasi interaktif . perkembangan teknologi internet dan telepon seluler memperbolehkan media sosial berkembang dengan cepat. Karena hal tersebut media sosial dipilih banyak pengguna dalam menyampaikan ide dan opini atau berkomentar terhadap apapun.

a.) Media sosial memiliki beberapa peran dan fungsi:

1. *Branding*, di mana media sosial membantu membangun *personal branding* seseorang melalui aktivitas mereka.
2. *Marketing*, di mana media sosial digunakan untuk promosi usaha atau produk secara efektif dan efisien.
3. *Communication*, sebagai sarana penyampaian pesan baik secara langsung maupun tidak langsung.
4. *Viral* (virus dan virtual), di mana informasi atau kejadian dapat menyebar dengan cepat, membantu pemilik usaha memperkenalkan produk dengan cepat dan tepat.

b.) Karakteristik media sosial termasuk:

1. *Partisipasi*: Mendorong kontribusi dan umpan balik dari pengguna.
2. *Keterbukaan*: Terbuka untuk umpan balik, komentar, dan partisipasi.
3. *Perbincangan*: Memfasilitasi interaksi dua arah.
4. *Keterhubungan*: Memungkinkan tautan antar pengguna dan sumber informasi.

c.) Dimensi social media:

1. *Social Presence*

Dimensi ini mengacu pada interaksi yang terjadi selama proses komunikasi di media sosial. Penilaian responden atas dimensi ini adalah berdasarkan interaksi media sosial.

2. *Media Richness*

Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan media dalam mengurangi ketidakjelasan dan ketidaknyamanan informasi melalui proses komunikasi.

3. *Self Disclosure*

Dimensi ini merujuk pada pengembangan hubungan dekat melalui pengungkapan diri seperti perasaan, kesukaan, ketidaksukaan, dan pemikiran. Media sosial memungkinkan konsumen untuk mengungkapkan diri mereka.³²

E. Algoritma dan Konten Tiktok

TikTok adalah *platform* media sosial yang memungkinkan pengguna membuat dan berbagi video pendek dengan berbagai efek dan musik latar. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan di Tiongkok pada September 2016 dengan nama Douyin oleh

³² Kaplan, A. M., & Haenlein, M, "*Social media marketing: From strategizing to implementing.*" Sage Publications (2019)

perusahaan teknologi *ByteDance*, yang didirikan oleh Zhang Yiming. Pada November 2017, *ByteDance* mengakuisisi platform *Musical.ly* dan menggabungkannya dengan TikTok pada Agustus 2018 untuk memperluas jangkauannya di pasar Barat. Algoritma rekomendasi TikTok yang canggih memanfaatkan kecerdasan buatan untuk menyajikan konten yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi dan interaksi pengguna, menjadikannya salah satu aplikasi paling populer di dunia.³³

Algoritma TikTok berfungsi dengan menganalisis berbagai sinyal dari pengguna untuk menentukan konten yang paling relevan bagi mereka. Sinyal-sinyal ini meliputi interaksi pengguna (seperti suka, komentar, dan berbagi), informasi video (seperti *caption*, *hashtag*, dan musik yang digunakan), serta pengaturan perangkat dan akun (seperti preferensi bahasa dan lokasi). Berdasarkan analisis ini, TikTok menyusun feed "*For You*" yang unik untuk setiap pengguna, memastikan bahwa konten yang ditampilkan sesuai dengan minat dan preferensi individu.

Selain itu, algoritma TikTok sangat responsif terhadap perilaku pengguna. Misalnya, durasi waktu yang dihabiskan untuk menonton video tertentu dapat memengaruhi rekomendasi konten selanjutnya. Hal ini berarti bahwa bahkan tanpa interaksi langsung seperti menyukai atau berkomentar, algoritma dapat menyesuaikan rekomendasi berdasarkan pola tontonan pengguna.³⁴

³³ Rusdiono, E. (2021). *Monetisasi Media Sosial di TikTok*. Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, 21(1), 1–10.

³⁴ Putri, A. S., & Nurhayati, S. (2024).* Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif pada TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi, 11(1), 11–15.

TikTok menawarkan berbagai jenis konten yang mencakup berbagai topik dan minat. Beberapa kategori konten populer di platform ini antara lain:

- a. Tantangan dan Tren Viral: Pengguna sering berpartisipasi dalam tantangan atau tren tertentu, seperti tarian atau *lip-sync*, yang kemudian menjadi viral dan diikuti oleh banyak orang.
- b. Konten Edukasi: Selain hiburan, banyak kreator yang membagikan pengetahuan dan tutorial dalam berbagai bidang, mulai dari sains hingga keterampilan praktis sehari-hari.
- c. Konten Komedi: Video lucu dan sketsa komedi sangat populer, dengan kreator yang menggunakan kreativitas mereka untuk menghibur audiens.
- d. *Review* Produk dan Rekomendasi: Pengguna sering membagikan ulasan produk atau rekomendasi tempat, membantu orang lain dalam membuat keputusan pembelian atau kunjungan.

Selain itu, TikTok juga dikenal dengan komunitas kreatornya yang beragam, seperti Miss. Konten, seorang mentor edukasi bersertifikat dengan lebih dari 220 ribu pengikut, yang menawarkan kelas belajar membuat konten.

Namun, penting untuk dicatat bahwa algoritma TikTok dapat membawa pengguna ke dalam "*lubang kelinci*" konten tertentu jika tidak diawasi dengan baik. Studi menunjukkan bahwa algoritma dapat dengan cepat mengarahkan pengguna ke konten yang lebih ekstrem atau spesifik berdasarkan interaksi awal mereka. Secara keseluruhan, kombinasi antara algoritma rekomendasi yang canggih dan keragaman

konten yang tersedia membuat TikTok menjadi platform yang sangat menarik bagi berbagai kalangan pengguna.³⁵

1. Fitur-fitur TikTok

Beberapa fitur utama TikTok meliputi:

- a. *For You Page* (FYP): Halaman utama yang menampilkan video yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi dan interaksi pengguna.
- b. *Duet*: Fitur yang memungkinkan pengguna membuat video berdampingan dengan video pengguna lain.
- c. *Effects dan Filters*: Beragam efek visual dan filter yang bisa digunakan untuk mempercantik atau membuat video lebih menarik.
- d. *Sound Library*: Perpustakaan musik dan suara yang luas untuk latar belakang video.
- e. *Live Streaming*: Fitur siaran langsung yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan pengikut mereka secara real-time.³⁶

2. Pengguna dan Konten TikTok

Pengguna TikTok terdiri dari berbagai kelompok usia, namun mayoritas adalah generasi muda (Gen Z dan milenial). Konten yang populer di TikTok mencakup tantangan (*challenges*), tarian, komedi, tutorial, dan konten informatif.³⁷

³⁵ Ibid

³⁶ Santoso, A,(2019) Fenomena TikTok di Kalangan Remaja: Sebuah Studi Kasus di Kota Bandung, *Jurnal Media dan Komunikasi*, 8(2), Hal 123-134.

³⁷ Anwar, M,(2021) *Analisis Penggunaan TikTok dalam Pendidikan: Peluang dan Tantangan*, *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 12(3), Hal 78-89.

F. Generasi Z dan Penggunaan Media Sosial

Generasi Z merupakan pengguna aktif media sosial yang memanfaatkannya untuk berbagai keperluan. Mereka menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan interaksi sosial dengan teman dan keluarga, serta membangun jaringan pertemanan. Selain itu, generasi muda ini juga sering mencari informasi dan materi pendidikan melalui *platform* media sosial. Media sosial juga menjadi wadah bagi mereka untuk mengekspresikan diri dan kreativitas melalui berbagai bentuk konten seperti video, gambar, dan meme. Tak ketinggalan, mengikuti tren terbaru dan mencari hiburan merupakan aktivitas yang umum dilakukan generasi Z di media sosial.³⁸

G. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang sangat pesat. Mereka adalah generasi yang tidak hanya terbiasa dengan kehadiran internet dan media sosial, tetapi juga menjadikannya sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Generasi Z di Indonesia merupakan generasi yang kreatif dan inovatif. Mereka saat ini mendominasi populasi di Indonesia, dengan jumlah sekitar 27,94% dari total populasi atau sekitar 74,93 juta orang. Generasi Z lahir antara tahun 1997 dan 2012.

Generasi Z dikenal memiliki gaya konsumsi media yang khas, yakni lebih memilih media digital seperti media sosial dan platform *streaming* dibandingkan media konvensional seperti televisi atau surat kabar.³⁹ Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran

³⁸ Ribka Priskilla, dkk, (2022), *Etika Bermedia Sosial Generasi Z*, Forikami : Jurnal Filsfat Terapan, , Vol 1(1), Hal 1-25.

³⁹ Ribka Priskilla., dkk. "Etika Bermedia Sosial Generasi Z". Forikami: Jurnal Filsafat Terapan, Vol. 1, no. 1, (2022). hlm. 15.

teknologi telah mempengaruhi cara berpikir, berinteraksi, hingga menentukan preferensi dalam berbagai aspek kehidupan mereka.

1) Karakteristik Gen Z Indonesia

- a. Berusia antara 18-24 tahun
- b. Kreatif dan inovatif
- c. Aktif dalam menggunakan media sosial
- d. Memiliki kemampuan yang berbeda untuk memproses dan memilah-milah informasi dalam jumlah besar
- e. Menavigasi dengan mulus antara dunia online dan offline.

2) Perilaku Konsumsi Gen Z Indonesia

- a. Mengonsumsi berita dengan cara yang berbeda, hanya sebagian kecil dari mereka yang membaca koran setiap hari
- b. Sebagian besar beralih ke media sosial untuk mendapatkan berita terkini
- c. 80% pembeli online akan membandingkan harga di toko fisik sebelum melakukan pembelian secara online
- d. 75% akan mempertimbangkan biaya pengiriman
- e. Empat dari lima pembeli online mempertimbangkan kecepatan pengiriman sebelum membeli barang secara online

3) Penggunaan Teknologi Gen Z Indonesia

- a. 90% dari mereka menonton/berlangganan ke penyedia layanan streaming seperti Netflix, Iflix, dan Vidio dalam setahun terakhir
- b. Pergeseran ke arah layar kecil juga dapat dilihat di antara segmen 18-24 tahun yang menonton program TV/film secara online dalam satu bulan

terakhir, sekitar sembilan dari 10 di antaranya melakukannya melalui ponsel.⁴⁰

Generasi Z merupakan generasi yang unik dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung secara daring, yang membentuk pola pikir, kebiasaan, dan nilai-nilai yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Kekuatan utama generasi ini terletak pada kemampuannya dalam mengakses dan mengolah informasi secara cepat, kreativitas dalam menggunakan media sosial, serta fleksibilitas dalam berinteraksi di ruang virtual dan nyata secara bersamaan.

Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen aktif informasi, tetapi juga produsen konten yang berpengaruh dalam lanskap digital. Kecenderungan mereka dalam memilih media yang lebih interaktif, personal, dan cepat, menunjukkan pergeseran paradigma komunikasi yang lebih dinamis dan partisipatif. Oleh karena itu, pemahaman terhadap karakteristik Generasi Z menjadi penting bagi berbagai pihak, baik dalam bidang pendidikan, pemasaran, hingga pembangunan sosial untuk menyesuaikan pendekatan dan strategi yang lebih relevan dengan kebutuhan serta gaya hidup mereka.

⁴⁰ Hootsuite. (2020), Digital 2020: Indonesia. Diakses dari <https://www.hootsuite.com/resources/digital-2020-indonesia> pada tanggal 12 desember 2024 pukul 17.01 wib.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam bagaimana media sosial TikTok mempengaruhi pembentukan *self image* Generasi Z melalui akun @Dearaya. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman subjektif pengguna dan konteks sosial yang mempengaruhi pembentukan citra diri mereka.⁴¹ Dalam konteks ini, pendekatan kualitatif juga memberikan ruang bagi peneliti untuk memahami nuansa dan kompleksitas interaksi sosial yang terjadi di platform TikTok. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana konten yang dihasilkan oleh pengguna dapat membentuk persepsi diri dan identitas mereka, serta bagaimana interaksi dengan audiens dapat mempengaruhi *self image* mereka.⁴²

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah studi deskriptif kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis pengaruh media

⁴¹ Creswell (2014) dalam *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.

⁴² in (2018) dalam *Case Study Research and Applications: Design and Methods*

sosial, khususnya TikTok, terhadap pembentukan *self image* Generasi Z. Dengan menganalisis konten yang dihasilkan oleh akun TikTok, yaitu @Dearaya, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan *self image* pengguna membentuk identitas mereka melalui interaksi dengan konten yang mereka konsumsi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana faktor budaya, sosial, dan ekonomi memengaruhi pengalaman pengguna dan pembentukan citra diri mereka.

Melalui metode ini, diharapkan akan diperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang dampak media sosial terhadap identitas generasi muda dalam konteks yang berbeda. Penelitian ini juga akan memberikan kontribusi terhadap literatur yang ada mengenai pengaruh media sosial terhadap *self image*, serta memberikan rekomendasi bagi praktisi dan peneliti di bidang komunikasi dan psikologi sosial.⁴³

C. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara daring dengan fokus pada akun TikTok @Dearaya. Pengumpulan data dilaksanakan dalam jangka waktu selama tiga bulan, yakni Januari - Maret 2025. Periode ini dipilih untuk mendapatkan data yang cukup mengenai interaksi pengguna dengan konten yang dipublikasikan oleh akun yang diteliti serta perubahan yang mungkin terjadi dalam persepsi *self image* mereka selama waktu penelitian.

⁴³ ibid

D. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pengguna TikTok dari generasi Z yang secara aktif mengikuti dan berinteraksi dengan akun @Dearaya. Pemilihan subjek dilakukan dengan metode *purposive* sampling, yaitu memilih individu dengan kriteria tertentu:

1. Berusia 18-25 tahun
2. Aktif menggunakan TikTok
3. Mengikuti akun @Dearaya
4. Sering berinteraksi dengan konten yang dibagikan oleh akun tersebut (berupa *like* dan komentar).

Berikut peneliti tampilkan Nama-nama Informan penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1 Nama Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Nama akun	Durasi
1.	Zahra	20 Tahun	@user5021290048399	4-5 Jam
2.	Windy	21 Tahun	@wiind0aas	2 Jam
3.	Naswa Sribudiarti	20 Tahun	@naaaaswsrb_	1 Jam
4.	Faridatul Sa'adah	24 Tahun	@fallinsky_blue	30 Menit
5.	Ayunim	22 Tahun	@aahwa11	1 Jam
6.	Ratih	24 Tahun	@rachtwoijye_	20 Menit

Sumber: Diolah dari data penelitian

E. Sumber Data

Sumber data adalah subjek atau asal dari mana data penelitian didapatkan. Sumber data dalam penelitian terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Primer

Data primer dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek yang diteliti, di mana peneliti mengumpulkan data melalui wawancara melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Purposive Sampling sendiri yang dijelaskan langsung oleh Sugiyono merupakan metode pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti untuk memilih elemen-elemen tertentu dari populasi berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan oleh peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Dengan demikian *purposive sampling* sendiri tidak hanya berupa usaha untuk memperoleh sampel yang representatif dari seluruh populasi saja, tetapi lebih pada pemilihan yang memiliki pengetahuan ataupun pengalaman yang relevan dengan topik penelitian⁴⁴

b. Sekunder

Data sekunder berperan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang telah tersedia

⁴⁴ Neuman, *Social Research Methods Qualitative and Approaches*, (New York : Pearson Education, 2003).

sebelumnya, seperti jurnal penelitian terdahulu, buku-buku referensi, serta laporan-laporan yang berkaitan dengan *self image*. Data sekunder ini dimanfaatkan untuk memperkuat penelitian dan memberikan landasan teoritis yang relevan.⁴⁵

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, kualitas penelitian sangat bergantung pada kualitas dan kelengkapan data yang berhasil dikumpulkan. Sehingga untuk mengumpulkan data, peneliti menerapkan berbagai teknik pengumpulan data:

a. Wawancara

Wawancara mendalam akan dilakukan dengan pengguna TikTok dari Generasi Z. Wawancara ini bertujuan untuk menggali pengalaman subjektif responden terkait bagaimana mereka membentuk *self image* melalui konten yang mereka konsumsi dan hasilkan di TikTok. Wawancara ini akan dilakukan secara daring menggunakan platform seperti Zoom atau Google Meet. Setiap sesi wawancara akan direkam (dengan izin responden) dan ditranskripsikan untuk analisis lebih lanjut.

b. Analisis konten

Peneliti akan melakukan analisis konten terhadap video yang diunggah oleh akun TikTok yang relevan, seperti @Dearaya. Analisis ini akan mencakup identifikasi tema-tema yang muncul dalam video, gaya komunikasi, serta interaksi dengan *audiens*. Dengan menganalisis konten,

⁴⁵ Ibid

peneliti dapat memahami bagaimana elemen-elemen tersebut berkontribusi terhadap pembentukan *self image* pengguna.

c. Observasi

Peneliti akan melakukan observasi terhadap interaksi pengguna di TikTok, termasuk komentar, *like*, dan *share* pada konten yang relevan. Observasi ini bertujuan untuk memahami *respons* komunitas terhadap konten dan bagaimana interaksi ini mempengaruhi *self image* pengguna

d. Dokumentasi

Dokumentasi untuk merekam dan mencatat data yang relevan selama proses penelitian, mencakup pencatatan hasil observasi dan transkrip wawancara untuk mendukung keabsahan data. Pendekatan ini memastikan data yang dikumpulkan kaya informasi dan mendalam.⁴⁶

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik. Teknik ini dipilih untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola (tema) dalam data yang dikumpulkan dari wawancara, analisis konten, kuesioner, observasi partisipatif, dan dokumentasi.

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data akan direduksi dengan cara memilih, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengorganisasikan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Reduksi

⁴⁶ Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9

data ini dilakukan dengan menyortir hasil wawancara, menyeleksi konten TikTok yang sesuai, serta menyaring hasil observasi dan kuesioner agar lebih sistematis dan fokus pada pembentukan *self image* Generasi Z.

2. Kategorisasi dan Pengenalan Pola

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah mengelompokkan data berdasarkan kategori tematik. Kategori ini akan ditentukan berdasarkan temuan dari wawancara, analisis konten, dan observasi. Misalnya, pola naratif dalam konten TikTok, jenis interaksi pengguna dengan konten, serta faktor sosial dan budaya yang memengaruhi *self image*.

3. Penyajian Data

Data yang telah dikategorikan akan disajikan dalam bentuk deskripsi naratif, kutipan langsung dari wawancara, serta tabel atau diagram yang mendukung analisis.

4. Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang dibuat akan didasarkan pada pola-pola yang ditemukan dalam penelitian. Selain itu, temuan ini juga akan dibandingkan dengan teori dan penelitian sebelumnya untuk memberikan konteks yang lebih luas.

Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk memperoleh hasil yang komprehensif dan mendalam terkait peran media sosial dalam pembentukan *self image* generasi z.⁴⁷ Pada hakikatnya, tahap kesimpulan ini memaparkan intisari dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan cara yang singkat dan padat agar pembaca dapat memahami penelitian ini dengan mudah.

H. Keabsahan data

Keabsahan data merupakan komponen yang sangat penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan bahwa penelitian tersebut memenuhi kriteria ilmiah. Proses ini melibatkan pengujian keabsahan data melalui beberapa metode, termasuk kredibilitas, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*.

Kredibilitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap data yang dikumpulkan. Dalam penelitian kualitatif, kredibilitas dapat ditingkatkan melalui pengamatan yang diperpanjang, yang memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks dan subjek yang diteliti. Validitas dan reliabilitas, yang telah memiliki standar baku dalam penelitian kuantitatif, belum sepenuhnya diterapkan dalam penelitian kualitatif. Hal ini sering kali menyebabkan keraguan terhadap keilmiahan hasil penelitian kualitatif di kalangan pembaca.

⁴⁷ Yasri Rifa'i, (2023), *Analisis Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Pengumpulan Data di Penelitian Ilmiah pada Penyusunan Mini Riset*, Pangandaran, Cendekia Inovatif dan Berbudaya: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 1(1): Hal. 31-37.

Untuk menilai keabsahan data dalam penelitian kualitatif, terdapat empat kriteria utama yang dapat digunakan:

1. *Credibility* (Kredibilitas)

Kriteria ini menilai kebenaran dan kepercayaan atas data dan informasi yang dikumpulkan. Hasil penelitian yang berkualitas tinggi harus dapat dipercaya oleh semua pembaca dan responden yang terlibat, serta mampu menggambarkan secara akurat pengalaman dan perspektif mereka.

2. Metode untuk Meningkatkan Kredibilitas

- a. Memperpanjang Waktu Penelitian

Peneliti melakukan beberapa pertemuan dengan setiap partisipan untuk lebih mengenal konteks, lingkungan, dan aktivitas sehari-hari yang dilakukan. Hal ini bertujuan untuk membangun hubungan yang lebih baik dan mendapatkan informasi yang lebih kaya.

- b. Wawancara dan Pengamatan Kontinu

Peneliti melaksanakan wawancara dan pengamatan secara berkelanjutan hingga mencapai tingkat redundansi. Dengan cara ini, peneliti dapat menganalisis informasi secara mendalam dan membedakan antara data yang bermakna dan yang tidak.

- c. Triangulasi

Metode ini melibatkan peneliti menanyakan kembali pertanyaan yang sama kepada partisipan atau orang terdekat mereka pada waktu

yang berbeda. Tujuannya adalah untuk menguji konsistensi jawaban dan meningkatkan keandalan data yang dikumpulkan.⁴⁸

Keabsahan data yang paling sering digunakan dalam penelitian sastra lisan ada beberapa cara yaitu Model Triangulasi artinya mengulang atau klarifikasi dengan aneka sumber. Jika diperlukan triangulasi data, dapat dilakukan dengan cara mencari data-data lain sebagai pembanding. Orang yang terlibat dapat dimintai keterangan lebih lanjut tentang data yang diperoleh. Jika triangulasi pada aspek metode, perlu meninjau ulang metode yang digunakan (dokumentasi, observasi, catatan lapangan dll). Menurut Wiliam Wiersma dalam Sugiono yaitu :

1. Triangulasi Sumber
2. Triangulasi Teori
3. Triangulasi Peneliti
4. Triangulasi Metode.

Triangulasi pada prinsipnya merupakan model pengecekan data untuk menentukan apakah sebuah data benar-benar tepat menggambarkan fenomena pada sebuah penelitian.⁴⁹ Objek dalam penelitian ini adalah peran media sosial TikTok dalam pembentukan *self image* generasi Z, khususnya melalui akun

⁴⁸ Dedi Susanto1, Risnita2,(2023), *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*, QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora, Volume 1 Nomor 1 Mei.

⁴⁹ Octaviani, Rika, and Elma Sutriani. "Analisis data dan pengecekan keabsahan data." (2019). 64 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

@DearAya. Penelitian ini akan meneliti makna dan dampak konten yang dihasilkan oleh akun tersebut.

Data yang digunakan dalam penelitian ini akan diperoleh dari subjek-subjek yang dipilih secara purposive, yaitu pengguna TikTok yang aktif berinteraksi dengan konten dari akun tersebut. Untuk memastikan kebenaran dan keabsahan data, peneliti akan menerapkan triangulasi sumber. Proses ini melibatkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pengguna, observasi interaksi di platform TikTok, serta dokumentasi konten yang diunggah oleh akun yang diteliti. Dengan cara ini, peneliti dapat memvalidasi hasil penelitian dan memastikan bahwa temuan yang diperoleh mencerminkan realitas yang ada terkait pembentukan *self image* generasi Z melalui media sosial.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Profil Akun Tiktok @Dearaya

Dear Aya, seorang kreator TikTok dengan nama asli Tiara atau yang akrab disapa Aya, memiliki 303,1 ribu pengikut dan telah mengumpulkan sebanyak 8,5 juta likes di platform tersebut. Konten yang dibagikan oleh Dear Aya berfokus pada kisah kehidupan sehari-hari, penerimaan diri (*self-acceptance*), serta proses penyembuhan dari luka batin (*healing*). Konten yang disajikan tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan dorongan emosional dan pemahaman bahwa luka batin dapat disembuhkan dengan menerima diri sendiri secara utuh dan memproses pengalaman masa lalu dengan bijaksana.⁵⁰

Gambar 4. 1. Profil akun @dearaya



Sumber: Dokumentasi dari platform TikTok⁵¹

⁵⁰ <https://ican-education.com/blog/deretan-youtuber-yang-memilih-kuliah-di-luar-negeri/> diakses pada tanggal 18 februari ,pukul 20:07 wib.

⁵¹ Data dokumentasi diambil tanggal 10 febuari 2025.

Pada gambar 4.1 di atas merupakan salah satu akun Tiktok dear aya dari Indonesia dan dalam kontennya memiliki pendekatan yang hangat dan penuh empati dalam membentuk citra diri generasi Z. Dengan penyampaiannya yang penuh pengertian @DearAya menciptakan ruang aman bagi *audiensnya* untuk merasa diterima dan dipahami terutama bagi mereka yang mungkin mengalami perasaan tidak cukup baik atau terabaikan. Adapun jenis konten yang dibagikan oleh @DearAya adalah sebagai berikut:

- a. Konten @DearAya berfokus pada kisah hidup yang merupakan cerita atau narasi yang menggambarkan pengalaman nyata seseorang, baik berupa kegagalan ataupun perjuangan, keberhasilan dan transformasi pribadi seperti cerita *overthinking*, *quarter-life crisis*, atau kesulitan menemukan passion.
- b. Konten lainnya berfokus pada penerimaan diri. Konten @DearAya mengajarkan pada generasi Z di Indonesia untuk menerima diri secara utuh, termasuk kekurangan dan luka emosional yang mungkin mereka alami.⁵²
- c. Terakhir konten yang dibagikan @DearAya adalah penyembuhan luka batin. Dengan penyampaian yang hangat dan penuh empati, konten @DearAya mampu menciptakan ruang aman bagi generasi Z untuk merasa diterima dan dipahami contohnya seperti *self love* bagi audiens yang memiliki pengalaman emosional yang menyakitkan.

⁵² https://www.tiktok.com/@dearaya725?_t=ZS-8u1OQvs2nyB&_r=1 diakses pada tanggal 17februari 2024 ,pukul 15.34 wib

B. Profil Informan

Dalam melakukan sebuah penelitian, tentunya untuk mendapat sebuah penelitian yang akurat, peneliti membutuhkan beberapa informan yang bersedia diwawancarai. Dalam pengambilan penelitian ini, tentu peneliti memilih sampel dan populasi dari sumber dan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih informan dari yang merupakan generasi Z dan pengikut akun tiktok @dearaya yang aktif. Peneliti mengirim pesan dari tiktok ke satu satu *followers* akun tersebut. Dimana peneliti memilih informan yang sesuai dengan kriteria yang telah peneliti lakukan dengan *purposive sampling*.

Tabel 4.1

Nama Informan Penelitian

No	Nama	Usia	Nama akun
1.	Zahra	20 Tahun	@user5021290048399
2.	Windy	21 Tahun	@wiind0aas
3.	Naswa Sribudiarti	20 Tahun	@naaaaswsrb_
4.	Faridatul Sa'adah	24 Tahun	@fallinsky_blue
5.	Ayu	22 Tahun	@aahwa11
6.	Ratih	24 Tahun	@rachtwoijye_

Sumber: Diolah dari hasil penelitian

Tabel di atas merupakan hasil wawancara langsung dengan 6 informan yang memiliki kebiasaan bermain Tiktok setiap hari dengan durasi yang berbeda-beda. Hasil wawancara menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki minat yang kuat terhadap konten media tiktok. Dan menjadikannya aktivitas sehari-hari dalam

penggunaan akses internet yang semakin modern sehingga membawa informan kepada kegiatan yang lebih berfokus pada peranan media dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwasannya informan yang memainkan media Tiktok dengan kurun waktu yang sangat lama dapat dihitung secara terakumulasi dengan penggunaan media yang dilakukan secara berulang dijam yang berbeda.

C. Hasil Penelitian

Pada bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian sesuai dengan data yang diperoleh dari adanya pengumpulan data berupa observasi, wawancara yang mendalam hingga pada dokumentasi. Peneliti sendiri akan mendeskripsikan data yang diperoleh secara langsung berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang sudah ditentukan. Peneliti menjelaskan secara langsung mengenai data tersebut dengan tiga tahapan analisis yakni dengan adanya reduksi data, kajian data hingga pada penarikan kesimpulan data yang akan ditulis dan dijabarkan oleh peneliti dengan melalui adanya deskriptif kualitatif.

1. Peran Media Sosial TikTok dan Pembentukan *Self-Image* pada Gen Z di Ditinjau dari Teori Citra Diri Maxwell Maltz

Maxwell Maltz, dalam bukunya *Psycho-Cybernetics*, menjelaskan bahwa citra diri adalah gambaran mental seseorang mengenai dirinya sendiri, yang terbentuk melalui pengalaman, interaksi sosial, dan penilaian yang diterima dari orang lain dan lingkungan sekitar. Citra diri ini sangat penting karena mempengaruhi cara seseorang berperilaku, berpikir, dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari. Citra diri yang

positif dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kinerja seseorang, sementara citra diri yang negatif dapat menghambat potensi dan perkembangan pribadi. Maltz juga menekankan bahwa citra diri bukanlah sesuatu yang statis, ia bisa berubah melalui perubahan pola pikir dan pengalaman baru. Oleh karena itu, media sosial, termasuk TikTok, dapat memengaruhi citra diri seseorang dengan cara yang sangat signifikan, baik secara positif maupun negatif.⁵³ Maxwell Maltz dalam teorinya menjelaskan bahwa *self image* terbentuk dalam berdasarkan tiga komponen utama, yaitu *Perceptual Component (Physical Self Image)*, *Conceptual Component (Psychological Self Image)*, dan *Attitudinal Component (Social Self Image)*.

Dengan demikian, peneliti meneliti dari perspektif tiga komponen utama dalam pembentukan *self-image* generasi Z. Pada akun @dear aya yang lebih berfokus dengan menekankan narasi personal tentang perjalanan hidup, penerimaan diri, dan proses penyembuhan trauma psikologis. Dalam proses ini, peneliti berhasil memperoleh serangkaian wawancara mendalam dengan responden.

a. *Self-Image* Gen Z Ditinjau dari Komponen Teori Citra Diri Maxwell Maltz

1. *Perceptual Component (Physical Self Image)*

Perceptual component atau *physical self-image* mengacu pada bagaimana seseorang menilai dan memahami penampilan fisiknya, termasuk tubuh, ekspresi wajah dan cara dirinya dipersepsikan oleh orang lain. Penilaian terhadap penampilan

⁵³Hidayat, Firman. "Peran Media Sosial dalam Pembentukan Citra Diri Remaja di Kalangan Mahasiswa Universitas di Jakarta." (2023), Universitas Indonesia, hal 63

ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti standar kecantikan, pengalaman pribadi, serta eksposur terhadap media sosial.

Seperti hasil wawancara yang disampaikan oleh Zahra pemilik akun user5021290048399 yang mana menjadi salah satu contoh respon netizen yang disampaikan melalui wawancara dimana ia merasakan sebuah perubahan yang sangat signifikan, Berdasarkan hasil wawancara secara langsung terhadap informan sebagai berikut :

@user5021290048399 *“Ada, aku dulu sangat berantakan kk ,begadang, nggak makan teratur, main HP nggak tau waktu, semenjak mengenal kk aya, aku menjadi lebih peduli sama hidupku, aku tau jadinya tujuan hidupku, tidur yg teratur, minum air yg cukup, makan makanan yg sehat, ternyata membuat aku sadar bahwa hidup nggak tentang rasa sakit atau setres yg aku rasa kan, ada banyak hal hal baik yg seharusnya aku dapat kan”*⁵⁴

Dari pernyataan informan di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa, platform media sosial Tiktok, khususnya melalui konten-konten yang disajikan oleh akun seperti @dear aya, memiliki peran signifikan dalam membentuk *self-image* positif di kalangan generasi Z Indonesia. Perubahan perilaku yang dinyatakan oleh responden menunjukkan aspek *perceptual component* (penampilan dirinya), Awalnya, individu ini tidak memperhatikan kesehatannya, menjalani gaya hidup yang berantakan dengan kebiasaan begadang, pola makan tidak teratur, dan penggunaan ponsel yang berlebihan.

Namun, setelah mengikuti konten dari @Dearaya, ia mulai menyadari pentingnya merawat diri, baik dari segi fisik maupun mental. Perubahan yang

⁵⁴ user5021290048399, Hasil Wawancara Akun Tiktok Pada Tanggal 17 Februari 2025, 15:31 WIB.

dialaminya, seperti mengatur pola tidur, minum air yang cukup, dan menjaga pola makan sehat, menunjukkan peningkatan dalam kesadaran terhadap pola hidupnya. Dalam konteks *self-image*, perawatan fisik yang lebih baik berkontribusi terhadap citra diri yang lebih positif, karena seseorang yang merasa sehat secara fisik akan lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

Menurut Windy pemilik akun @wiind0aas sebagai informan kedua menuturkan mengenai peran Tiktok terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@wiind0aas “Penerapan hidup sehat dari setelah menonton konten agak susah diterapin semisal motivasi dari dalam diri sendiri kurang. Tapi setelah banyak kali nonton konten kak Aya dari tiktok ataupun yt, bikin termotivasi dan mau kasih yang hal-hal terbaik untuk diri sendiri dan pola hidup sehat adalah salah satunya.”⁵⁵

Hasil wawancara dengan informan kedua @wiind0aas, memberikan gambaran mengenai bagaimana media sosial Tiktok khususnya akun @dearayaa berperan dalam membentuk persepsi individu terhadap citra fisik dan gaya hidup yang ideal. Informan menyampaikan bahwa pada awalnya motivasi untuk menjalani pola hidup sehat berasal dari dorongan internal yang lemah. Namun, setelah memperoleh paparan konten-konten inspiratif dari tokoh tertentu di Tik Tok, seperti Kak Aya, terjadi peningkatan motivasi dan kesadaran untuk memperbaiki kualitas hidup, salah satunya melalui penerapan pola hidup sehat. Lebih lanjut informan mengungkapkan adanya perubahan terhadap dirinya yang mencakup kelebihan dan kekurangan yang informan alami:

⁵⁵ Windy, Hasil Wawancara Akun Tiktok Pada Tanggal 19 April 2025, 18:47 WIB

@wiind0aas “Misal olahraga dan lebih banyak baca buku *self improvement*. Detoks sosmed jg bisa Kurang lebih bisa mempengaruhi. Dengan perubahan cara berfikir dan memandang sesuatu jg bisa ngubah apa yg aku konsumsi dan kenakan kak. Kelebihannya bisa jadi lebih *dress well* dan *how to self care* juga. Kekurangannya kadang terlalu obses jdi bikin sifat *perfectionist* nya aku balik lagi.”⁵⁶

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan, diperoleh gambaran bahwa dampak terhadap konten pengembangan diri seperti olahraga, membaca buku *self-improvement*, serta praktik detoks media sosial memberikan dampak signifikan terhadap pembentukan *physical self-image*, seperti postingan informan di Instagram pada gambar 4.2 dan 4.3 dibawah ini:

Gambar 4. 2.



Sumber: Dokumentasi dari informan

⁵⁶ Windy, Hasil Wawancara Akun Tiktok Pada Tanggal 19 April 2025, 18:47 WIB

Gambar 4.3

Sumber: Dokumentasi dari informan

Pada gambar 4.2 dan 4.3, terlihat adanya perkembangan positif dalam pembentukan *physical self-image*-nya. Berdasarkan komponen persepsi diri, informan mulai memahami dan menghargai penampilannya, baik melalui perawatan wajah maupun aktivitas fisik. Unggahan *make up* yang menunjukkan kepercayaan diri terhadap citra wajah, sementara unggahan karate yang menandakan kesadaran akan pentingnya menjaga tubuh melalui olahraga. Seperti hasil wawancara informan bahwasannya kepercayaan diri informan meningkat setelah mengikuti konten @dearayaa. Meski demikian, ia mengakui tantangan seperti kecenderungan perfeksionis akibat tekanan standar ideal. Secara keseluruhan peneliti menyimpulkan bahwa, perubahan ini menunjukkan bahwa informan mulai membentuk citra diri yang positif dan seimbang.

Menurut Naswa Sribudiarti pemilik akun @naaaaswsrb_ menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@naaaaswsrb_ “*ngga sih kak kalo olahraga, karna saya sendiri kurang suka olahragaaa kalo pola tidur dan makan cukup baikkk. kalo untuk ituuu jujur, aku masih sering ngerasa insecure, baik soal fisik maupun hal-hal yang aku rasakan. Tapi aku belajar untuk nerima itu pelan-pelan. Aku tahu nggak harus sempurna, tapi aku ingin jadi pribadi yang terus berproses heheheh. dan aku juga mau lebih bisa berdamai dengan diri aku sendiri, fisik pasti berubah, tapi aku lebih fokus ke gimana aku bisa merasa cukup dan bersyukur. kedepannya, aku pgn punya hidup yang lebih seimbang dan hati yang lebih lapang.*”

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu informan, diperoleh gambaran bahwa citra diri fisik informan berada dalam proses pembentukan yang progresif. Meskipun masih ada rasa tidak percaya diri, namun ia mulai menggeser persepsinya dari mengejar kesempurnaan menuju penerimaan diri dan keseimbangan hidup. Ini merupakan bentuk perkembangan yang sehat dalam pembentukan *physical self-image* menurut teori komponen perseptual. Seperti yang dapat dilihat dari postingan akun Tiktok informan pada gambar 4.4,

Gambar 4. 4



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Pada gambar 4.4 di atas peneliti dapat menyimpulkan bahwa, informan mengalami perubahan positif dalam membentuk citra diri fisiknya (*physical self-*

image). Yang awalnya, cenderung merasa tidak percaya diri dan mengalami *insecurity* terhadap penampilan fisik. Namun, seiring berjalannya waktu, terlihat adanya peningkatan penerimaan diri, yang ditunjukkan melalui konten yang lebih ekspresif, terbuka, dan memperlihatkan sisi personal secara jujur. Unggahan yang menampilkan wajah, ekspresi, serta aktivitas harian yang membumi menunjukkan bahwa informan mulai berdamai dengan dirinya dan tidak lagi terfokus pada standar fisik ideal. Ia lebih mengedepankan kenyamanan, rasa syukur, dan keseimbangan hidup. Perubahan ini mencerminkan bahwa proses pembentukan citra diri-nya berlangsung secara bertahap dan realistis, dipengaruhi oleh eksposur media sosial serta refleksi pribadi terhadap dirinya sendiri.

Lebih lanjut, Faridatul Sa'adah pemilik akun @aridafs_ menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@aridafs_ "jadi aku menemukan konten DearAya itu disaat aku lagi merasa Brunout banget sama kerjaan dan beberapa hal mengenai kehidupan. aku merasa stress, susah tidur, banyak main gadget untuk ngilangin stres tapi yang ada aku malah makin berantakan dan gampang capek. dari Nemu konten dearAya aku jadi berusaha lebih bisa menata rutinitas dari hal" simple dan mencoba rutin buat olahraga, itu impact-nya sangat pengaruh ternyata. aku mencoba rutinitas mulaii hidup teratur bikin to do list dan pola hidup sehat. skrng jadi lebih relax ga overthinking. kalo soal masalah/kendala lainnya aku coba selalu menelaah dari apa yg terjadi biar aku engga ke gocek selalu sedih dan males buat ngelakuin apapun. kalo insecure soal fisik aku jarang banget sih kaa hehe, lebih bersyukur dan mencoba buat rawat diri terus. malah aku lebih insecure sama cewe yg bervalue, pinter, rajin dan apalagi yg public speakingnya baguss hehe dan dari rasa insecure itu aku belajar buat selalu kembar dan mempelajari nambah knowledge".

Berdasarkan hasil wawancara di atas, informan menunjukkan perkembangan positif dalam pembentukan citra diri, setelah mengalami *burnout* yang berdampak pada kesehatan fisik dan mental, informan terdorong mengubah gaya hidupnya secara lebih teratur setelah menemukan konten inspiratif dari DearAya, seperti mulai berolahraga, membuat *to-do list*, dan menjaga pola hidup sehat. Ia juga memiliki pandangan positif terhadap penampilan fisiknya dan jarang merasa *insecure*, justru lebih fokus pada pengembangan diri seperti menambah pengetahuan, keterampilan, dan kualitas pribadi. Hal ini mencerminkan bahwa citra diri informan terbentuk tidak hanya dari penilaian fisik, tetapi juga dari usaha sadar untuk tumbuh secara mental dan emosional. Seperti yang terlihat di postingan Instagram pada gambar 4.5, 5.6, dan 4.7:

Gambar 4. 5



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4. 6

Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4. 7

Sumber: Dokumentasi dari Informan

Pada gambar 4.5, 5.6, dan 4.7 peneliti dapat menyimpulkan bahwa Citra diri informan dalam komponen persepsi fisik terbentuk melalui proses reflektif dan pemulihan dari kondisi *burnout*. Pengaruh terhadap konten positif dari media sosial menjadi stimulus eksternal yang mendorong perubahan internal, baik dalam kebiasaan hidup maupun cara pandang terhadap diri sendiri. Informan menunjukkan tingkat penerimaan diri yang baik terkait aspek fisik, serta memiliki orientasi pengembangan diri yang kuat sebagai bentuk adaptasi atas rasa *insecure* terhadap kelebihan orang lain. Dengan demikian, pembentukan citra diri informan didorong oleh kesadaran personal, pengalaman emosional, dan pengaruh media sosial yang konstruktif.

Lebih lanjut, Ayu pemilik akun @aahwa11 menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@aahwa11 *“Jujur aja, motivasi terbesar itu sebenarnya bukan dari media sosial, tapi dari pendidikan agama. Itu yang jadi akar perubahan. Tapi memang, konten seperti Diraya itu relate banget sama kehidupan anak muda sekarang, jadi kadang nonton juga buat penyemangat. Iya, walau nggak ekstrem seperti nge-gym. Karena tinggal di asrama, kadang susah cari waktu olahraga. Tapi aku tetap berusaha aktif, misalnya senam sendiri di kamar atau jalan kaki keliling asrama. Aku pernah coba lari juga, tapi sekarang lebih nyaman jalan kaki. Nggak terlalu. Aku makan semua jenis makanan tapi tetap terkontrol. Aku juga sempat coba intermittent fasting, 16:8 itu, tapi nggak rutin. Intinya, makan itu nggak terlalu jadi tekanan besar, asal tahu batas dan nggak berlebihan Parah banget dulu. Tidurku benar-benar berantakan karena overthinking. Aku sering ngebenci diri sendiri karena kata-kata orang, bahkan dari keluarga. Rasanya seperti nggak ada satu pun yang mengapresiasi aku. Dibilang hitam, jelek, semua body shaming itu aku alami. Jadi aku lampiaskan ke diri sendiri, nggak tidur, cuma rebahan dan scroll HP. Butuh waktu lama banget. Mungkin secara sadar, aku berjuang menerima diri sendiri itu hampir 13 tahun. Sekarang belum sepenuhnya sembuh, tapi aku sudah lebih bisa berdamai. Aku mulai berani ngomong ke diri sendiri di depan kaca: “Kamu cantik kok. Kamu punya kelebihan. Kamu hebat.” Jujur, belum sepenuhnya. Pujian masih sering aku anggap sebagai ejekan. Tapi aku mulai belajar. Ada satu orang yang sampai minta izin untuk*

memuji aku, saking dia tahu aku nggak terbiasa. Tapi dari situlah aku belajar, mulai menerima, walau sedikit-sedikit. Sebenarnya, itu bukan karena mau viral atau cari views. Tapi karena aku pengen tantang diri sendiri. Aku takut banget tampil di depan kamera. Tapi aku bilang ke diri sendiri, “Berani dulu, nggak usah mikir panjang.” Ini bentuk keberanian melawan rasa takut dan insecure. Dan siapa tahu, suatu hari nanti ada orang yang terinspirasi dari perjuanganku.”

Pada awalnya, informan mengalami krisis kepercayaan diri akibat pengalaman *body shaming* yang datang bahkan dari lingkungan terdekat, termasuk keluarga. Pengalaman ini menimbulkan dampak psikologis yang mendalam, seperti *overthinking*, gangguan tidur, serta kecenderungan menyalahkan dan membenci diri sendiri. Namun, seiring waktu, informan menunjukkan proses pemulihan dan penerimaan diri secara bertahap. Salah satu faktor kunci yang menjadi akar perubahan bukanlah media sosial, melainkan pemahaman dan nilai-nilai dari pendidikan agama. Meskipun demikian, konten dari media sosial seperti Dearayaa juga memberikan peran tambahan sebagai penguat emosional dan sumber semangat. Informan mulai membentuk citra diri yang lebih positif dengan melakukan afirmasi diri di depan cermin dan mengambil langkah-langkah kecil seperti berolahraga ringan, menjaga pola makan, serta berani menampilkan diri di depan kamera sebagai bentuk perlawanan terhadap rasa takut dan *insecure*. Seperti pada gambar 4.8 dibawah,

Gambar 4. 8



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Pada gambar 4.8, Meskipun proses penerimaan diri belum sepenuhnya tuntas ditunjukkan dengan ketidaknyamanan menerima pujian, informan telah menunjukkan kemajuan signifikan. Keberanian tampil di media sosial tidak didasari oleh keinginan untuk viral, melainkan sebagai bentuk tantangan terhadap ketakutan personal, yang secara tidak langsung juga memperkuat citra dirinya di hadapan publik.

Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwa, Citra diri fisik informan terbentuk melalui perjalanan panjang yang dipengaruhi oleh pengalaman negatif masa lalu, nilai-nilai spiritual, serta stimulus dari konten media sosial yang relevan dengan kehidupan personalnya. Proses ini mencerminkan bahwa pembentukan *self-image* bersifat dinamis dan membutuhkan waktu serta keberanian untuk mengatasi trauma dan persepsi negatif terhadap diri sendiri. Perubahan positif dalam cara informan memandang tubuh dan tampil di ruang publik menunjukkan bahwa *self-image* yang

sehat dapat tumbuh melalui kombinasi refleksi diri, dukungan emosional, serta keberanian menghadapi ketidaknyamanan personal.

Lebih lanjut, Ratih pemilik akun @rachtwoijye menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@rachtwoijye “*Yap betul banget,, setelah kurang lebih aku rutin nonton podcast y ka aya di youtube,, aku sadar kaya kehidupan ku itu kurang sehat, dan sedikit aku mulai rubah pola tidur maksimal di jam 11 malam, makan yang real food dan yaa olahraga minimal 15 menit setiap pagi. Dan itu udah mulai aku rutin walau kadang ada aja rasa malesnya.. Untuk mental health atau insecure. Aku juga punya, aku sebelum nonton podcast atau kaya motivasi untuk grow, aku orang yang dikit2 suka nyalahin diri sendiri, ko aku kaya gini, di usia aku kok belum punya winning life, dan fisik pun sama. Kaya aku ga bakal bisa ketemu sama yang cowok yg bener2 suka sama aku karna fisik ku biasa aja atau apalah. Tapi ya tadi setelah nonton konten2 ka aya atau beberapa konten lainnya aku sadar, cantik itu ga mesti dari fisik. Dari diri kita yang nebar kebahagiaan pun kita tuh ya cantik, kaya nebar energi positif i think is beautiful girl gitu..”*

Perceptual component menyoroti bagaimana individu memandang dan mengevaluasi penampilan fisiknya. Dalam wawancara ini, informan menunjukkan adanya perubahan persepsi terhadap citra diri fisiknya setelah terpapar konten-konten dari figur inspiratif, khususnya Ka Aya. Sebelumnya, informan merasa kurang percaya diri terhadap kondisi fisik dan mengalami perasaan insecure, termasuk merasa tidak layak untuk dicintai karena penampilannya yang dianggap "biasa saja".

Namun, konten yang bersifat *self-growth* dan motivational di media sosial (terutama YouTube) telah memicu perubahan cara pandang terhadap fisik dan kesehatan dirinya. Informan mulai menyadari pentingnya kesehatan fisik sebagai bagian dari citra diri positif, tercermin dari perubahan pola tidur, pilihan makanan yang lebih sehat (*real food*), dan rutinitas olahraga harian. Hal ini menandakan bahwa

persepsi dirinya mulai bergeser dari penilaian fisik yang negatif menuju penerimaan diri yang lebih sehat dan seimbang.

Gambar 4. 9



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4. 10



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4. 11



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Selain itu, informan mulai memahami bahwa kecantikan tidak hanya bersumber dari penampilan luar, tetapi juga dari energi positif dan kebahagiaan yang dipancarkan. Ini menunjukkan adanya rekonstruksi makna terhadap konsep "cantik", yang sebelumnya bersifat fisik menjadi lebih menyeluruh dan berbasis nilai personal serta mental *well-being*.

2. *Conceptual Component (Psychological Self Image)*

Conceptual component atau *psychological self-image* merujuk pada bagaimana individu memahami karakteristik dirinya sendiri, termasuk kelebihan, kekurangan, kemampuan dan keterbatasannya. Komponen ini berperan penting dalam pembentukan identitas pribadi, dimana seseorang mulai mengenali aspek yang menjadi kekuatan serta area yang masih perlu dikembangkan dalam dirinya.

Seperti hasil wawancara yang disampaikan oleh Zahra informan dari negara Indonesia pemilik akun user5021290048399 yang mana menjadi salah satu contoh respon netizen yang disampaikan melalui wawancara dimana ia merasakan sebuah perubahan yang sangat signifikan, Berdasarkan hasil wawancara secara langsung terhadap informan sebagai berikut :

@user5021290048399 *“ada ka, aku lebih memikirkan kedepanya jika ingin mengambil keputusan”*⁵⁷

Dari pernyataan informan di atas menunjukkan bahwa informan ini memiliki pemahaman yang mendalam tentang pentingnya mempertimbangkan masa depan dalam pengambilan keputusan. Hal ini mencerminkan aspek dari *conceptual component*, dimana informan tidak hanya menyadari kekuatan dan kelemahan dirinya, tetapi juga berupaya untuk menganalisis dampak keputusan yang diambil terhadap perkembangan diri di masa mendatang. Proses pembentukan citra diri ini melibatkan intropeksi yang kritis, dimana informan mulai mengenali karakteristik pribadinya, termasuk potensi dan batasan yang ada. Dengan kemampuan untuk merefleksikan diri, individu dapat mengidentifikasi area yang perlu dikembangkan, sehingga memungkinkan untuk membangun identitas yang lebih kuat dan adaptif. Kesadaran ini berperan penting dalam membentuk kepercayaan diri dan motivasi, yang pada gilirannya memperkuat citra diri positif dan menstimulasi pertumbuhan pribadi. Dalam konteks ini, pemikiran proaktif menjadi pendorong utama bagi individu untuk terus beradaptasi dan mencapai tujuan yang diinginkan.

⁵⁷ user5021290048399, Dokumentasi Hasil Wawancara Akun Tiktok Pada Tanggal 21 April 2025, 08:32 WIB.

Menurut Windi pemilik akun @wiind0aas sebagai informan kedua yang berasal dari negara Indonesia, menuturkan mengenai peran Tiktok terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@wiind0aas *“Tetap apapun informasi dari luar tidak bisa kita jadikan patokan buat mengambil keputusan. Perlu diolah, dianalisa dan disesuaikan dengan keadaan. Tapi, benar konten kak aya bikin aku makin dekat sama Tuhanku, meskipun kepercayaan yang kita anut beda. “kita hanya perlu melakukan apa yang bisa kita lakukan, hasilnya serahkan ke Tuhan” kata kak Aya. Menurutku itu bisa menjadikan dorongan buat aku lebih berani mengambil keputusan. Dalam sisi pov kak Aya memandang dunia dan Tuhannya patut dijadikan contoh. Kurang lebih bisa mempengaruhi dengan perubahan cara berfikir dan memandang sesuatu jg bisa ngubah apa yg ku konsumsi dan kakan kak”⁵⁸*

Komentar dari akun @wiind0aas menunjukkan bahwa informan memiliki kesadaran tinggi akan pentingnya proses pengolahan informasi sebelum mengambil keputusan. Pernyataan bahwa “perlu diolah, dianalisa, dan disesuaikan dengan keadaan” mencerminkan kemampuan refleksi diri yang kuat dan pemahaman bahwa keputusan yang baik tidak hanya bergantung pada informasi eksternal, tetapi juga pada konteks dan pengalaman pribadi. Keyakinan bahwa konten dearayaa mendekati kepada Tuhan, meskipun terdapat perbedaan kepercayaan, menunjukkan keterbukaan dan kemampuan untuk mengambil nilai positif dari berbagai sumber. Hal ini berkontribusi dalam pembentukan *self-image* yang positif, dimana individu melihat dirinya sebagai seseorang yang mampu belajar, beradaptasi, dan berkembang melalui pengalaman dan interaksi dengan orang lain.

⁵⁸ Windi, Dokumentasi Hasil Wawancara Akun Tiktok Pada Tanggal 19 April 2025, 18:47 WIB.

Menurut Naswa Sribudiarti pemilik akun @naaaaswsrb_ menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@naaaaswsrb_ “setelah mengikuti konten inni, aku jadi lebih sadar kalau mengambil keputusan gaaa harus selalu buru-buru. Aku juga belajar untuk lebih mempertimbangkan perasaan dan logika secara seimbang. Aku juga mulai bisa melihat kekurangan akuu misalnya kadang terlalu *overthinking* atau takut ambil resiko dan dari situ aku berusaha lebih berani dan yakin sama pilihan sendiri. Untuk meredakan ovt aku sih kadang jadi ngedrama sendiri di kepala, mikir *worst-case scenario*. Tapi lama-lama aku sadar itu Cuma bikin capek. Jadiii sekarang, kalo udah mulai *overthinking*, aku alihin sama hal-hal kecil ke nonton film gitu, nulis, atau sekedar rebahan sambil dengerin lagu hehehe.”

Wawancara dengan informan Naswa Sribudiarti (akun @naaaaswsrb_) menunjukkan bahwa konten TikTok @dearayaa memberikan pengaruh signifikan terhadap pembentukan *psychological self-image*. Informan mengungkapkan adanya peningkatan kesadaran terhadap karakter dan aspek psikologis dalam dirinya, seperti kecenderungan untuk *overthinking*, rasa takut mengambil risiko, serta kebiasaan terburu-buru dalam mengambil keputusan. Melalui konsumsi konten reflektif seperti @dearayaa, informan belajar untuk menyeimbangkan antara logika dan perasaan, serta mengembangkan strategi untuk mengelola emosi negatif, seperti dengan menulis, menonton film, atau mendengarkan musik. Ini menunjukkan adanya perkembangan dalam kemampuan regulasi diri dan penyesuaian kognitif terhadap tantangan psikologis sehari-hari.

Dengan demikian peneliti menyimpulkan bahwasannya, konten TikTok @dearayaa berkontribusi terhadap pembentukan *conceptual self-image* informan melalui peningkatan kesadaran diri terhadap aspek psikologis. Informan mulai

mengenalinya keterbatasan serta potensi dalam dirinya, dan menunjukkan upaya untuk berkembang secara mental dan emosional.

Lebih lanjut, Faridatul Sa'adah pemilik akun @aridafs_ menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@aridafs_ "iyaa ada banget. dari soal ambil keputusan dalam relationship ataupun pergaulan temen. aku dulu tipe people pleaser, takut ditinggalkan dan ga enakan buat bilang engga. skrng dengan cara aku membatasi diri untuk keep apa yg menurutku penting dan lebih memilih diri sendiri ternyata enggak semenyeramkan itu untuk di tinggalkan sama orng" yg mungkin kurang cocok sama kita, skrng temen dikit tapi lebih berkualitas dan happy.hmm kalo bakat aku masih bingung lebih suka ke apa, tapi aku bisa nyanyi, jahit, suka DIY ataupun art. tapi untuk skrng aku masih fokus buat heal my self hehe"

Berdasarkan hasil wawancara, informan menunjukkan perkembangan dalam aspek *conceptual component* dari citra dirinya. Informan mengakui dirinya sebagai tipe *people pleaser*, yaitu seseorang yang cenderung mengutamakan kepentingan orang lain demi diterima dalam lingkungan sosial, bahkan sampai mengorbankan kenyamanan pribadi. Hal ini mencerminkan kurangnya batasan diri serta rasa takut akan penolakan sosial. Namun, seiring waktu, informan mulai menyadari pentingnya menjaga batasan pribadi dan mulai memprioritaskan kesejahteraan dirinya. Keputusan untuk lebih selektif dalam bergaul dan berani mengatakan "tidak" menjadi indikasi adanya peningkatan pemahaman diri dan kemandirian dalam pengambilan keputusan.

Gambar 4.13

Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4.14

Sumber: Dokumentasi dari Informan

Dengan demikian, dapat peneliti simpulkan bahwa informan telah mengalami perkembangan positif dalam pembentukan citra diri secara konseptual. Transformasi dari pribadi yang bergantung pada validasi eksternal menjadi individu yang lebih sadar akan nilai dan kebutuhan dirinya menunjukkan kematangan psikologis. Kesiapan untuk mengevaluasi pergaulan, menerima keterbatasan, serta fokus pada proses pemulihan diri merupakan indikator bahwa informan memiliki *self-awareness* yang semakin kuat, yang menjadi pondasi penting dalam pembentukan citra diri yang sehat.

Lebih lanjut, Ayu pemilik akun @aahwa11 menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z melalui *conceptual component* sebagai berikut :

@aahwa11 *“Iya, dulu tuh aku orangnya gampang banget pergi dari sebuah situasi kalau merasa gak nyaman. Pokoknya selama itu nggak bikin aku tenang, ya udah tinggalin aja. Tapi sekarang, aku lebih mikir panjang. Lebih mempertimbangkan manfaat dan mudaratnya. Bukan cuma mikirin diri sendiri, tapi juga efek jangka panjangnya buat diri sendiri. Jadi belajar untuk gak egois tapi tetap bisa jaga diri. Mindset-ku berubah total. Salah satu yang paling berkesan itu adalah belajar untuk nggak terlalu peduli dengan omongan orang. Dulu aku gampang banget terpengaruh, Tapi bukan berarti kita nggak boleh membandingkan diri, ya. Kadang membandingkan itu perlu, asal tujuannya untuk memotivasi diri, bukan merendahkan diri. Sekarang iya, tapi dulunya aku sangat takut tampil. Aku benci banget difoto atau direkam. Tapi TikTok jadi tempat aku buat tantang diri sendiri. Aku mau lawan rasa takut itu. Sekarang aku udah mulai sering live, dan itu pun bukan soal viewers, tapi soal keberanian. Buat aku, tampil aja udah prestasi.”*

Berdasarkan hasil wawancara di atas, informan menunjukkan perkembangan positif dalam pembentukan citra diri secara konseptual. Ia tidak lagi bersikap impulsif dalam menghadapi ketidaknyamanan, tetapi mulai mempertimbangkan dampak jangka panjang serta menyeimbangkan kepentingan pribadi dan orang lain. Perubahan

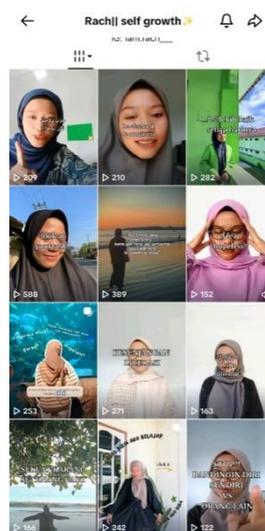
pola pikir ini mencerminkan peningkatan kesadaran diri dan kematangan emosional. Informan juga mulai mengurangi ketergantungan terhadap penilaian sosial, serta mampu menjadikan perbandingan sebagai motivasi, bukan sebagai beban. Selain itu, keberaniannya untuk tampil di media sosial, khususnya melalui TikTok, menunjukkan proses penguatan kepercayaan diri dan usaha mengatasi ketakutan. Secara keseluruhan, citra diri konseptual informan berkembang ke arah yang lebih positif, dewasa, dan resilien.

Lebih lanjut, Ratih pemilik akun @rachtwoijye menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@rachtwoijye *“Ada banget perubahan, aku dulu orang yang bener2 ga bisa ngontrol emosi aku, kalau sesuatu yang aku mau belum terwujud, ke gimana caranya itu harus ada atau terwujud sekarang, dan juga aku sering banget kepikiran tentang tingkah laku orang ke aku, kaya overthinking gt ke ko dia sikapnya beda ga kaya biasanya atau aku ga mau banget jadi orang yang ga sama sekali ga tau suatu hal jadi harus tau aja gt apapun itu kak, tapi setelah aku mau mulai grow atau berubah, dan nonton konten grow mindset ya, ternyata habit aku yang kaya gt tuh bad banget, jelek banget, setelah aku sadar.. Ya kan ga semua hal harus terwujud sekarang, dan ga semua orang bisa ngertiin apa yang mau kita, dan ga semua hal harus di pikirkan. Dan aku ya mulai fokus ke diri aku sendiri, untuk gimana nih perubahan diri aku dari yang kemarin, dan ya sekarang aku ngurang²in kepo sama apa yang bukan jadi urusan aku gt, dan lebih ga terlalu ketergantngan ke orang lain kalo bisa sen kenapa engga, ya walau manusia kan ga bisa hidup sendiri juga. Tapi menurut ku focus sama diri sendiri is better sih dari pada kita cari valisdasi orang lain. Kadang ada yang berlebihan sampe ke kepala juga pening.. Dan ada juga yang sekilas.. Kalo emg ovt y hal2 kecil. Kalo hal2 besar aku sampe nangis sih,, terus tidur.. Kalo yang kecil yaudah di pikirin dulu, tapi disela2 pikiran itu aku juga bilang ke diri aku, kemaren juga kaya gini. Pasti sama.. Itu sih kah yang bikin aku tenang lagi. Dan bener loh.. Sesuatu itu tergantung gimana pikiran kita. Ya kita bilang mampu pasti mampu. Kalo nyerah berarti kesempatan mampu itu ilang. Aku belajar buat rubah diri aku, mulai dari awal tahun ini, tahun² kemarin juga sama tapi masih kadang2 kumat. Tapi skrg aku udah mulai gimana caranya aku grow”*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan mengalami perubahan signifikan dalam memahami karakteristik dirinya. Awalnya, informan cenderung tidak mampu mengontrol emosi, mudah *overthinking*, serta sangat mengandalkan validasi dari lingkungan sekitar. Hal ini mencerminkan *psychological self-image* yang masih lemah dan belum stabil. Namun, seiring berjalannya waktu dan dorongan dari konten bertema *growth mindset*, informan mulai melakukan refleksi diri dan menyadari bahwa tidak semua hal harus berjalan sesuai keinginannya. Ia mulai membentuk pola pikir yang lebih dewasa, fokus pada pengembangan diri, serta mengurangi ketergantungan emosional terhadap orang lain. Informan juga menunjukkan kemampuan untuk mengelola stres dan pikiran negatif melalui afirmasi dan pendekatan rasional terhadap masalah. Seperti terlihat pada gambar 4.15 perubahan dari informan dalam pengembangan dirinya yang ia bangun.

Gambar 4.15



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Dengan demikian, dapat peneliti simpulkan bahwa informan telah mengalami perkembangan positif dalam *conceptual component (psychological self-image)*. Ia menunjukkan peningkatan kesadaran diri, pengendalian emosi, serta keinginan untuk terus bertumbuh secara pribadi. Perubahan ini menandakan proses pembentukan citra diri yang lebih matang, mandiri, dan selaras dengan nilai-nilai pertumbuhan dan pengembangan potensi diri.

3. *Attitudinal Component (Social Self Image)*.

Attitudinal Component atau *Social Self Image* berkaitan dengan bagaimana seseorang memikirkan dan merasakan dirinya dalam konteks sosial, termasuk bagaimana ia melihat statusnya di lingkungan serta cara ia memandang individu lain. Komponen ini mencerminkan pandangan seseorang terhadap dirinya sendiri dalam hubungan sosial, seperti apakah ia merasa diterima, dihargai, atau bahkan dikucilkan. Faktor seperti pengakuan sosial, interaksi dengan orang lain, serta ekspektasi budaya dapat memengaruhi *social self image* seseorang.

Seperti hasil wawancara yang disampaikan oleh Zahra informan dari negara Indonesia pemilik akun user5021290048399 yang mana menjadi salah satu contoh respon netizen yang disampaikan melalui wawancara dimana ia merasakan sebuah perubahan yang sangat signifikan, Berdasarkan hasil wawancara secara langsung terhadap informan sebagai berikut :

@user5021290048399 “iya ka, lebih mudah, tadinya aku tidak peduli lingkungan ku, dan menjauhi laki-laki, setelah aku menonton dan mencerna isi vidionya, aku menjadi bahwa orang tidak peduli atau memperhatikan aku, dan aku lebih bisa bergaul dengan orang yang aku temui, aku jadi lebih

membatasi prasaan, bahwa tidak semua dalam kendali kita, dan tidak memedulikan apa yg mereka pikir kan ka.'⁵⁹

Berdasarkan pernyataan informan dari Indonesia dengan akun @user5021290048399, dapat dilihat adanya perubahan sikap sosial dan cara pandang terhadap diri sendiri dalam konteks interaksi sosial. Sebelumnya, informan mengungkapkan bahwa ia tidak terlalu peduli dengan lingkungan sekitar serta merasa tidak memiliki kontrol atas persepsi orang lain terhadap dirinya. Namun, setelah mengonsumsi konten tertentu melalui TikTok dan merenungi isi pesan yang disampaikan, terjadi pergeseran dalam sikap dan kesadaran sosial informan. Informan mulai mengembangkan bentuk *self-awareness* yang lebih tinggi, di mana ia menjadi lebih selektif dalam berinteraksi sosial dan menyadari bahwa tidak semua hal berada dalam kendali pribadi. Hal ini mengarah pada penguatan *social self-image*, yaitu persepsi terhadap diri sendiri dalam konteks sosial. Informan menunjukkan sikap baru berupa upaya menjaga jarak dari interaksi yang dirasa tidak perlu, seperti membatasi hubungan dengan lawan jenis serta tidak lagi terlalu memedulikan opini orang lain.

Menurut Windy pemilik akun @wiind0aas sebagai informan kedua yang berasal dari negara Indonesia, menuturkan mengenai peran Tiktok terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@wiind0aas *“Aku tipe orang introvert. Awal yang susah bersosialisasi dengan orang baru. Mungkin ini tergantung pribadi masing2. Tapi setelah aku tau bagaimana pandangan kak Aya, menurutku jadi sedikit lebih mudah menerima orang baru. Bersosialisasi bisa, namun tetap jaga energi. Bukannya pilih2, kadang ada ada orng yang keterlaluhan nyedot energi bersosialisasi kita jatohnya nanti capek sendiri. Jadi bersosialisasi juga ga sembarangan. Konten2 kak Aya sangat membenganun dan worth to watch. Ga Cuma bahas tentang bagaimana pola hidup sehat, tapi juga about inner child,*

⁵⁹ user5021290048399, Dokumentasi Hasil Wawancara Akun Tiktok Pada Tanggal 21 April 2025, 15:31 WIB.

*mindset, self love, dan bagaimana hubungan ke Tuhan. Menurutku kak Aya punya brain, Beauty, Brave and Behavior yang bisa dijadikan role model.*⁶⁰

Berdasarkan pernyataan yang disampaikan oleh informan dengan akun @wiind0aas, dapat dilihat bahwa konten yang diakses melalui platform TikTok khususnya dari kreator @dearayaa telah memberikan pengaruh terhadap sikap sosial dan citra diri informan dalam konteks hubungan interpersonal. Sebagai individu dengan kecenderungan *introvert*, informan mengakui bahwa ia mengalami kesulitan dalam proses sosialisasi dengan orang baru. Namun demikian, setelah menyimak konten dari Kak Aya, terjadi perubahan sikap di mana informan merasa lebih mudah menerima kehadiran orang baru, meskipun tetap dengan batasan yang sehat dan selektif. Hal ini mencerminkan adanya pembentukan *social self-image* yang lebih adaptif, yaitu bagaimana individu menempatkan dirinya dalam lingkungan sosial dengan tetap mempertahankan kenyamanan dan keseimbangan energi pribadi. Seperti yang terlihat pada perubahan gambar 4.12, 4.13, dan 4.14

Gambar 4.16



Sumber: Dokumentasi dari Informan

⁶⁰ @wiind0aas, Dokumentasi Hasil Wawancara Akun Tiktok Pada Tanggal 19 April 2025, 18:52 WIB.

Gambar 4.17



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4.18



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Informan menunjukkan sikap yang lebih reflektif terhadap kebutuhan sosialnya, dan menyadari pentingnya menjaga kualitas interaksi sosial, bukan sekadar kuantitas. Lebih lanjut, konten yang dikonsumsi tidak hanya berdampak pada aspek eksternal (seperti kemampuan bersosialisasi), tetapi juga membentuk pola pikir internal seperti kesadaran akan *self-love*, *mindset*, serta hubungan spiritual dengan Tuhan. Hal ini menunjukkan bahwa pembentukan *social self-image* pada Generasi Z dapat terjadi melalui proses yang kompleks, di mana media sosial berperan sebagai agen sosialisasi baru yang menyediakan figur panutan (*role model*) dan narasi yang membangun identitas sosial yang lebih sehat dan bermakna.

Menurut Naswa Sribudiarti pemilik akun @naaaaswsrb_ menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@naaaaswsrb_ *“Terus terang, nggak langsung bikin aku jadi jago bersosialisasi, tapi konten motivasi itu kayak dorongan kecil yang ngingetin aku buat nyoba. Aku jadi lebih sadar sama pola pikir negatif yang selama ini aku pelihara, dan pelan-pelan aku ubah cara pandangku ke diri sendiri lebih menghargai dan nggak sekeras dulu dalam menilai kekurangan, dan sekarang udah bisa bersosialisasi di kehidupan nyata ato lewat media juga”*

Berdasarkan hasil wawancara, informan menunjukkan adanya perkembangan positif dalam komponen attitudinal atau *social self image*. Pada awalnya, informan mengakui bahwa dirinya tidak serta-merta menjadi pribadi yang pandai bersosialisasi, namun adanya dorongan dari konten motivasi memicu kesadaran untuk mulai mencoba membuka diri. Kesadaran terhadap pola pikir negatif yang selama ini dimiliki menjadi titik awal perubahan cara pandangnya terhadap diri sendiri, khususnya dalam konteks sosial. Informan mulai mengurangi sikap menghakimi diri

secara berlebihan dan belajar untuk lebih menghargai dirinya, yang berdampak pada meningkatnya rasa percaya diri dalam bersosialisasi, baik secara langsung maupun melalui media digital.

Gambar 4.19



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Dapat disimpulkan bahwa proses pembentukan citra diri sosial informan mengalami kemajuan yang signifikan. Kesiadaannya untuk merefleksikan pola pikir negatif serta dorongan untuk berubah menjadi lebih terbuka terhadap interaksi sosial menunjukkan perkembangan dalam penerimaan diri dan penguatan hubungan sosial. Hal ini memperlihatkan bahwa *social self image* informan berkembang ke arah yang lebih sehat, di mana ia mulai merasa lebih layak, dihargai, dan mampu membangun relasi sosial dengan lebih positif.

Lebih lanjut, Faridatul Sa'adah pemilik akun @aridafs_ menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@aridafs_ "Sebenarnya aku dari dulu tuh udah cukup extrovert dan lumayan gampang bersosialisasi hehe. jadi bukan tipe yang kesulitan buat ngobrol sama orang baru. Tapi setelah ngikuti konten-konten motivasi dari Kak Aya, aku ngerasa pendekatanku ke orang lain tuh jadi lebih dalam dan mindful. Aku jadi lebih ngerti pentingnya dengerin orang, nggak asal respons cepet aja. Terus juga lebih bisa jaga energi mana yang beneran koneksi sehat atau yang cuma draining aja. Jadi kontennya tuh bukan bikin aku mudah bersosialisasi tapi lebih ke berkualitas aja. Kalau soal cara aku menilai diri sendiri, konten itu bantu banget buat nggak gampang ngebandingin diri sama orang lain. Aku jadi lebih fokus ke proses aku sendiri, dan lebih nerima bahwa semua orang punya timelinenya masing-masing."

Berdasarkan wawancara, informan menunjukkan bahwa sejak awal ia memiliki kecenderungan *ekstrovert* dan kemampuan bersosialisasi yang cukup baik. Namun, setelah mengikuti konten motivasi, khususnya dari Kak Aya, terjadi pergeseran dalam kualitas interaksinya. Informan mulai menerapkan pendekatan yang lebih *mindful* dalam bersosialisasi, seperti kemampuan untuk mendengarkan secara aktif dan membedakan hubungan yang sehat dengan yang bersifat menguras energi.

Hal ini mencerminkan peningkatan kesadaran sosial dan kedewasaan dalam membangun koneksi interpersonal. Selain itu, adanya perubahan dalam cara memandang diri sendiri juga turut memperkuat *social self image* informan, di mana ia tidak lagi mudah membandingkan diri dengan orang lain dan lebih fokus pada proses serta perkembangan pribadi.

Gambar 4.20



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4.21

Sumber: Dokumentasi dari Informan

Dengan demikian, dapat peneliti simpulkan bahwa informan telah mengalami peningkatan kualitas dalam pembentukan citra diri sosialnya. Meskipun sejak awal memiliki keterampilan sosial yang baik, pemahaman yang lebih dalam tentang makna koneksi sosial dan penerimaan diri menunjukkan bahwa informan semakin matang dalam membangun hubungan sosial yang sehat dan bermakna. Hal ini menunjukkan bahwa *social self image* yang dimilikinya berkembang ke arah yang lebih positif, dengan kesadaran akan nilai diri, batasan pribadi, dan pentingnya proses dalam pertumbuhan sosial.

Lebih lanjut, Ayu pemilik akun @aahwa11 menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z melalui *conceptual component* sebagai berikut :

@aahwa11 *“Kalau dulu, aku tertutup banget dan sensitif terhadap penilaian orang. Tapi setelah banyak nonton konten seperti dari kak Aya, mindset aku berubah. Aku belajar untuk nggak terlalu keras pada diri sendiri, dan mulai belajar untuk “bodo amat” dalam hal-hal tertentu, tapi tetap peduli dengan orang lain dalam hal yang penting. Dua-duanya. Tapi perubahannya kelihatan banget di dunia nyata. Sekarang aku udah nggak terlalu peduli sama omongan orang, udah lebih percaya diri. Walau di dunia maya masih kadang insecure, tapi aku tetap aktif. Malah sekarang berani tampil, berani live, dan ngonten, yang dulu nggak pernah kebayang. Dulu aku sering overthinking, ngerasa kenapa hidupku gini, sementara orang lain udah sampai mana. Tapi sekarang aku lebih bersyukur. Aku sadar, kalau aku nggak mengalami masa lalu yang berat, mungkin aku nggak akan jadi sekuat ini sekarang. Nggak akan setanggap ini sama perasaan orang lain. Iya, sekarang aku sadar, kalau aku nggak pernah dihargai, aku jadi tahu gimana caranya menghargai orang lain. Kalau aku dulu sering dikacangin, aku jadi pendengar yang baik sekarang. Dan itu semua terbentuk dari pengalaman. Iya, walaupun dulu minderan, aku ikut banyak organisasi. Aku pernah jadi Ketua Komisariat, Ketua Rayon, bahkan Ketua Cabang IPPNU. Buat aku, bersosialisasi lewat organisasi itu jadi bentuk penghargaan diri sendiri. Aku belajar jadi pemimpin, belajar kerja tim, dan juga membuktikan ke diri sendiri bahwa aku mampu.”*

Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan mengalami perubahan signifikan dalam pembentukan citra diri sosialnya. Dahulu, informan cenderung tertutup, sensitif terhadap penilaian orang lain, dan sering merasa minder. Namun, paparan terhadap konten motivasional, khususnya dari Kak Aya, menjadi pemicu perubahan *mindset*. Informan mulai mampu membedakan antara hal yang patut diperhatikan dan yang bisa diabaikan, serta membangun rasa percaya diri secara bertahap. Perubahan ini tidak hanya tampak di media sosial melalui keberaniannya tampil dan membuat konten, tetapi juga dalam kehidupan nyata melalui keterlibatannya aktif dalam organisasi dan kepemimpinan. Pengalaman masa lalu yang penuh tekanan turut membentuk empati dan keterampilan interpersonalnya, menjadikannya sosok yang lebih mampu memahami dan menghargai orang lain.

Proses tersebut mencerminkan peningkatan penerimaan diri dan kemampuan adaptasi dalam lingkungan sosial.

Gambar 4.22



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4.23



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4.24



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Dapat disimpulkan bahwa citra diri sosial informan berkembang secara dari sosok yang tertutup dan minder menjadi individu yang lebih percaya diri, empatik, dan aktif secara sosial. Paparan terhadap konten inspiratif dan keterlibatan dalam organisasi menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif terhadap dirinya dalam konteks sosial. Pengalaman pribadi yang sulit justru menjadi titik balik dalam membangun ketangguhan emosional dan kepekaan terhadap orang lain, sehingga membentuk *social self image* yang sehat, reflektif, dan berkualitas.

Lebih lanjut, Ratih pemilik akun @rachtwoijye menuturkan mengenai peran Tiktok @dearayaa terkait pembentukan *self-image* pada generasi Z sebagai berikut :

@rachtwoijye “Okee, thats right kak.. aku rasa ya kak, dengan kepribadian aku yg sekarang kaya lebih enak aja.. Bahkan menarik energi positif gt, kaya temen2 atau orang2 di sekeliling aku lebih suka berdiskusi dengan aku, atau kaya mereka percaya gt, kalao nanya suatu hal ke aku, dapet jawabannya. Ya dari konten2 motivasi atau how to grow, bahkan relationship aku lebih percaya, aku bisa nih keluar dari diri aku yang bad. Dan ya mengurangi

overthinking, kok dia bisa aku enggak, tapi aku liat dia aja bisa masa aku enggak. Jadi pencapaian orang lain itu aku jadiin motivasi bukan insecure. Yaps di real life mau pun medsos kak, i think medsos bukan untuk pamer2 atau story galau aja sih, tapi buat grow mindset juga..”

Berdasarkan hasil wawancara, informan menunjukkan perkembangan positif dalam membangun citra dirinya, informan merasa lebih diterima dan dihargai oleh lingkungan sekitarnya, baik dalam interaksi langsung maupun melalui media sosial. Kemampuannya untuk menjadi tempat bertanya serta terlibat aktif dalam diskusi menjadi indikator bahwa posisi sosialnya mengalami peningkatan secara positif. Informan juga mulai memaknai pencapaian orang lain sebagai motivasi, bukan sebagai sumber rasa rendah diri. Pandangan tersebut mencerminkan kematangan sosial dan kemampuan untuk beradaptasi dengan ekspektasi lingkungan secara sehat. Media sosial pun dimanfaatkannya sebagai sarana untuk menyebarkan energi positif dan konten bertema perkembangan diri. Terlihat pada gambar 4.26, 4.27 dan 4.28

Gambar 4.25



Sumber: Dokumentasi dari Informan

Gambar 4.26

Sumber: Dokumentasi dari Informan

Dapat disimpulkan bahwa informan telah mengalami pertumbuhan dalam *attitudinal component (social self image)*. Ia mulai merasa lebih dihargai, percaya diri dalam berinteraksi sosial, serta mampu memosisikan dirinya secara konstruktif di lingkungan sosial. Citra diri sosial yang dimiliki informan cenderung positif dan mendukung proses pengembangan kepribadiannya secara berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai peran media sosial TikTok dalam pembentukan *self-image* generasi Z akun TikTok @Dearayaa, beberapa kesimpulan dapat ditarik sebagai berikut:

Pertama, dalam *perceptual component*, konten yang menekankan pada *self-care*, gaya hidup sehat, dan penerimaan diri secara fisik mendorong informan untuk lebih memperhatikan kesehatan tubuh dan penampilannya. Banyak informan mulai menerapkan pola hidup sehat, menjaga kebersihan diri, serta tampil lebih percaya diri di ruang publik, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Proses ini menunjukkan adanya pergeseran dari rasa tidak percaya diri menuju *self-acceptance* yang lebih positif.

Kedua, dari *conceptual component*, informan menunjukkan peningkatan dalam kesadaran psikologis. Mereka mulai mengenali potensi dan keterbatasan diri, mampu mengelola *overthinking*, serta belajar untuk tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan. Konten reflektif dari @dearayaa memberi ruang untuk berpikir lebih dewasa, seimbang, dan rasional, yang turut memperkuat citra diri dari sisi mental dan emosional.

Ketiga, dalam *attitudinal component*, terlihat adanya perkembangan dalam cara informan membangun hubungan sosial. Sebagian besar informan yang sebelumnya merasa tertutup, minder, atau tidak percaya diri, mulai menunjukkan keterbukaan dalam bersosialisasi, lebih menghargai diri sendiri, dan mulai menyeleksi lingkungan pergaulan

yang sehat. Media sosial tidak lagi dilihat sebagai ajang perbandingan, tetapi sebagai ruang berbagi energi positif dan proses bertumbuh bersama.

Secara keseluruhan, konten TikTok @dearayaa memainkan peran penting dalam membentuk *self-image* generasi Z. Konten tersebut tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga menjadi ruang edukasi emosional dan refleksi diri. Melalui pesan-pesan yang personal, inspiratif, dan relevan dengan keseharian generasi Z, konten ini mendorong mereka untuk membangun citra diri yang lebih sehat, kuat, dan realistis baik secara fisik, psikologis, maupun sosial.

B. Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan kepada berbagai pihak terkait untuk meningkatkan peran TikTok dalam pembentukan *self-image* generasi Z secara lebih efektif:

- 1. Bagi Pengguna TikTok (Generasi Z) dan Pemerintah,** Generasi Z sebaiknya lebih bijak dalam memilih konten yang mereka konsumsi. Penggunaan TikTok harus dilakukan dengan kesadaran bahwa citra diri yang sehat tidak semata-mata dibentuk dari pengakuan sosial atau jumlah *likes*, melainkan dari penerimaan diri yang utuh dan pengembangan diri yang berkelanjutan.
- 2. Untuk Penelitian lanjutan,** Penelitian ini membuka ruang untuk penelitian lebih lanjut tentang dampak jangka panjang dari penggunaan media sosial terhadap *self-image* generasi Z, khususnya mengenai dampak psikologis dan sosial dari paparan media sosial yang berkelanjutan. Peneliti di masa depan dapat menggali lebih dalam tentang pengaruh budaya terhadap cara generasi Z membentuk citra diri mereka di berbagai platform media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., & Wong, R. M. (2023). Social Media Influence on Identity Formation Among Generation Z in Southeast Asia. *Journal of Youth Studies in Digital Age*, 17(2), 112.
- Allport, S. (1990). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grafikatama Offset.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center.
- Anggraini. (2023). *Perbandingan Pengaruh Konten Hiburan dan Edukasi di TikTok terhadap Pengguna Remaja di Jakarta dan Surabaya*. Skripsi. Universitas Indonesia.
- Anindita, S., & Ridaryanthi, M. (2024). Pengelolaan Media Sosial dalam Penguatan Identitas Digital dan Citra Diri Remaja Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3).
- Anwar, M. (2021). Analisis Penggunaan TikTok dalam Pendidikan: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 12(3), 78–89.
- Ardiansyah, R., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Argho Maha. (2024, Oktober 22). *TikTok dan Ilusi Kebebasan: Bagaimana Generasi Z Terjebak dalam Kontrol Psikopolitik*. Diakses dari <https://fpsi.um.ac.id/tiktok-dan-ilusi-kebebasan-bagaimana-generasi-z-terjebak-dalam-kontrol-psikopolitik/>
- Brookelynn, D. (2024). *TikTok Influence On Generation Z Females Comparative Behavior*. School of Communication and the Arts, Liberty University.
- Brun, R. B. (1998). *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, Perkembangan dan Perilaku*. Alih Bahasa: Eddy. Jakarta: Arcan.
- Budi Ismanto, Yusuf, & Suherman, A. (2022). Membangun Kesadaran Moral dan Etika dalam Berinteraksi di Era Digital pada Remaja Karang Taruna RW 07 Rempoa, Ciputat. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 1(1), 43–48.

- Chindy, M. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Self Image di Lingkungan Pendidikan SMKN 2 Kota Bengkulu*. Skripsi. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
- Dedi Susanto, & Risnita. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data dalam Penelitian Ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1).
- Deafika, T. R., & Winta, M. V. I. (2024). Pengaruh Self Compassion dan Self Image terhadap Ide Bunuh Diri terhadap Mahasiswa di Kota Semarang. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(1).
- Fadhila, A. (2024). *Perspektif Generasi Z di Platform X terhadap Penurunan Angka Pernikahan di Indonesia*. [Skripsi].
- Fadhila, Y. G. (2023). *Pengaruh Media Sosial TikTok sebagai Pembentuk Identitas Remaja Gen Z*. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- Gitta, S. Y. (2017). *Penerapan Model Guided Discovery untuk Meningkatkan Percaya Diri Siswa dalam Pembelajaran Matematika*. Repository UPI. Universitas Islam Indonesia.
- Hanifa, A., & Almuhtadi, I. (2024). *Influence of TikTok on Body Satisfaction Among Generation Z in Indonesia: Mixed Methods Approach*. JMIR Publications, 11.
- Haryanto, M., & Sidauruk, A. C. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Produktivitas Belajar Mahasiswa di Yogyakarta. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(2).
- Hidayat, F. (2023). *Peran Media Sosial dalam Pembentukan Citra Diri Remaja di Kalangan Mahasiswa Universitas di Jakarta*. [Skripsi]. Universitas Indonesia.
- Hootsuite. (2020). *Digital 2020: Indonesia*. Diakses dari <https://www.hootsuite.com/resources/digital-2020-indonesia>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). *Social Media Marketing: From Strategizing to Implementing*. Sage Publications.
- Lingga, S. A., & Zahrani, A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.

- Maltz, M. (1996). *Kekuatan Ajaib Psikologi Citra Diri. Alih Bahasa: Eddy Nurhayadi*. Jakarta: Arcan.
- Mahmudan, A. (2023, Juni 29). *Survei: Generasi Z Indonesia Paling Gandrung Gunakan Internet*. Diakses dari <https://dataindonesia.id/internet/detail/survei-generasi-z-indonesia-paling-gandrung-gunakan-internet>
- Neuman, W. L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. New York: Pearson Education.
- Nurhidayah, N., & Barus, D. A. (2020). Self Image Pengguna Media Sosial Ditinjau dari Jenis Kelamin. *DISPUTARE*, 7(1).
- Nurlita, T. R., et al. (2023). Pengaruh Citra Diri terhadap Penerimaan Diri pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 225–229.
- Octaviani, R., & Sutriani, E. (2019). Analisis Data dan Pengecekan Keabsahan Data. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 64.
- Permatasari, D. (2020). *Pengaruh Self Image terhadap Self Esteem pada Pengguna Media Sosial TikTok di Kalangan Generasi Z*. Skripsi. Universitas Mercu Buana, Jakarta.
- Priskilla, R., et al. (2022). Etika Bermedia Sosial Generasi Z. *Forikami: Jurnal Filsafat Terapan*, 1(1), 1–25.
- Putri, A. S., & Nurhayati, S. (2024). Pengaruh Algoritma TikTok dan Konten Kreatif pada TikTok Shop terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 11–15.
- Putri, N. R., Amalia, D., & Damariswara, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Edukasi di Era Generasi Z. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 11(2).
- Putri, T. A. W., & Hapsari, M. T. B. (2024). Hubungan Self Acceptance dan Fear of Missing Out (FOMO) Mahasiswa Generasi Z Pengguna Aplikasi TikTok. *Jurnal Consulenza: Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 7(1), 59–73.
- Ramadani, N. T., et al. (2023). Pengaruh Citra Diri terhadap Penerimaan Diri pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 225–229.
- Riesta, D. T., & Winta, M. V. I. (2024). Pengaruh Self Compassion dan Self Image terhadap Ide Bunuh Diri terhadap Mahasiswa di Kota Semarang. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 5(1).

- Rusdiono, E. (2021). Monetisasi Media Sosial di TikTok. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 21(1), 1–10.
- Santoso, A. (2019). Fenomena TikTok di Kalangan Remaja: Sebuah Studi Kasus di Kota Bandung. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 8(2), 123–134.
- Selviana, & Yulinar, S. (2022). Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1).
- Tambunan, M. S., & Simbolon, H. (2024). Pengaruh Self Image terhadap Self Disclosure pada Pengguna Instagram dan TikTok. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(1), 2189–2202.
- Wardani, S. A. (2024). *Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja*. [Skripsi]. Universitas Persada Indonesia YAI.
- World Health Organization (WHO). (2021). *Mental Health and Substance Use: Key Facts*. Diakses dari <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

L

A

M

P

I

R

A

N



KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Nomor: 084 Tahun 2024

Tentang

PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II DALAM PENULISAN SKRIPSI
DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
- b. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut;
- Mengingat : 1. Undang – undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Curup;
3. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2019 tentang STATUTA Institut Agama Islam Negeri Curup;
4. Peraturan Menteri Agama Nomor 28 Tahun 2022 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Curup;
5. Keputusan Menteri Pendidikan Nasional RI Nomor 184/U/2001 Tentang Pedoman Pengawasan Pengendalian dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana di Perguruan Tinggi
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 019558/B.II/3/2022 tanggal 18 April 2022 Tentang Pengangkatan Rektor IAIN Curup Periode 2022-2026;
7. Keputusan Rektor IAIN Curup Nomor : 0700/In.34/2/KP.07.6/09/2023 tanggal 29 September 2023 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Curup;
- Memperhatikan : Berita acara seminar proposal Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam tanggal 11 Juli 2024

MEMUTUSKAN :

- Menetapkan
Pertama : Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah Menunjuk Saudara :
- : 1. Dr. Robby Aditya Putra, MA. : 19921223 201801 1 002
- : 2. Intan Kurnia Syaputri, M.A : 19920831 202012 2 001
- Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa :
- N a m a : Mega Susilawati
- N I M : 21521026
- Judul Skripsi : Peran Media Soaial Tiktok Dalam Pembentukan Self Image Dan World Of View Generasi Z : Sebuah Studi Komparatif Indonesia Dan Malaysia
- Kedua : Proses bimbingan dilakukan sebanyak 8 kali pembimbing I dan 8 kali pembimbing II dibuktikan dengan kartu bimbingan skripsi ;
- Ketiga : Pembimbing I bertugas membimbing dan mengarahkan hal-hal yang berkaitan dengan substansi dan kontens skripsi. Untuk pembimbing II bertugas dan mengarahkan dalam penggunaan bahasa dan metodologi penulisan;
- Keempat : Kepada masing-masing pembimbing diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Kelima : Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- Keenam : Surat keputusan ini berlaku sejak ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai 1 tahun sejak SK ini ditetapkan;
- Ketujuh : Apabila terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, akan diperbaiki sebagaimana mestinya sesuai peraturan yang berlaku;

Ditetapkan di Curup
Pada tanggal 05 September 2024

Dekan,


Fakhruddin,

Tembusan :

1. Bendahara IAIN Curup;
2. Kasubbag FUAD IAIN Curup;
3. Dosen Pembimbing I dan II;
4. Prodi yang Bersangkutan/
5. Layanan Akademik
6. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Dr. AK Gani No. 1 Kotak Pos 108 Curup-Bengkulu Telp. (0732) 21010-7003044
Fax. (0732) 21010 Homepage <http://www.iaincurup.ac.id> E-mail: -

Nomor : 083 /In.34/FU/PP.00.9/02/2025
Sifat : Penting
Lampiran : Proposal dan Instrumen
Perihal : **Surat Keterangan Izin Penelitian
(Studi Pustaka)**

05 Februari 2025

Dengan ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini benar melakukan penelitian, atas nama:

Nama : Mega Susilawati
NIM : 21521026
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Peran Media Sosial Tiktok Dalam Pembentukan Self Image
Generasi Z : Sebuah Studi Komperatif Indonesia Dan Malaysia
Pada Akun @Dearaya @Dr.Ash/Self Growt
Waktu Penelitian : 05 Februari2025 s.d 05 Mei 2025
Jenis Penelitian : Library Research
Tempat Penelitian : -

Demikian surat ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.



Curup, 05 Februari 2025
Dekan

Dr. Fakhruddin, M.Pd.I

NIP 19750112 200604 1 009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

DEPAN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	: Mega Susilawati
NIM	: 21521026
PROGRAM STUDI	: Komunikasi Dan Penyiaran Islam
FAKULTAS	: Ushuluddin Adab dan Dakwah
DOSEN PEMBIMBING I	: Dr. Robby Aditya Putra, M.A
DOSEN PEMBIMBING II	: Intan Kurnia Syaputri, M.A
JUDUL SKRIPSI	: Peran media sosial Tiktok dalam pembentukan self image generasi Z: sebuah studi komparatif Indonesia dan Malaysia pada akun @Dearata @ Dr. Ash (self Growth).
MULAI BIMBINGAN	: 11 November 2024
AKHIR BIMBINGAN	:

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF
			PEMBIMBING I
1.	11-11-2024	Revisi Judul skripsi,	
2.	26-11-2024	Perbaikkan Bab I : latar belakang	
3.	5-12-2024	Revisi teori self image	
4.	12-12-2024	Perbaikkan Bab II dan Bab III	
5.	27-01-2025	ACE BAB I - III	
6.	17-02-2025	Revisi BAB IV	
7.	14-04-2025	Tambahkan analisis Teori dan Jurnal	
8.	28-04-2025	Perbaikkan dan tambahkan data penelitian	
9.	7-05-2025	Perbaikkan abstrak. BAB V	
10.	19-05-2025	ACE BAB I - V	
11.			
12.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI SUDAH
DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN CURUP,

PEMBIMBING I,

Dr. Robby Aditya Putra, M.A
NIP. 199212232018011002

CURUP, 19 Mei2025

PEMBIMBING II,

Intan Kurnia Syaputri, M.A
NIP. 199208312020122001

- Lembar Depan Kartu Bimbingan Pembimbing I
- Lembar Belakang Kartu Bimbingan Pembimbing II
- Kartu ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan Pembimbing I dan Pembimbing II



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

BELAKANG

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	: Mega susilawati
NIM	: 21521026
PROGRAM STUDI	: Komunikasi dan Perjaran Islam
FAKULTAS	: Ushuluddin Adab dan Dakwah
PEMBIMBING I	: Dr. Robby Aditya Putra, M.A
PEMBIMBING II	: Intan Kurnia Sraputi, M.A
JUDUL SKRIPSI	: Peran media sosial tiktok dalam pembentukan self image generasi Z: sebuah studi komparatif Indonesia dan Malaysia pada akun @Dearaya @ Dr. Atri/self growth.
MULAI BIMBINGAN	: 06 Desember 2024
AKHIR BIMBINGAN	:

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF
			PEMBIMBING II
1.	06/Desember 2024	Perbaikan pada BAB I latar belakang.	
2.	19/Desember 2024	Perbaikan BAB I, BAB II & BAB III	
3.	04/ Feb 2025	ACC BAB I - III	
4.	15/ April 2025	Perbaikan BAB IV.	
5.	20/ Mei 2025	Perbaikan BAB IV.	
6.	26/ Mei 2025	Tambahkan data analisis dan penelitian	
7.	28/ Mei 2025	Revisi BAB IV dan V	
8.	4/ Juni /2025	ACC BAB I - V	
9.			
10.			
11.			
12.			

KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI
SUDDAH DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN
CURUP

CURUP, 4 Juni2025

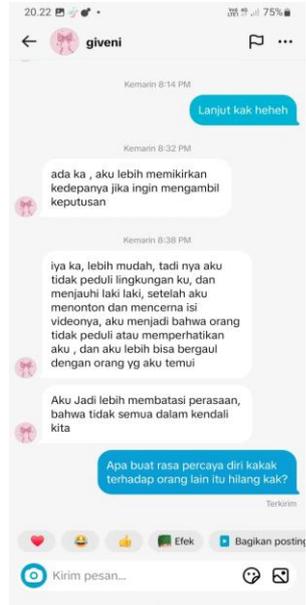
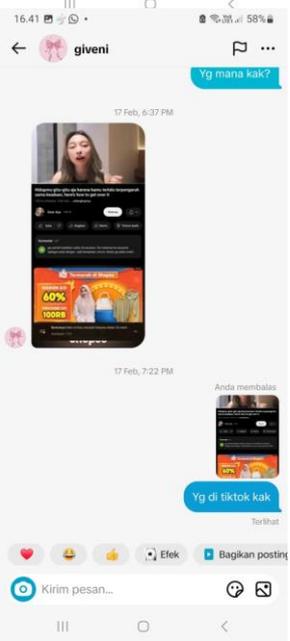
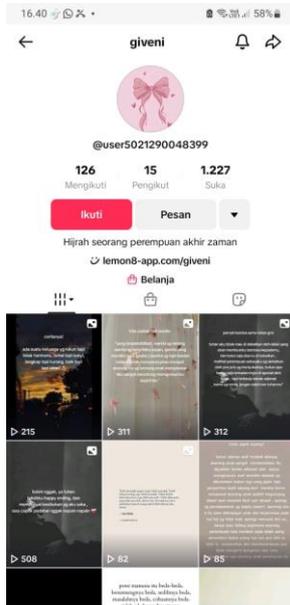
PEMBIMBING I,

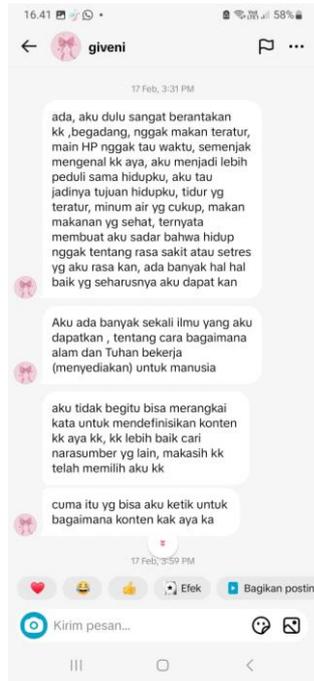
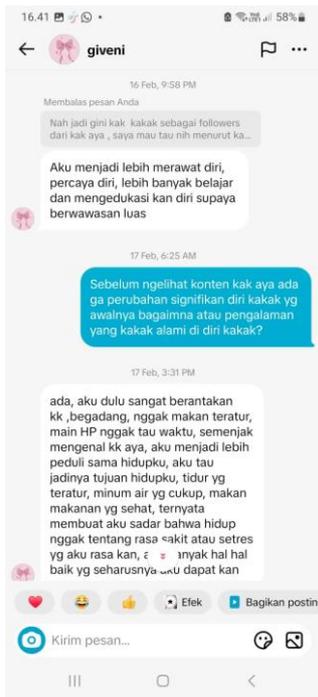
Dr. Robby Aditya Putra, M.A
NIP. 19921223018011002

PEMBIMBING II,

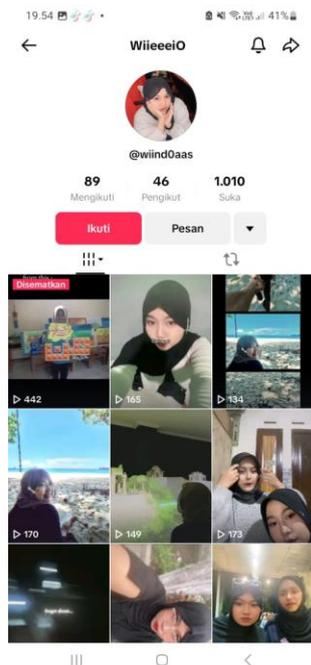
Intan Kurnia Sraputi, M.A.
NIP. 199208312020122001

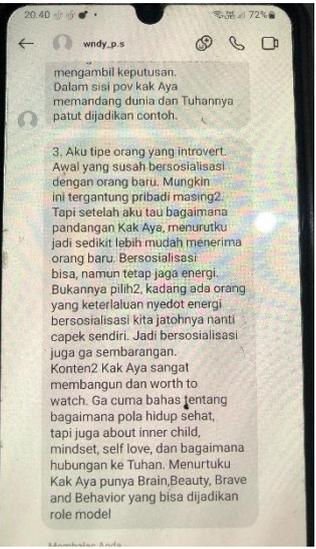
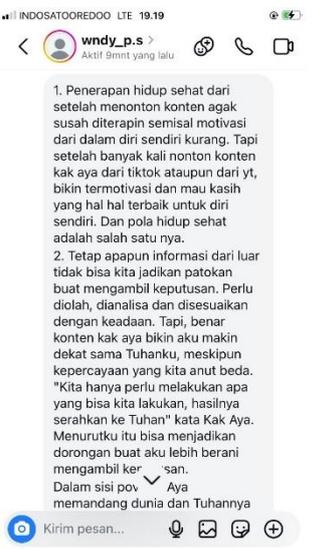
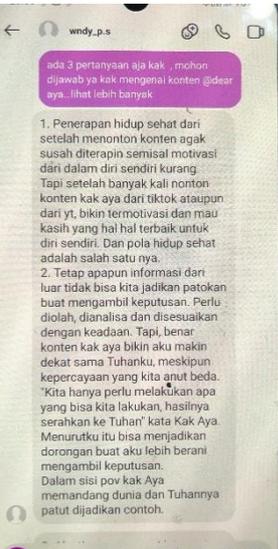
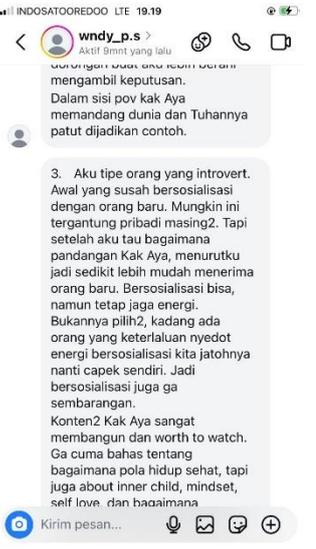
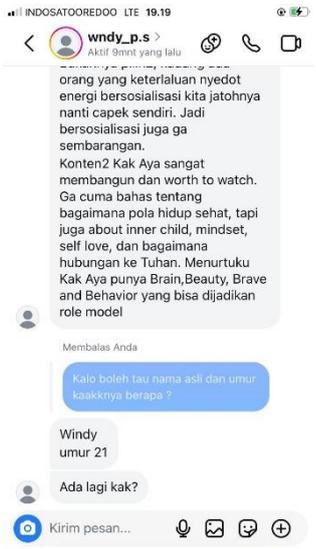
Informan 1

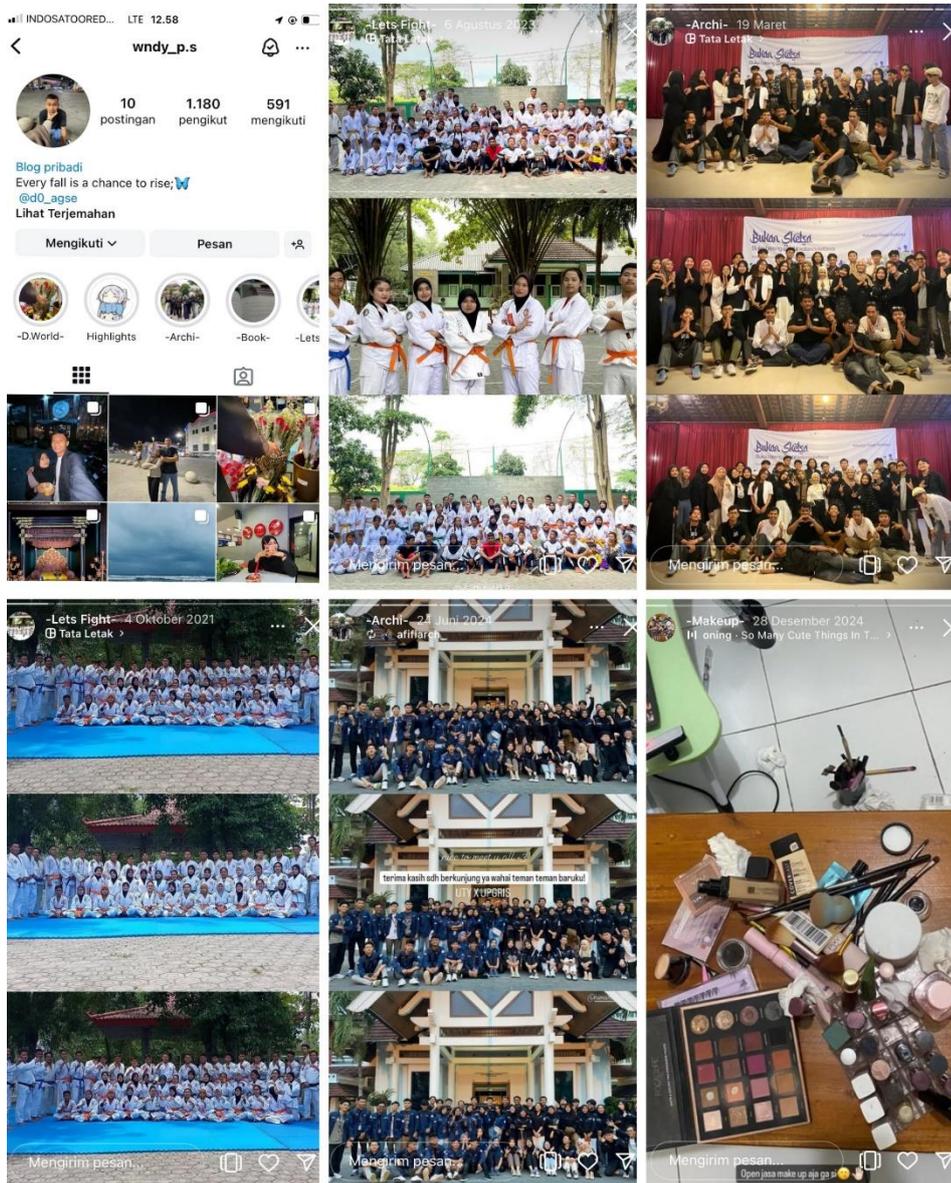




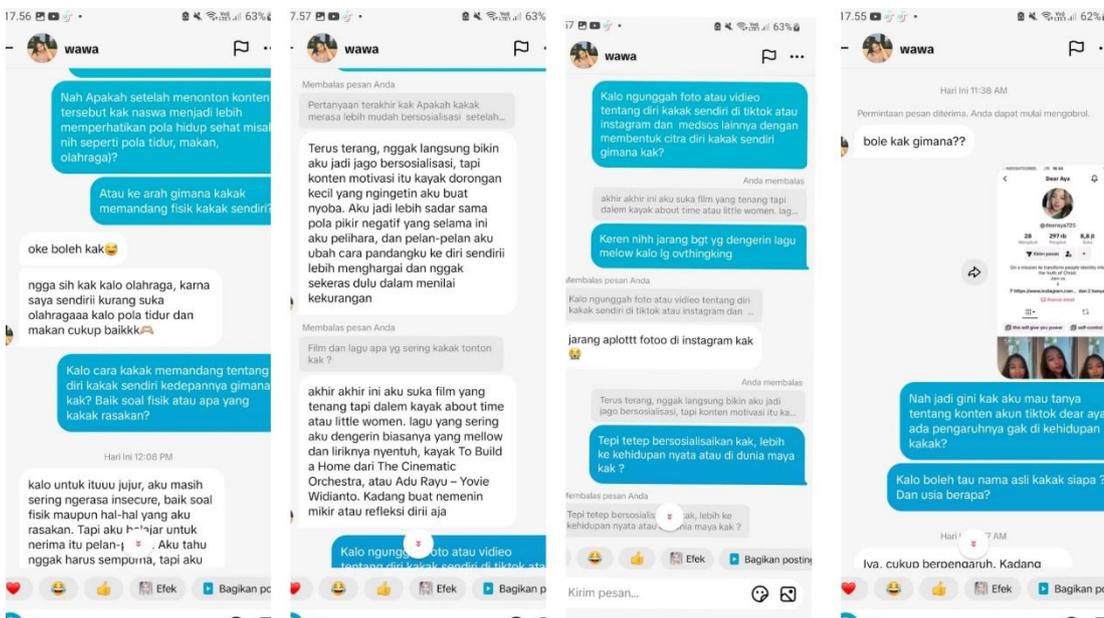
Informan 2

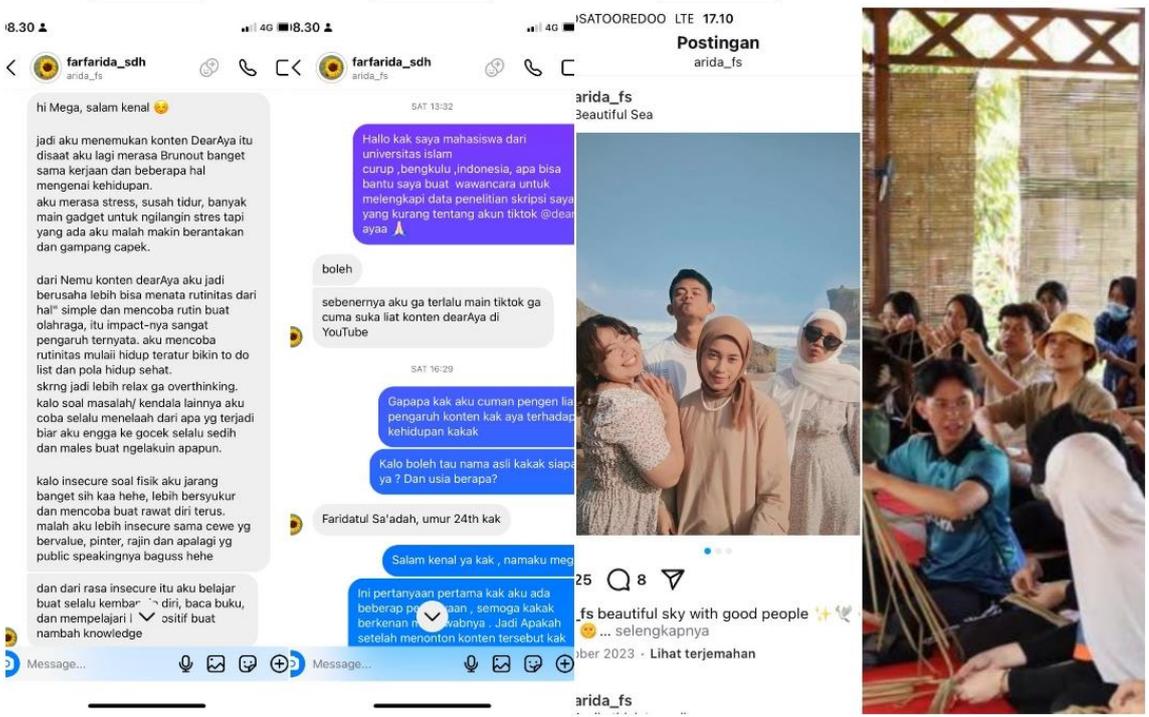
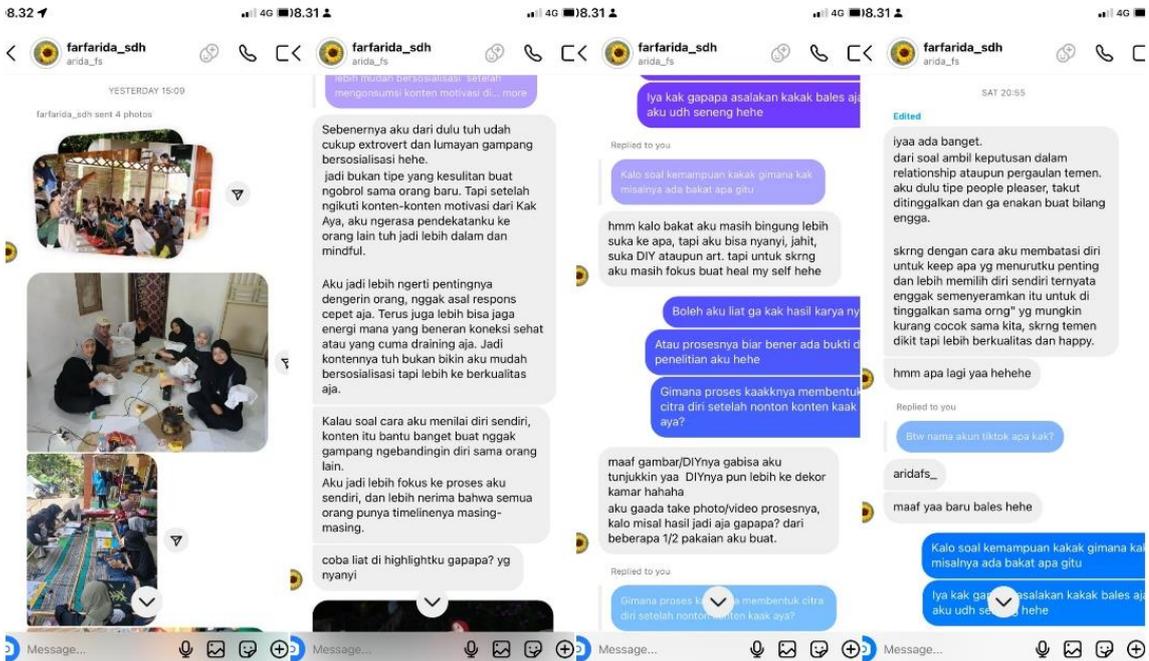
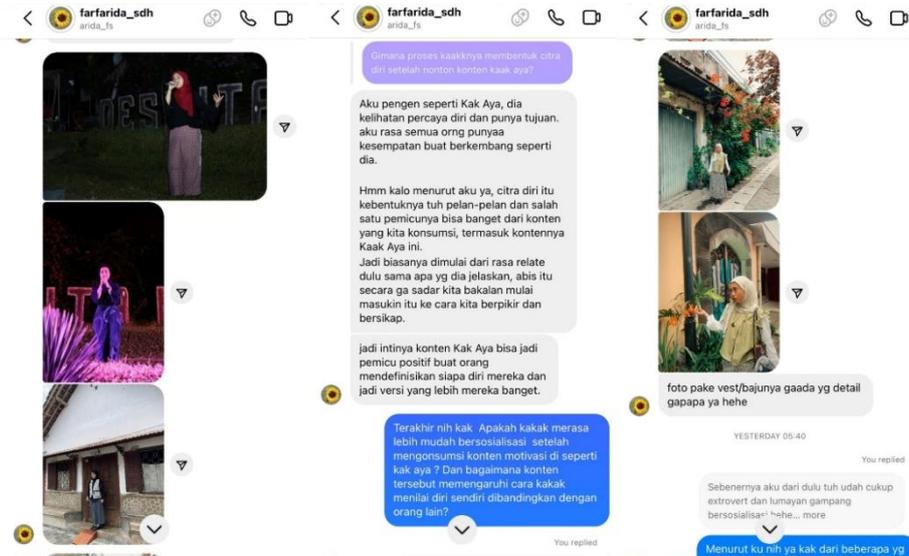




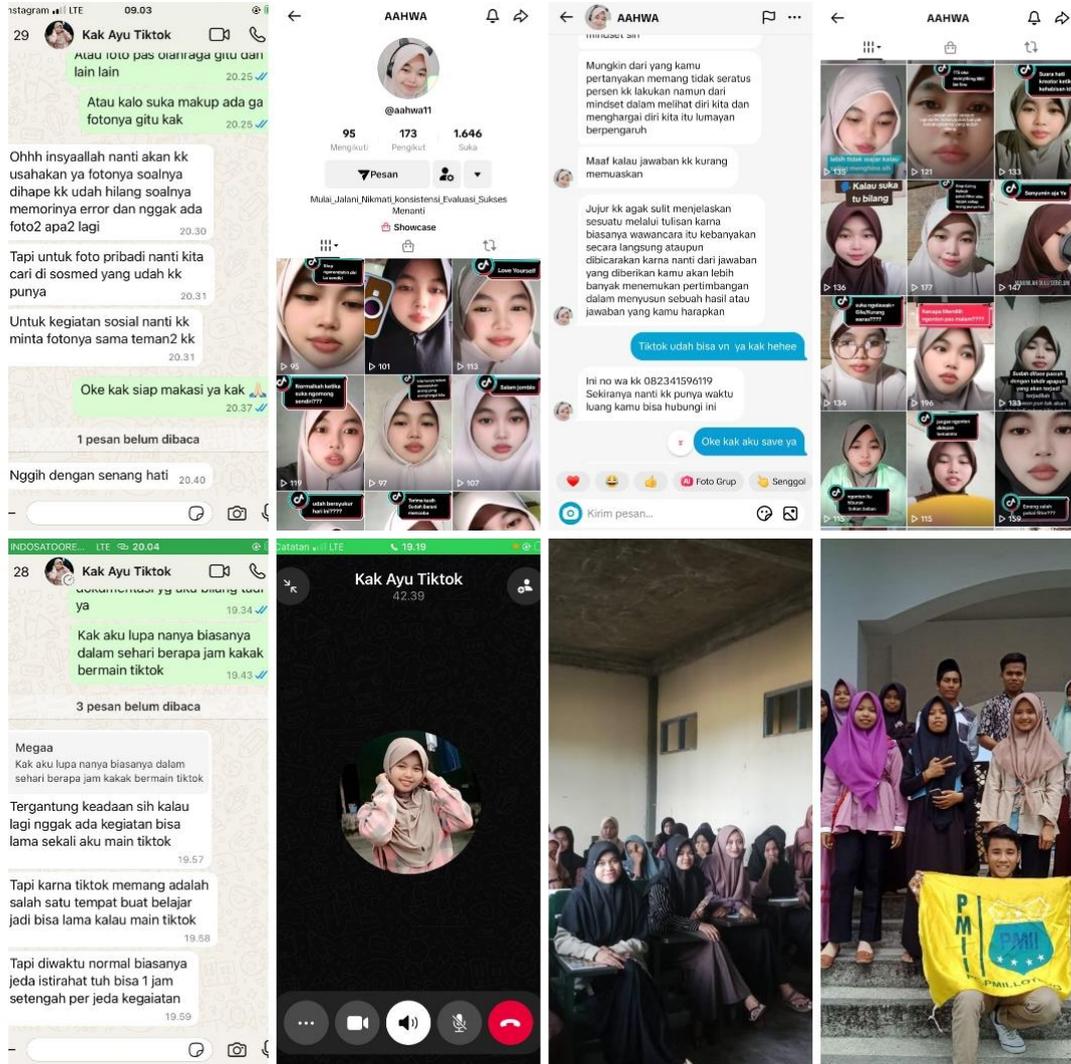


Informan 3

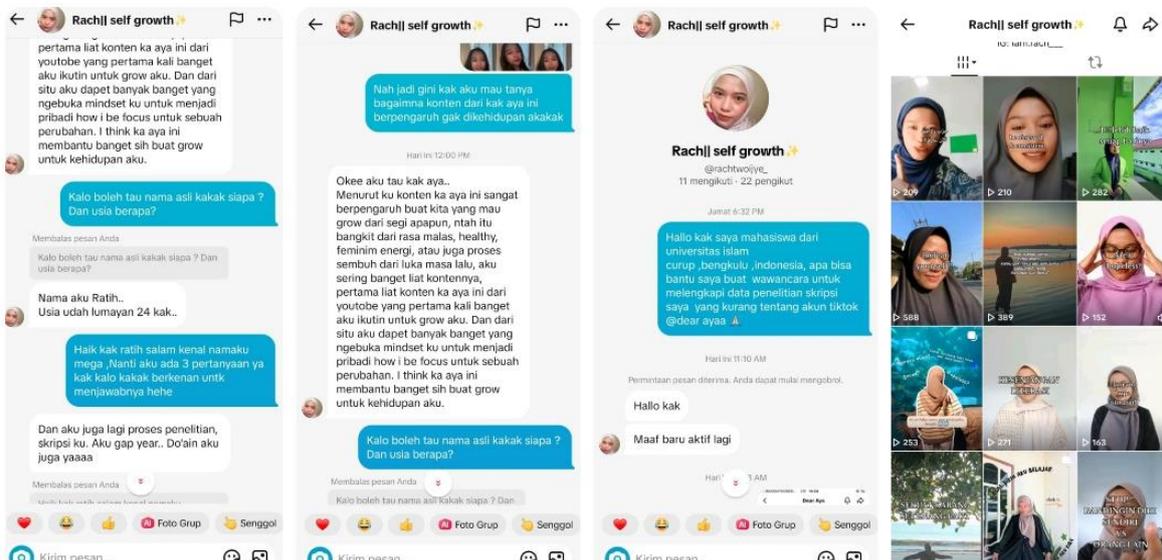


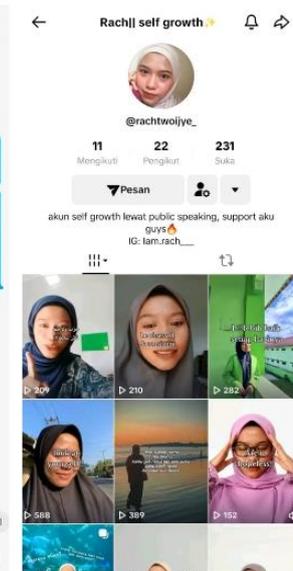
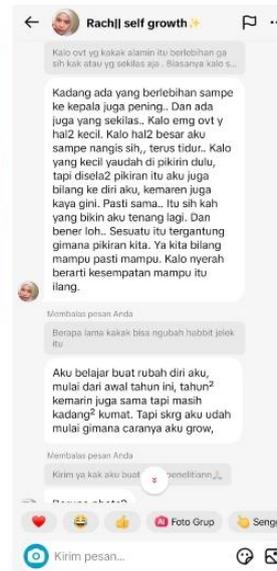
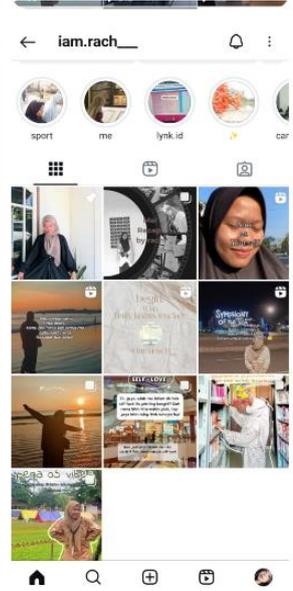
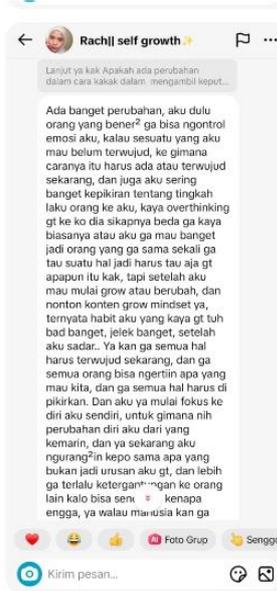
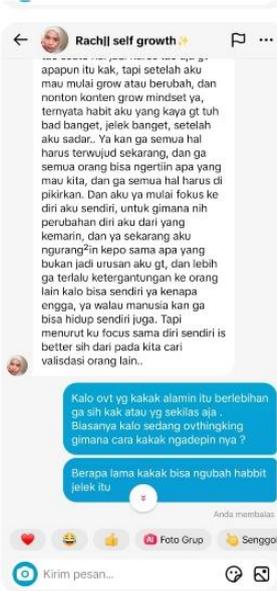


Informan 5



Informan 6







Oke,, that's right kak.. Aku rasa ya kak, dengan kepribadian aku yg sekarang kaya lebih enak aja.. Bahkan menarik energi positif gt, kaya temen? atau orang? di sekeliling aku lebih suka berdiskusi dengan aku, atau kaya mereka percaya gt, kalo nanya suatu hal ke aku, dapet jawabannya. Ya dari konten? motivasi atau how to grow, bahkan relationship aku lebih percaya, aku bisa nih keluar dari diri aku yang bad. Dan ya mengurangi overthinking, kok dia bisa aku enggak, tapi aku liat dia aja bisa masa aku enggak. Jadi pencapaian orang lain itu aku jadiin motivasi bukan insecure.

Membalas pesan Anda
Oh iya kak juga mau nanya apa yg melatar belakang konten yang kakak buat ...

Latar belakang aku bikin konten, tadi.. Aku mau grow aku mau tau segimana perjalanan grow up aku.. Dan dengan berjalannya bisa juga mungkin orang terpanggil juga dari konten? yang aku buat

Apa semua itu ada terinspirasi dari

Kirim pesan...

Yap betul banget,, setelah kurang lebih aku rutin nonton podcast y ka aya di youtube,, aku sadar kaya kehidupan ku itu kurang sehat, dan sedikit? aku mulai rubah pola tidur maksimal di jam 11 malem, makan yang real food dan yaa olahraga minimal 15 menit setiap pagi. Dan itu udah mulai aku rutin walau kadang ada aja rasa malesnya.. Untuk mental health atau insecure. Aku juga punya, aku sebelum nonton podcast atau kaya motivasi untuk grow, aku orang yang dikit? suka nyalahin diri sendiri, ko aku kaya gini, di usia aku kok belum punya winning life, dan fisik pun sama. Kaya aku ga bakal bisa ketemu sama yang cowok yg bener? suka sama aku karna fisik ku biasa aja atau apalah. Tapi ya tadi setelah nonton konten? ka aya atau beberapa konten lainnya aku sadar, cantik itu ga mesti dari fisik. Dari diri kita yang nebar kebahagiaan pun kita tuh ya cantik, kaya nebar energi positif i think is beautiful giri gitu..

Boleh lanjut ke per... van ke 2 kak..

Kirim pesan...

Pertanyaan pertama ya kak Apakah setelah nonton konten tersebut kak raih menjadi lebih memperhatikan pola hidup sehat misal seperti pola tidur, makan, olahraga? Atau gimana kakak memandang tentang fisik misalnya rasa insecure atau mengenai mental kakak sendiri?

Yap betul banget,, setelah kurang lebih aku rutin nonton podcast y ka aya di youtube,, aku sadar kaya kehidupan ku itu kurang sehat, dan sedikit? aku mulai rubah pola tidur maksimal di jam 11 malem, makan yang real food dan yaa olahraga minimal 15 menit setiap pagi. Dan itu udah mulai aku rutin walau kadang ada aja rasa malesnya.. Untuk mental health atau insecure. Aku juga punya, aku sebelum nonton podcast atau kaya motivasi untuk grow, aku orang yang dikit? suka nyalahin diri sendiri, ko aku kaya gini, di usia aku kok belum punya winning life, dan fisik pun sama. Kaya aku ga bakal bisa ketemu sama yang wkok yg bener? suka sama, karna fisik ku biasa aja atau apalah. Tapi ya tadi

Kirim pesan...

Nah kalo sport aku lagi rutin di apk strava kak..

Membalas pesan Anda
Ini kegiatan apa kak

Membalas pesan Anda
Oh iya kak dalam sehari berapa lama waktu kakak bermain tiktok

Aman kak aku buat penelitian skripsi kak

Membalas pesan Anda
Oh iya kak dalam sehari berapa lama waktu kakak bermain tiktok

Sehari gak sampe berjam? sih, kaya kan emg lagi fokus ke penelitian skripsi juga dan mungkin aku buka tiktok lebih ke cari inspirasi buat bikin konten, entah itu di ig atau tiktok, selebihnya jarang 2 sih kalo untuk berjam? scroll cuma?

Boleh tau nama Instagram nya kak ?

Aku mau mutualan hehe

Kirim pesan...



Paling gini? aja sih kegiatan aku

Kirim pesan...

Membalas pesan Anda
Oh iya kak dalam sehari berapa lama waktu kakak bermain tiktok

Aman kak aku buat penelitian skripsi kak

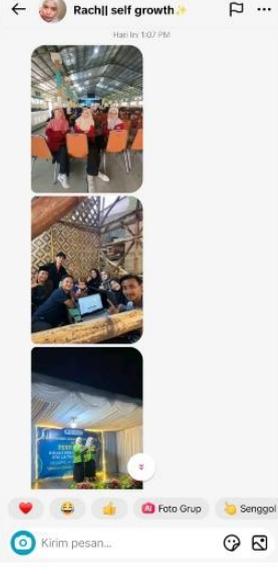
Membalas pesan Anda
Oh iya kak dalam sehari berapa lama waktu kakak bermain tiktok

Sehari gak sampe berjam? sih, kaya kan emg lagi fokus ke penelitian skripsi juga dan mungkin aku buka tiktok lebih ke cari inspirasi buat bikin konten, entah itu di ig atau tiktok, selebihnya jarang 2 sih kalo untuk berjam? scroll cuma?

Boleh tau nama Instagram nya kak ?

Aku mau mutualan hehe

Kirim pesan...



Membalas pesan Anda
Oh iya kak juga mau nanya apa yg melatar belakang konten yang kakak buat ...

Latar belakang aku bikin konten, tadi.. Aku mau grow aku mau tau segimana perjalanan grow up aku.. Dan dengan berjalannya bisa juga mungkin orang terpanggil juga dari konten? yang aku buat

Apa semua itu ada terinspirasi dari konten dear aya kak?

Dengan kepribadian yg sekarang artinya dulu kakak emng sudah memiliki karakter ekstrovert atau introvert nih kak awalnya?

Membalas pesan Anda
Apa semua itu ada terinspirasi dari konten dear aya kak?

Dari ka aya dan beberapa konten kreator lain kak, ka cipoo, kak jingga di lih..

Membalas pesan Anda
Dengan kepribadian yg sekarang artinya dulu kakak emng sud... iki karakter ek...

Kirim pesan...

Baik di real life atau di media sosial kak?

Yaps di real life mau pun medsos kak, i think medsos bukan untuk pamer? atau story galau aja sih, tapi buat grow mindset juga..

Membalas pesan Anda
Lanjut ya kak Apakah kakak merasa lebih mudah bersosialisasi setelah mengosum...

Oke,, that's right kak.. Aku rasa ya kak, dengan kepribadian aku yg sekarang kaya lebih enak aja.. Bahkan menarik energi positif gt, kaya temen? atau orang? di sekeliling aku lebih suka berdiskusi dengan aku, atau kaya mereka percaya gt, kalo nanya suatu hal ke aku, dapet jawabannya. Ya dari konten? motivasi atau how to grow, bahkan relationship aku lebih percaya, aku bisa nih keluar dari diri aku yang bad. Dan ya mengurangi overthinking, kok dia bisa aku enggak, tapi aku liat dia aja bisa masa aku enggak. Jadi pencapaian orang lain itu aku jadiin motivasi bukan insecure.

Membalas pesan Anda

Kirim pesan...

BIODATA PENULIS



Mega Susilawati lahir di Cawang Baru, pada tanggal 27 Januari 2002. Ia merupakan anak ketiga dari empat bersaudara, putri dari pasangan Hermanto dan Sar'atul Adha. Sebagai anak tengah, Mega tumbuh menjadi pribadi yang mandiri, peka terhadap lingkungan sekitarnya, dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap berbagai hal, terutama dalam bidang komunikasi, media sosial, dan dinamika remaja di era digital.

Mega menempuh pendidikan dasar di SD Negeri 02 Selupu Rejang, kemudian melanjutkan ke SMP Negeri 1 Curup Timur, dan menyelesaikan pendidikan menengah di SMA Negeri 2 Rejang Lebong. Meskipun tidak mengenyam pendidikan taman kanak-kanak, semangat belajarnya terus tumbuh dan membawanya melanjutkan pendidikan tinggi di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, sejak tahun 2021.

Di sela-sela kesibukannya sebagai mahasiswa, Mega memiliki berbagai hobi yang memperkaya wawasannya, seperti membaca, travelling, serta mengamati perkembangan media sosial sebagai ruang interaksi dan ekspresi generasi muda. Kegemarannya terhadap topik-topik *self-development* dan dunia digital inilah yang menjadi latar belakang pemilihan tema skripsinya.

Skripsi ini merupakan bentuk dedikasi dan kontribusi ilmiah penulis sebagai bagian dari pemenuhan syarat memperoleh gelar Sarjana Dakwah (S.sos). Penulis berharap, karya sederhana ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi, tidak hanya bagi kalangan akademik, tetapi juga bagi siapa saja yang peduli terhadap pengaruh media dalam pembentukan citra diri generasi Z.