



Hubungan *Self-Compassion* dengan *Self-Objectification* pada Mahasiswi Pengguna Tiktok di Kota Jambi

Salsabila Raina Fazra^{1*}, Rion Nofrianda², Ayu Ulivia³, Nurul Hafizah⁴

¹⁻³ Program Studi Psikologi, Universitas Jambi, Indonesia

Email: salsabilaraina07@gmail.com^{1*}, riionnofrianda@unja.ac.id², ayuuulivia@unja.ac.id³, nurulhafizah@unja.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: salsabilaraina07@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the relationship between self-compassion and self-objectification among female TikTok users in Jambi City. The study used a quantitative correlational approach with a cross-sectional design. A total of 218 female students in Jambi City aged 18–25 years who actively use TikTok were selected using a purposive sampling technique. The instruments used were the Self-Compassion Scale (SCS) adapted into Indonesian (Skala Welas Diri) and the Objectified Body Consciousness Scale (OBCS). Data analysis used the Pearson Product Moment correlation test. The results showed a significant negative relationship between self-compassion and self-objectification ($r = -0.216$; $p = 0.001$). The higher the self-compassion, the lower the tendency for self-objectification. The majority of respondents had moderate to high levels of self-compassion, while self-objectification was in the moderate category. The duration of TikTok use of more than 2 hours per day was associated with a higher tendency for self-objectification. These findings confirm the role of self-compassion as a protective factor against self-objectification in the context of visual-based social media use.*

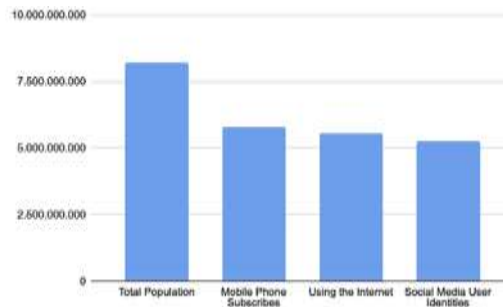
Keywords: *College Students; Self-Compassion; Self-Objectification; Social Media; Tiktok Users.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara self-compassion dan self-objectification pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan desain cross-sectional. Sebanyak 218 mahasiswi di Kota Jambi berusia 18–25 tahun yang aktif menggunakan TikTok dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan adalah Self-Compassion Scale (SCS) yang diadaptasi ke Bahasa Indonesia (Skala Welas Diri) dan Objectified Body Consciousness Scale (OBCS). Analisis data menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara self-compassion dan self-objectification ($r = -0,216$; $p = 0,001$). Semakin tinggi self-compassion, semakin rendah kecenderungan self-objectification. Mayoritas responden memiliki tingkat self-compassion kategori sedang hingga tinggi, sedangkan self-objectification berada pada kategori sedang. Durasi penggunaan TikTok lebih dari 2 jam per hari berkaitan dengan kecenderungan self-objectification yang lebih tinggi. Temuan ini menegaskan peran self-compassion sebagai faktor protektif terhadap self-objectification dalam konteks penggunaan media sosial berbasis visual.

Kata Kunci: Mahasiswa; Media Sosial; Pengguna Tiktok; *Self-Compassion*; *Self-Objectification*.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan sosial masyarakat, salah satunya melalui perkembangan media sosial yang semakin pesat. Media sosial merupakan platform daring berbasis web yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi informasi, serta menciptakan berbagai bentuk konten secara interaktif (Liedfray et al., 2022). Kehadiran media sosial mempermudah individu dalam berinteraksi, membangun hubungan sosial, dan bertukar informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Berdasarkan laporan We Are Social, pengguna media sosial global telah mencapai lebih dari 5 miliar orang atau lebih dari 60% populasi dunia, dengan rata-rata penggunaan sekitar dua jam per hari.



Gambar 1. Statistik Pengguna Media Sosial di Dunia.

Di Indonesia, penggunaan media sosial juga terus meningkat secara signifikan. Laporan We Are Social tahun 2025 menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial aktif di Indonesia mencapai sekitar 180 juta orang atau setara dengan 62,9% dari total populasi. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas diri, khususnya pada remaja dan dewasa awal (Nugraeni, 2024). Salah satu platform yang paling populer di kalangan generasi muda adalah TikTok. Data DataReportal tahun 2024 mencatat lebih dari 126 juta pengguna TikTok di Indonesia berusia 18 tahun ke atas, dengan kelompok usia 18–24 tahun menjadi salah satu pengguna terbesar secara global (Aprilaba, 2025).

Popularitas TikTok berkaitan dengan banyaknya konten yang menampilkan standar kecantikan tertentu. Konten kecantikan yang menampilkan gambaran penampilan ideal secara berulang dapat memengaruhi cara individu memandang dirinya, sehingga mendorong munculnya self-objectification, yaitu kecenderungan memandang diri sebagai objek yang dinilai berdasarkan penampilan fisik (Seekis & Kennedy, 2023). Kondisi ini didukung oleh hasil pra-survei pada mahasiswi di Kota Jambi yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden percaya bahwa penampilan fisik memengaruhi penilaian dan penerimaan sosial dari orang lain.

Menurut Objectification Theory yang dikemukakan oleh Fredrickson dan Roberts (1997), self-objectification terjadi ketika individu melihat dirinya dari sudut pandang pengamat eksternal. McKinley dan Hyde (1996) menjelaskan bahwa self-objectification terdiri atas tiga aspek utama, yaitu body surveillance, body shame, dan appearance control beliefs. Hasil wawancara pada mahasiswi di Kota Jambi menunjukkan adanya kecenderungan memantau penampilan secara berlebihan, merasa malu terhadap kondisi fisik yang dianggap tidak sesuai standar, serta keyakinan bahwa penampilan harus selalu dikendalikan melalui berbagai upaya seperti penggunaan makeup dan perawatan diri.

Di sisi lain, self-compassion dipandang sebagai faktor psikologis internal yang dapat melindungi individu dari kecenderungan self-objectification. Menurut Neff (2003), self-compassion terdiri atas self-kindness, common humanity, dan mindfulness. Individu dengan self-compassion yang tinggi cenderung lebih mampu menerima kekurangan diri dan tidak terlalu bergantung pada penilaian orang lain (Wollast et al., 2019). Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa beberapa mahasiswi masih mengalami self-judgment, isolation, dan overidentification, seperti sering membandingkan diri dengan orang lain, merasa berbeda dari lingkungan sosial, serta terfokus pada perasaan tidak puas terhadap diri sendiri.

Secara teoretis, rendahnya self-compassion dapat meningkatkan kecenderungan self-objectification. Ketika individu tidak mampu menerima dirinya secara sehat, maka penilaian terhadap diri akan lebih bergantung pada standar eksternal, terutama standar kecantikan yang banyak ditampilkan di media sosial (Neff, 2023). Hal tersebut tampak pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi yang menunjukkan perhatian berlebihan terhadap penampilan fisik serta kecenderungan mengukur harga diri berdasarkan standar estetika media sosial. Kondisi ini dapat memicu ketidakpuasan terhadap tubuh dan perilaku objektifikasi diri secara terus-menerus (Maharani et al., 2024; Angelin et al., 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti memandang penting untuk mengkaji secara ilmiah hubungan antara self-compassion dengan self-objectification pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai peran self-compassion sebagai faktor protektif dalam mengurangi kecenderungan self-objectification akibat paparan standar kecantikan di media sosial.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dengan menjelaskan fenomena penelitian secara deduktif, dari hal yang bersifat umum ke khusus, berdasarkan asumsi-asumsi yang telah ditetapkan. Ditinjau dari tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian korelasional, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel serta mengidentifikasi kekuatan dan arah hubungan tersebut (Periantalo, 2019). Secara khusus, penelitian ini berfokus pada hubungan antara *self-compassion* dan *self-objectification* pada mahasiswi Universitas Jambi. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent variable*) atau variabel X merupakan variabel yang memengaruhi variabel

lainnya, sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi di Kota Jambi. Populasi ini dipilih karena berada pada fase dewasa awal yang memiliki kecenderungan tinggi dalam evaluasi diri dan perhatian terhadap penampilan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk menjadi subjek penelitian (Periantalo, 2019). penelitian ini akan menargetkan jumlah sampel minimal sebanyak 100 responden. Jumlah tersebut dipilih karena semakin besar ukuran sampel yang digunakan, maka peluang terjadinya kesalahan pengambilan sampel akan semakin kecil, sehingga hasil penelitian menjadi lebih valid, reliabel, dan mampu merepresentasikan populasi secara lebih akurat.

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang terdiri atas dua skala pengukuran, yaitu *Self-Compassion Scale* (SCS) yang digunakan untuk mengukur tingkat welas asih diri individu, serta *Objectified Body Consciousness Scale* (OBCS) yang digunakan untuk mengukur kecenderungan *self-objectification* yang mencakup aspek *body surveillance*, *body shame*, dan *appearance control beliefs*. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi, uji hipotesis, validitas, reliabilitas, dan norma.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Deskriptif Data

a. Hasil Deskriptif Data *Self-Compassion*

Tabel 2. Hasil Deskriptif Data Self-Compassion.

Variabel	N	Range	Min	Maks	Mean	Std. Dev
<i>Self Compassion</i>	218	77	53	130	87.3	12.51

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel tersebut, variabel *self-compassion* dalam penelitian ini memiliki nilai minimum sebesar 53 dan nilai maksimum sebesar 130, dengan rata-rata (*mean*) sebesar 87,3 serta standar deviasi sebesar 12,51. Adanya variasi nilai tersebut menunjukkan terdapat perbedaan tingkat *self-compassion* di antara masing-masing responden. Untuk mempermudah pemahaman terhadap sebaran data, hasil tersebut selanjutnya dikelompokkan ke dalam beberapa kategori sesuai dengan tingkat karakteristik yang diukur. Rincian kategori tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Kategorisasi Norma Self-Compassion.

Kategorisasi	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	$52 < X$	0	0%
Rendah	$52.01 < X \leq 69.3$	13	6%
Sedang	$69.3 < X \leq 86.7$	92	42%
Tinggi	$86.7 < X \leq 104$	93	43%
Sangat Tinggi	$X \leq 130$	20	9%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori tinggi, yaitu sebesar 43% atau 93 responden. Selanjutnya, sebanyak 42% responden (92 orang) berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi memiliki tingkat *self-compassion* yang berada pada kategori sedang hingga tinggi. Selain itu, terdapat 9% responden (20 orang) yang termasuk dalam kategori sangat tinggi, serta 6% responden (13 orang) pada kategori rendah. Sementara itu, tidak ditemukan responden yang berada pada kategori sangat rendah (0%).

Distribusi tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat *self-compassion* yang berada pada kategori sedang dan tinggi, sementara sebagian lainnya tersebar pada kategori rendah hingga sangat tinggi. Secara keseluruhan, hasil deskriptif ini menggambarkan bahwa sebaran tingkat *self-compassion* pada responden cenderung didominasi oleh kategori sedang hingga tinggi, dengan jumlah responden yang relatif lebih sedikit pada kategori lainnya.

Tabel 4. Deskriptif Self-Compassion pada Pengguna TikTok > 2 Jam.

Variabel	N	Range	Min	Maks	Mean	Std. Dev
<i>Self Compassion</i>	166	77	53	130	87.5	12.7

Berdasarkan tabel diatas, didapati hasil deskriptif data untuk variabel *self-compassion* pada pengguna tiktok >2 jam per hari menunjukkan nilai terendah 53, nilai tertinggi 130, nilai rata-rata 87,5, dan standar deviasi 12,7. Berdasar pada hasil tersebut, data tersebut dapat dikategorikan pada tabel terukur berikut:

Tabel 5. Kategorisasi Norma Self-Compassion pada Pengguna TikTok > 2 Jam.

Kategorisasi	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	$52 < X$	0	0%
Rendah	$52.01 < X \leq 69.3$	11	7%
Sedang	$69.3 < X \leq 86.7$	67	40%
Tinggi	$86.7 < X \leq 104$	73	44%
Sangat Tinggi	$X \leq 130$	15	9%

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori tinggi sebanyak 73 orang dan kategori sedang sebanyak 67 orang. Selanjutnya

diikuti oleh kategori sangat tinggi sebanyak 15 orang dan kategori rendah sebanyak 11 orang, sedangkan tidak terdapat responden pada kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat self-compassion pada pengguna TikTok dengan durasi penggunaan lebih dari 2 jam per hari tergolong cukup baik, meskipun belum dapat dikatakan optimal.

Tabel 6. Deskriptif *Self-Compassion* pada Pengguna TikTok 1-2 Jam.

Variabel	N	Range	Min	Maks	Mean	Std. Dev
<i>Self-Compassion</i>	52	48	65	113	86.6	11.7

Berdasarkan tabel diatas, didapati hasil deskriptif data untuk variabel *self-compassion* pada pengguna tiktok 1-2 jam per hari menunjukkan nilai terendah 65, nilai tertinggi 113, nilai rata-rata 86,6, dan standar deviasi 11,7. Berdasar pada hasil tersebut, data tersebut dapat dikategorikan pada tabel terukur berikut:

Tabel 7. Kategorisasi Norma Self-Compassion pada Pengguna TikTok 1-2 Jam.

Kategorisasi	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	$52 < X$	0	0%
Rendah	$52.01 < X \leq 69.3$	2	4%
Sedang	$69.3 < X \leq 86.7$	25	48%
Tinggi	$86.7 < X \leq 104$	20	38%
Sangat Tinggi	$X \leq 130$	5	10%

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas pengguna TikTok dengan durasi 1-2 jam per hari memiliki tingkat *self-compassion* yang cukup baik, dengan sebagian besar terpusat pada kategori sedang. Kesimpulannya, kedua kelompok pengguna TikTok sama-sama memiliki tingkat *self-compassion* yang cukup baik. Namun, pengguna dengan durasi lebih dari 2 jam per hari menunjukkan proporsi kategori tinggi yang lebih besar dibandingkan pengguna 1–2 jam per hari.

Temuan ini mengindikasikan bahwa durasi penggunaan media sosial tidak selalu berkaitan dengan rendahnya *self-compassion*. Peneliti menafsirkan bahwa individu yang menggunakan TikTok dalam durasi lebih lama belum tentu terpapar pada konten yang memicu penurunan *self-compassion*, melainkan dapat pula mengakses konten yang bersifat positif, seperti konten edukatif, motivasional, atau yang mendorong penerimaan diri, sehingga tetap mendukung tingkat *self-compassion* yang baik.

Meskipun demikian, penafsiran ini disampaikan secara hati-hati karena penelitian ini tidak secara langsung mengukur jenis atau substansi konten yang dikonsumsi responden. Oleh karena itu, temuan ini tetap menunjukkan bahwa *self-compassion* pada pengguna TikTok, baik dengan durasi penggunaan rendah maupun tinggi, cenderung berada pada kategori sedang hingga tinggi. Hal ini sejalan dengan temuan Putri dan Sahrani (2026) serta Nasri et al. (2024) yang menunjukkan bahwa tingkat *self-compassion* pada pengguna media sosial umumnya

berada pada kategori sedang, yang mengindikasikan kapasitas welas diri yang cukup baik meskipun belum optimal.

Hasil Deskriptif Data *Self-Objectification*

Tabel 8. Hasil Deskriptif Data *Self-Objectification*.

Variabel	N	Range	Min	Maks	Mean	Std. Dev
<i>Self-Objectification</i>	218	48	46	94	70.08	8.1959

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel tersebut, variabel *self-objectification* dalam penelitian ini memiliki nilai minimum sebesar 46 dan nilai maksimum sebesar 94, dengan rata-rata (*mean*) sebesar 70,08 serta standar deviasi sebesar 8,1959. Hasil ini menunjukkan adanya keragaman tingkat *self-objectification* di antara responden. Untuk mempermudah pemaknaan terhadap sebaran data, nilai-nilai tersebut selanjutnya diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori berdasarkan karakteristik yang diukur. Rincian lebih lanjut mengenai pembagian kategori tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 9. Kategorisasi Norma *Self-Objectification*.

Kategorisasi	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	$48 < X$	1	0.5%
Rendah	$48.01 < X \leq 64$	48	22%
Sedang	$64.01 < X \leq 80$	149	68%
Tinggi	$80.01 < X \leq 96$	20	9%
Sangat Tinggi	$X \leq 120$	0	0%

Berdasarkan hasil kategorisasi pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebesar 68% atau 149 responden. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *self-objectification* pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi secara umum berada pada tingkat sedang. Selanjutnya, sebanyak 22% responden (48 orang) berada pada kategori rendah, sementara 9% responden (20 orang) termasuk dalam kategori tinggi. Adapun responden yang berada pada kategori sangat rendah hanya sebesar 0,5% (1 orang), dan tidak ditemukan responden yang berada pada kategori sangat tinggi (0%).

Distribusi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *self-objectification* pada kategori sedang, dengan sebagian lainnya tersebar pada kategori rendah dan tinggi. Sementara itu, kategori sangat rendah dan sangat tinggi memiliki jumlah responden yang sangat sedikit atau tidak ada. Secara keseluruhan, hasil deskriptif ini menggambarkan bahwa sebaran tingkat *self-objectification* pada responden cenderung pada kategori sedang, dengan variasi pada kategori lainnya dalam jumlah yang lebih kecil.

Tabel 10. Deskriptif *Self-Objectification* pada Pengguna TikTok > 2 Jam.

Variabel	N	Range	Min	Maks	Mean	Std. Dev
<i>Self-Objectification</i>	166	48	46	94	71.5	7.0

Berdasarkan tabel diatas, didapati hasil deskriptif data untuk variabel *self-objectification* pada pengguna tiktok >2 jam per hari menunjukkan nilai terendah 46, nilai tertinggi 94, nilai rata-rata 71,5, dan standar deviasi 7. Berdasar pada hasil tersebut, data tersebut dapat dikategorikan pada tabel terukur berikut:

Tabel 11. Kategorisasi Norma Self-Objectification pada Pengguna TikTok > 2 Jam.

Kategorisasi	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	$48 < X$	1	1%
Rendah	$48.01 < X \leq 64$	19	11%
Sedang	$64.01 < X \leq 80$	131	79%
Tinggi	$80.01 < X \leq 96$	15	9%
Sangat Tinggi	$X \leq 120$	0	0%

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang sebanyak 131 orang. Selanjutnya diikuti oleh kategori rendah sebanyak 19 orang, kategori tinggi sebanyak 15 orang, serta kategori sangat rendah sebanyak 1 orang, sedangkan tidak terdapat responden yang berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat *self-objectification* pada pengguna TikTok lebih dari 2 jam per hari tergolong cukup tinggi, yang mengindikasikan adanya kecenderungan responden untuk memandang diri sendiri sebagai objek berdasarkan penampilan fisik.

Tabel 12. Deskriptif *Self-Objectification* pada Pengguna TikTok 1-2 Jam.

Variabel	N	Range	Min	Maks	Mean	Std. Dev
<i>Self-Objectification</i>	52	37	50	87	65.4	9.7

Berdasarkan tabel diatas, didapati hasil deskriptif data untuk variabel *self-objectification* pada pengguna tiktok 1-2 jam per hari menunjukkan nilai terendah 50, nilai tertinggi 87, nilai rata-rata 65,4, dan standar deviasi 9,7. Berdasar pada hasil tersebut, data tersebut dapat dikategorikan pada tabel terukur berikut:

Tabel 13. Kategorisasi Norma Self-Objectification pada Pengguna TikTok 1-2 Jam.

Kategorisasi	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Rendah	$48 < X$	0	0%
Rendah	$48.01 < X \leq 64$	29	56%
Sedang	$64.01 < X \leq 80$	18	35%
Tinggi	$80.01 < X \leq 96$	5	10%
Sangat Tinggi	$X \leq 120$	0	0%

Dari data yang tersaji dalam tabel, distribusi responden menunjukkan bahwa sebagian besar berada pada kategori rendah, yakni sebanyak 29 orang. Sementara itu, 18 responden masuk dalam kategori sedang, dan hanya 5 orang yang tergolong dalam kategori tinggi. Adapun untuk kategori sangat rendah dan sangat tinggi, tidak ditemukan satu pun responden yang masuk ke dalamnya. Dari pengelompokan ini dapat dilihat bahwa mayoritas pengguna TikTok dengan durasi 1-2 jam per hari memiliki tingkat *self-objectification* yang rendah, menunjukkan

kecenderungan yang lebih sehat dalam memandang diri sendiri. Kesimpulannya, pengguna TikTok dengan durasi 1-2 jam per hari memiliki tingkat *self-objectification* yang lebih rendah dibandingkan pengguna dengan durasi lebih dari 2 jam per hari, di mana kelompok yang lebih lama menggunakan TikTok cenderung berada pada kategori sedang hingga tinggi yang menunjukkan tingkat *self-objectification* yang lebih tinggi.

Hal ini sejalan dengan temuan Pan et al. (2022) yang menyatakan bahwa paparan konten *influencer* di TikTok berkaitan dengan meningkatnya *self-objectification* pada perempuan, di mana semakin sering perempuan menonton konten *influencer* di TikTok, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memandang tubuhnya sebagai objek yang dinilai secara fisik, yang pada akhirnya mendorong munculnya niat untuk mengubah penampilan diri. Lebih lanjut, Pan et al. (2022) juga menjelaskan bahwa konten yang dibuat oleh *influencer* perempuan di TikTok sebagian besar berkaitan dengan kecantikan, riasan, pakaian, dan mode, sehingga dapat memicu perempuan untuk melihat tubuhnya sendiri sebagai objek yang dinilai dari segi penampilan. Dengan demikian, semakin lama durasi penggunaan TikTok, semakin besar peluang seseorang terpapar konten semacam itu, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kecenderungan *self-objectification*.

Hasil Uji Asumsi

Uji Normalitas

Tabel 14. Uji Normalitas.

Variabel	N	Nilai Signifikansi (p)	Keterangan
<i>Self-Compassion</i> (X)	218	0.200	Normal
<i>Self-Objectification</i> (Y)	218	0.200	Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel tersebut, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel *self-compassion* (X) sebesar 0,200 dan variabel *self-objectification* (Y) juga sebesar 0,200. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas ini, maka analisis selanjutnya dapat dilanjutkan menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*.

Uji Linearitas

Tabel 15. Uji Linearitas.

Variabel	Deviation From Linearity		Keterangan
	Nilai- F	Sig.	
<i>Self-Compassion</i> (X) & <i>Self-Objectification</i> (Y)	1.340	0.082	Linear

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel tersebut, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,082. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,082 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel *self-*

compassion (X) dan *self-objectification* (Y). Dengan terpenuhinya asumsi linearitas ini, maka analisis dapat dilanjutkan menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*.

Uji Hipotesis

Uji 16. Hipotesis.

Variabel	Pearson Correlation (r)	p-value	Keterangan
<i>Self-Compassion</i> (X) & <i>Self-Objectification</i> (Y)	-0.216	0.001	Signifikan

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel tersebut, diperoleh nilai koefisien korelasi (r) antara *self-compassion* dan *self-objectification* sebesar -0,216 dengan nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,001. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), sehingga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Koefisien korelasi sebesar -0,216 menunjukkan arah hubungan yang negatif dengan kekuatan hubungan yang tergolong lemah. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima.

Hasil ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara *self-compassion* dan *self-objectification* pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi. Artinya, semakin tinggi *self-compassion* yang dimiliki, maka semakin rendah tingkat *self-objectification*. Sebaliknya, semakin rendah *self-compassion*, maka semakin tinggi kecenderungan *self-objectification*.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara *self-compassion* dan *self-objectification* pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi menggunakan analisis korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan negatif antara kedua variabel, sehingga semakin tinggi *self-compassion* maka semakin rendah *self-objectification*, dan sebaliknya. Mahasiswi yang mampu menerima diri, bersikap baik pada diri sendiri, serta tidak berlebihan dalam mengkritik diri cenderung tidak menilai dirinya hanya berdasarkan penampilan fisik.

Temuan ini sejalan dengan Objectification Theory dari Fredrickson dan Roberts (1997) yang menjelaskan bahwa perempuan cenderung memandang tubuhnya dari sudut pandang orang lain. Dalam hal ini, *self-compassion* berperan sebagai faktor protektif yang membantu individu mengurangi penilaian negatif terhadap tubuhnya (Wollast et al., 2019). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa *self-compassion* berkaitan dengan rendahnya *body surveillance*, *body shame*, dan dampak psikologis negatif lainnya (Liss & Erchull, 2015).

Namun, kekuatan hubungan kedua variabel tergolong lemah dengan nilai korelasi -0,216, sehingga *self-objectification* tidak hanya dipengaruhi oleh *self-compassion*, tetapi juga

faktor lain seperti standar kecantikan, perbandingan sosial, dan pengaruh media sosial. Meskipun sebagian besar responden memiliki *self-compassion* sedang hingga tinggi, tingkat *self-objectification* tetap berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok tidak selalu berdampak negatif karena mahasiswi juga dapat mengakses konten positif yang mendukung penerimaan diri dan kesejahteraan psikologis.

Secara umum, mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menunjukkan *self-compassion*, namun masih cenderung memantau dan mengevaluasi penampilan berdasarkan standar sosial. Semakin lama penggunaan TikTok, kecenderungan *self-objectification* juga meningkat akibat paparan konten berbasis penampilan fisik.

Keseluruhan hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-compassion* dapat menjadi faktor protektif terhadap *self-objectification*. Oleh karena itu, mahasiswi diharapkan lebih bijak dalam menggunakan media sosial dengan memilih konten yang mendukung penerimaan diri dan pengembangan diri positif agar kesejahteraan psikologis tetap terjaga.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa: a.) Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *self-compassion* dan *self-objectification* pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan melalui nilai koefisien korelasi sebesar -0,216 dengan taraf signifikansi $p < 0,05$, yang mengindikasikan bahwa mahasiswi dengan tingkat *self-compassion* yang lebih tinggi cenderung menunjukkan *self-objectification* yang lebih rendah, begitu pula sebaliknya; b.) Tingkat *self-compassion* pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi secara umum berada pada kondisi yang cukup baik, di mana sebagian besar dari mereka sudah menunjukkan kemampuan untuk bersikap baik terhadap diri sendiri, menerima kekurangan dan ketidaksempurnaan sebagai bagian yang tak terpisahkan dari pengalaman hidup manusia, serta mampu menjaga kesadaran emosional yang relatif seimbang dalam menjalani keseharian mereka; c.) Tingkat *self-objectification* pada mahasiswi pengguna TikTok di Kota Jambi secara umum masih tergolong tinggi, tercermin dari kecenderungan menilai tubuh melalui sudut pandang orang lain, kebiasaan memantau penampilan fisik, rasa malu terhadap tubuh yang tidak sesuai standar penampilan yang ada di masyarakat, serta kecenderungan yang semakin menguat seiring intensitas penggunaan TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *PILAR*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.26618/WHW41W62>
- Angelin, E. L., Fitrah, M., & Umar, R. (2025). Objektifikasi diri sebagai faktor penyebab ketidakpuasan bentuk tubuh pada mahasiswi di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Character*, 5(1), 132–138. <https://doi.org/10.56326/JPK.V5I1.5589>
- Behera, N., & Khuntia, S. (2024). Self-objectification, self-esteem, social connectedness, self-compassion, and depression: A serial mediation analysis. *Indian Journal of Psychological Science*, 19(2), [Sebutkan Halamannya].
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran media sosial dalam mempererat interaksi antar keluarga di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1–10.
- Liss, M., & Erchull, M. J. (2015). Not hating what you see: Self-compassion may protect against negative mental health variables connected to self-objectification in college women. *Body Image*, 14, 5–12. <https://doi.org/10.1016/J.BODYIM.2015.02.006>
- Maharani, R., Katrim, & Putrikiti, A. (2024). Self-compassion dan body image pada mahasiswi pengguna Instagram. *Syiah Kuala Psychology Journal*, 2(2), [Sebutkan Halamannya].
- Masturoh, I., & Anggita, T. N. (2018). Metodologi penelitian kesehatan. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- McKinley, N. M., & Hyde, J. S. (1996). The objectified body consciousness scale development and validation. *Psychology of Women Quarterly*, 20(2), 181–215. <https://doi.org/10.1111/J.1471-6402.1996.TB00467.X>
- Nasri, W. O. L., Nasri, W. O. L. A., Solihatun, S., & Syahputra, Y. (2024). Self-compassion di era digital: Eksplorasi gender, media sosial, dan akses internet. *Psychocentrum Review*, 6(1), 18–30. <https://doi.org/10.26539/pcr.612317>
- Neff, K. D. (2003). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85–101. <https://doi.org/10.1080/15298860309032>
- Neff, K. D. (2023). Self-compassion: Theory, method, research, and intervention. *Annual Review of Psychology*, 74, 193–218. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-032420>
- Nikoletti, S., & Rahadi, D. R. (2024). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap kecenderungan self-objectification pada mahasiswi di kota besar. *Jurnal Psikologi Sosial dan Klinis*, 5(1), 45–56.

- Nugraeni, A. (2024). Peran media sosial dalam pembentukan identitas sosial anak muda. *LANCAH: Jurnal Inovasi dan Tren*, 2(1), 142–147. <https://doi.org/10.35870/LJIT.V2I1.2247>
- Pan, W., Mu, Z., & Tang, Z. (2022). Social media influencer viewing and intentions to change appearance: A large scale cross-sectional survey on female social media users in China. *Frontiers in Psychology*, 13, Article 846390. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.846390>
- Seekis, V., & Kennedy, R. (2023). The impact of #beauty and #self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. *Body Image*, 45, 117–125. <https://doi.org/10.1016/J.BODYIM.2023.02.006>
- Tylka, T. L., & Kroon Van Diest, A. M. (2013). The protective role of self-compassion for women's body image and disordered eating. *Journal of Counseling Psychology*, 60(1), 137–144. <https://doi.org/10.1037/a0030214>