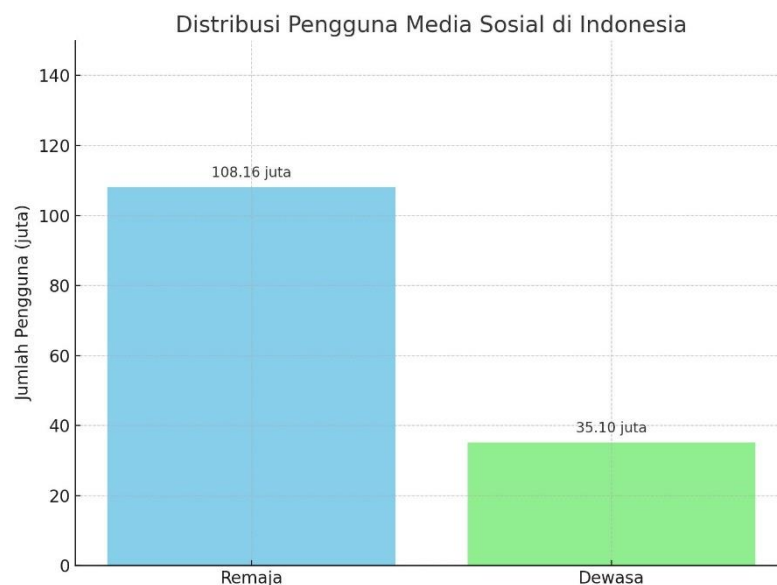


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam kehidupan masyarakat. Kehadiran internet, terutama platform media sosial, telah mengubah pola perilaku masyarakat, baik dalam aspek budaya, etika, maupun norma atau aturan sosial yang berlaku. Indonesia memiliki populasi yang besar dengan keberagaman suku, ras, agama, dan golongan, yang berpotensi memicu perubahan sosial. Hampir seluruh lapisan masyarakat di Indonesia menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi kepada publik. Meskipun media sosial dapat diakses oleh siapa saja, data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 menunjukkan fakta yang cukup mengkhawatirkan. Dari 143,26 juta pengguna media sosial di Indonesia, sekitar 108,16 juta di antaranya adalah remaja, yang mencakup 75,50% dari total populasi pengguna. Sebanyak 45% dari mereka selalu terhubung secara online, dan 90% di antaranya aktif menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, dan YouTube. Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan sosial mayoritas remaja. Berikut merupakan grafik pengguna media sosial.

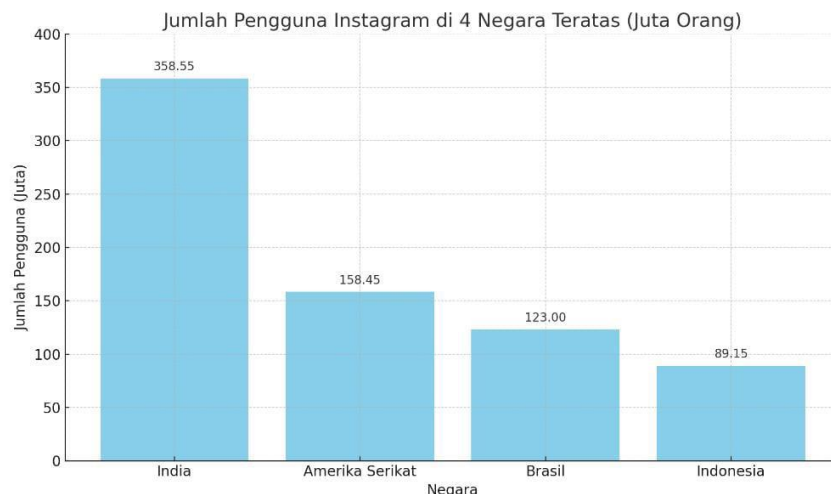


Gambar 1.1 Grafik Pengguna media sosial Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017

Grafik ini memperlihatkan bahwa mayoritas pengguna media sosial di Indonesia adalah remaja. Penggunaannya membawa berbagai perubahan dalam interaksi sosial dan dapat memengaruhi keseimbangan dalam masyarakat. Di satu sisi, perubahan sosial ini berdampak

positif karena mempermudah akses informasi dan memberikan manfaat sosial-ekonomi bagi penggunanya. Namun, di sisi lain, perubahan ini juga cenderung berdampak negatif, seperti munculnya kelompok-kelompok berbasis identitas yang mengangkat kepentingan politik atas nama suku, agama, ras, dan golongan tertentu. Selain itu, penggunaan media sosial juga dapat memicu pola perilaku yang menyimpang dari norma sosial yang berlaku (Chanra, 2024 hal 13 - 24).

Salah satu media sosial yang paling populer di kalangan remaja adalah Instagram. Aplikasi ini berfungsi sebagai platform untuk berbagi foto dan video dalam sebuah jejaring sosial., Indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia, dengan total pengguna mencapai 89,15 juta. Dapat dilihat dari grafik berikut.



Gambar 1.2 *Jumlah pengguna Instagram terbanyak didunia* (Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo 2014)

Instagram juga menjadi platform media sosial kedua yang paling sering digunakan di Indonesia, dengan persentase pengguna mencapai 86,5% dari total populasi. (Emeilia et al., 2024 hal 31 - 41). Menurut studi yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2014, sekitar 79,5% pengguna media sosial di Indonesia adalah remaja. Tingginya intensitas penggunaan ini menunjukkan antusiasme yang besar di kalangan remaja dalam mengakses dan memanfaatkan media sosial, baik untuk berkomunikasi maupun berinteraksi dengan sesama. Pada tahap akhir masa remaja, individu cenderung ingin menjadi pusat perhatian, menonjolkan diri, membangun identitas pribadi, serta berusaha mencapai kemandirian emosional (Emeilia et al., 2024 hal 31 - 41)

Remaja (*adolescere*) merupakan fase transisi dari masa kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai dengan berbagai perubahan fisik dan psikologis. Perubahan yang terjadi secara drastis ini juga memengaruhi pola pikir, sikap, perilaku, serta aspek mental dan spiritual. Metode pembelajaran yang efektif bagi remaja berbeda dari metode yang digunakan pada masa sebelumnya maupun setelahnya. Hal ini disebabkan oleh berbagai tantangan yang mereka hadapi, seperti masa peralihan, perubahan, pencarian identitas, serta kecenderungan mengalami berbagai permasalahan khas remaja. Oleh karena itu, metode pembelajaran yang paling optimal bagi remaja adalah yang menekankan aspek etika sosial serta mampu mengarahkan pengelolaan *id*, *ego*, dan *superego*. Dengan demikian, mereka dapat mengembangkan serta memperkuat hubungan antara bakat dan minat yang ada dalam diri mereka tanpa terjerumus dalam sikap negatif. Berdasarkan kategori usia, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan bahwa remaja adalah individu yang berusia antara dua belas hingga dua puluh empat tahun.(Zaini, 2018 hal 99 - 117).

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada stimulus inderawi (Jalaludin, 2011) dalam (Basir et al., 2022 hal 56 - 575). Stimulus ini dapat berasal dari respons terhadap objek, peristiwa, atau hubungan tertentu. Dalam konteks media sosial, tanggapan dan komentar dari orang lain menjadi stimulus yang dapat memengaruhi persepsi, khususnya dalam hal standar kecantikan bagi wanita. Meskipun banyak yang berpendapat bahwa kecantikan bersifat relatif, masih ada pandangan yang berpegang pada standar kecantikan tertentu, seperti kulit putih langsung, wajah yang proporsional sesuai *Golden Ratio*, serta tubuh tinggi dan ramping. Standar ini sering dijadikan acuan, meskipun setiap individu memiliki persepsi dianggap ideal dapat memicu perasaan tidak puas terhadap penampilan. Saat ini, penampilan fisik menjadi aspek yang semakin diperhatikan, terutama di kalangan remaja. Citra tubuh, atau *body image*, merupakan penilaian subjektif seseorang terhadap tubuhnya sendiri, yang bisa berupa rasa puas maupun ketidakpuasan terhadap bentuk dan kondisi fisiknya(Basir et al., 2022 hal 56 - 575).

Body image juga mencerminkan bagaimana seseorang memandang tampilan fisiknya secara keseluruhan. Ketidaksesuaian antara bentuk tubuh yang dipersepsikan dengan standar tubuh ideal yang berkembang di masyarakat dapat menyebabkan perasaan tidak puas dan berpengaruh terhadap kepercayaan diri remaja. Ketidakpuasan terhadap tubuh dapat muncul ketika remaja merasa bentuk tubuh mereka tidak sesuai dengan standar yang dianggap ideal. Mayoritas remaja yang cenderung lebih sering menilai tubuhnya adalah remaja perempuan,

terutama dari golongan sosial-ekonomi menengah ke atas. Kelompok ini umumnya lebih memperhatikan berat badan dan bentuk tubuh dibandingkan aspek fisik lainnya. Remaja perempuan juga lebih rentan mengalami gangguan makan dibandingkan remaja laki-laki. Dalam persepsi masyarakat, daya tarik fisik perempuan sering kali lebih dikaitkan dengan bentuk tubuh dan berat badan daripada karakteristik fisik lainnya, seperti wajah atau rambut. Hal ini membuat standar kecantikan yang ada semakin memengaruhi kepercayaan diri dan kesehatan mental remaja perempuan. (Nasution et al., 2024 hal 31 - 38).

Sudah menjadi suatu pandangan umum bahwa kecantikan pada wanita dan ketampanan pada pria sering kali dihubungkan dengan tubuh yang kurus, langsing, dan tinggi. Stigma ini terus berkembang dan menciptakan anggapan bahwa seseorang yang memiliki tubuh gemuk dianggap kurang menarik atau tidak cantik. Tidak hanya itu, ada pula anggapan bahwa orang yang bertubuh gemuk sulit mendapatkan pekerjaan dan lebih mudah terserang penyakit. Namun, sebenarnya tubuh gemuk bukanlah penghalang untuk menjadi cantik atau tampan. Dengan menerima dan menghargai tubuh kita apa adanya, kita bisa lebih bersyukur dan menyadari potensi diri yang kita miliki. Saat ini, banyak orang dengan tubuh gemuk yang menemukan kembali rasa percaya diri mereka, terutama melalui platform seperti Instagram. Hal ini telah membawa perubahan positif, mengubah pandangan tentang kecantikan dan meningkatkan penerimaan diri di kalangan mereka yang memiliki tubuh gemuk. Di Instagram, banyak orang dengan tubuh gemuk merasa lebih bebas untuk mengekspresikan diri dan menunjukkan potensi mereka tanpa harus khawatir dengan stigma sosial yang ada di dunia nyata. Namun, meskipun platform ini menawarkan ruang untuk memperlihatkan kepercayaan diri, masih ada perlakuan berbeda yang sering dialami oleh orang-orang bertubuh gemuk, salah satunya adalah dalam bentuk panggilan atau julukan. Sering kali, orang-orang dengan tubuh gemuk disebut dengan sebutan-sebutan seperti "ndut," "brot," "dugong," dan sebagainya. Meskipun awalnya mungkin hanya dianggap sebagai candaan, seiring berjalannya waktu, sebutan-sebutan tersebut mulai dianggap sebagai hal yang biasa dan lumrah untuk (Irawati & Supratman, 2019 hal 4875 - 4880).

Media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan remaja saat ini, dengan peran besar dalam membentuk persepsi diri dan citra tubuh mereka. Representasi tubuh ideal yang sering ditampilkan di media sosial dapat sangat memengaruhi cara remaja melihat diri mereka sendiri dan orang lain. Konten-konten seperti foto dan video yang beredar sering kali menampilkan standar kecantikan dan tubuh ideal yang tidak realistis, yang dapat berdampak negatif pada kesehatan mental dan citra tubuh remaja. Di usia yang identik dengan pencarian identitas diri ini, pengaruh media sosial terhadap remaja sangat signifikan, karena

mereka cenderung terpengaruh oleh apa yang mereka lihat sebagai 'standar' kecantikan. Remaja seringkali melakukan eksplorasi untuk menemukan identitas diri yang sesuai dengan keinginan mereka. Media sosial memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk bereksperimen dengan berbagai cara dalam menampilkan diri. Dalam hal ini, mereka dapat memilih bagaimana cara mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain, yang memungkinkan hadirnya berbagai presentasi diri yang berbeda. Namun, dengan berkembangnya media sosial dan teknologi, standar kecantikan serta bentuk tubuh ideal yang ditampilkan di platform ini semakin memojokkan posisi perempuan. Fakta bahwa mayoritas pengguna media sosial adalah perempuan semakin memperkuat tekanan tersebut. Media sosial memberikan kebebasan kepada penggunanya untuk memposting apa pun berdasarkan keinginan mereka, yang menjadikan platform ini sebagai wadah untuk mengekspresikan dan mengaktualisasikan diri. Namun, penampilan yang diposting di media sosial sering kali mendapatkan penilaian dari orang lain, baik berupa pujian, sindiran, atau bahkan hujatan, yang bisa memengaruhi persepsi diri dan kesehatan mental individu, terutama perempuan. (Anjani Nurdin et al., 2024 hal 366 - 372)

Pandangan masyarakat tentang konsep tubuh ideal atau stereotip ini pun tidak akan terlepas dari ekspos media. Media menggambarkan standar kecantikan dengan tubuh yang ideal dengan cara pandang yang provokatif dengan cara konstan mendeskripsikan konsep kecantikan yang ideal (Anjani Nurdin et al., 2024 hal 366 - 372). Remaja yang tidak memenuhi standar kecantikan tubuh ideal yang sering dipromosikan oleh media sosial berisiko menjadi sasaran bullying online. Mereka dapat dibuli, dilecehkan, atau dikritik secara tidak adil hanya berdasarkan penampilan fisik mereka, yang dapat merusak citra diri dan kepercayaan diri mereka secara signifikan. Pengaruh standar tubuh ideal yang ditetapkan oleh media sosial tidak hanya memengaruhi bagaimana remaja memandang diri mereka sendiri, tetapi juga meningkatkan risiko mereka menjadi korban cyberbullying di dunia maya. Oleh karena itu, penting untuk memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara standar kecantikan tubuh ideal di media sosial dan fenomena cyberbullying. Hal ini akan membantu dalam mengembangkan strategi perlindungan dan pencegahan yang efektif untuk melindungi remaja dalam lingkungan digital yang semakin berkembang (Anjani Nurdin et al., 2024 hal 366 - 372)

Media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan remaja dan dewasa muda, khususnya Instagram yang berbasis visual. Instagram memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan mengonsumsi konten dalam bentuk foto dan video, yang kerap kali menampilkan standar kecantikan dan bentuk tubuh tertentu. Dalam praktiknya, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga ruang konstruksi identitas, termasuk identitas tubuh.

Representasi tubuh ideal yang ditampilkan oleh selebriti, influencer, maupun sesama pengguna dapat membentuk persepsi remaja terhadap tubuh mereka sendiri. Remaja, terutama dalam rentang usia mahasiswa, berada pada fase perkembangan yang rentan terhadap pengaruh eksternal, termasuk media. Pada tahap ini, individu sedang membentuk citra diri, dan media sosial sering menjadi cermin dalam membandingkan diri dengan orang lain. Standar tubuh ideal yang ditampilkan di Instagram seperti tubuh langsing, berotot, berkulit cerah, atau penampilan yang "*instagramable*" sering kali tidak mencerminkan keberagaman bentuk tubuh di dunia nyata, namun justru menjadi tolok ukur estetika yang tidak realistis. Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura merupakan kelompok yang menarik untuk diteliti karena beberapa alasan. Pertama, mereka berada pada usia remaja akhir hingga dewasa muda, yang sangat aktif menggunakan media sosial. Kedua, sebagai mahasiswa dengan latar belakang keilmuan sosial dan budaya, mereka memiliki kecenderungan untuk lebih peka terhadap isu representasi dan konstruksi sosial yang muncul di media. Pemilihan informan dalam penelitian ini didasarkan pada hasil observasi dan wawancara informal awal yang dilakukan di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Dari observasi yang dilakukan, terlihat bahwa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura (FISIB UTM) memiliki total 2.792 mahasiswa aktif. Dari jumlah tersebut, sebanyak 2.362 mahasiswa tergolong dalam kategori remaja berusia 19 hingga 23 tahun dan berada pada jenjang semester 1 hingga 8 dilihat dari table tersebut menunjukkan :

Kategori	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)	Keterangan
Total Mahasiswa Aktif	2.792	100%	Seluruh mahasiswa aktif di FISIB UTM
Mahasiswa Usia 19–23 Tahun (semester 1-8)	2.362	± 84.6%	Mahasiswa yang termasuk usia remaja akhir hingga dewasa awal

Tabel.1.1 Mahasiswa Aktif FISIB UTM

Keterangan:

- Persentase 84.6% diperoleh dari $(2.362 \div 2.792) \times 100$
- Mahasiswa usia 19–23 tahun dianggap sebagai bagian dari masa remaja akhir dan dewasa awal, penting dalam kajian psikososial dan pendidikan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa FISIB UTM berada dalam fase perkembangan remaja akhir menuju dewasa awal, yakni masa yang sangat krusial dalam

pembentukan identitas diri, penguatan karakter, serta peningkatan kesadaran sosial dan intelektual. Hal ini menjadi landasan penting dalam memahami kebutuhan, potensi, dan tantangan yang dihadapi mahasiswa dalam lingkungan akademik maupun kehidupan sosial mereka. Mahasiswa FISIB aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, serta cenderung mengikuti tren visual yang menonjolkan aspek penampilan fisik persentase pengguna media sosial Instagram di FISIB UTM sebagai berikut:

Kategori Penggunaan Instagram	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
Aktif Menggunakan Instagram	2.062	87,29%
Tidak Aktif Menggunakan Instagram	300	12,71%
Total	2.362	100%

Tabel 1.2 *Penggunaan Instagram oleh Mahasiswa FISIB (Usia 19–23 Tahun)*

Berdasarkan data yang diperoleh dari total 2.362 mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya (FISIB) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang berusia antara 19 hingga 23 tahun, diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa merupakan pengguna aktif media sosial Instagram. Sebanyak 2.062 mahasiswa (87,29%) teridentifikasi aktif menggunakan Instagram, yang menunjukkan bahwa platform ini masih menjadi salah satu media sosial paling populer di kalangan mahasiswa FISIB UTM dalam rentang usia tersebut. Sementara itu, terdapat 300 mahasiswa (12,71%) yang tercatat tidak aktif menggunakan Instagram. Wawancara informal dengan beberapa mahasiswa menunjukkan bahwa sebagian dari mereka mengaku pernah merasa tertekan atau tidak percaya diri setelah melihat unggahan tentang tubuh ideal di media sosial dilihat dari persentase nya dari data tersebut :

Kategori Persepsi	Jumlah Mahasiswa	Persentase (%)
Merasa Tertekan karena Standar Tubuh di Instagram	1.353	57,28%
Tidak Merasa Tertekan	1.009	42,72%
Total	2.362	100%

Tabel 1.3 *Tabel Persepsi Mahasiswa terhadap Standar Tubuh di Instagram*

Berdasarkan data dari 2.362 mahasiswa, diperoleh bahwa 1.353 mahasiswa (57,28%) merasa tertekan dengan adanya standar tubuh yang ditampilkan di Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh mahasiswa mengalami tekanan psikologis akibat eksistensi standar kecantikan atau bentuk tubuh ideal yang sering muncul di platform tersebut.

Sementara itu, sebanyak 1.009 mahasiswa (42,71%) menyatakan tidak merasa tertekan oleh hal tersebut. Hal ini mengindikasikan adanya kelompok mahasiswa yang lebih resilien atau tidak terlalu terpengaruh oleh konstruksi visual yang muncul di media sosial. Temuan ini penting untuk menjadi perhatian, terutama dalam konteks kesehatan mental mahasiswa serta dampak media sosial terhadap citra diri dan kepercayaan diri. Beberapa informan juga menyatakan adanya dorongan untuk tampil "sempurna" agar diterima secara sosial dalam lingkungan digital mereka. Temuan awal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FISIB merupakan kelompok yang relevan untuk dijadikan informan karena mereka mengalami langsung dampak representasi tubuh ideal di media sosial, serta mampu mengartikulasikan pandangannya secara reflektif karena latar belakang studi sosial dan budaya yang mereka miliki. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan penting: bagaimana persepsi remaja, khususnya mahasiswa FISIB Universitas Trunojoyo Madura, terhadap representasi tubuh ideal yang mereka temui di Instagram? Apakah mereka menerima begitu saja standar tersebut, menginternalisasinya, atau justru melakukan resistensi terhadapnya?

Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana remaja memaknai dan merespons representasi tubuh ideal di Instagram. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali faktor-faktor yang memengaruhi persepsi remaja terhadap citra tubuh, serta dampak yang ditimbulkan oleh konten yang mereka konsumsi. Diharapkan, temuan dari penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi orang tua, pendidik, dan pembuat kebijakan dalam memahami tantangan yang dihadapi remaja di era digital. Perkembangan media sosial, khususnya Instagram, telah membawa perubahan besar dalam cara individu, terutama remaja, memandang diri mereka sendiri dan orang lain. Instagram sebagai platform berbasis visual memungkinkan pengguna membagikan foto dan video yang sering kali menampilkan estetika tertentu, termasuk gambaran tentang tubuh ideal. Konten-konten yang beredar di Instagram, baik dari selebritas, influencer, maupun pengguna biasa, kerap memperlihatkan standar tubuh yang dianggap ideal: kurus, berotot, tinggi, berkulit cerah, dan tanpa cela. Remaja merupakan kelompok yang sangat aktif menggunakan Instagram dan berada dalam fase pencarian jati diri. Pada tahap ini, mereka sangat mudah dipengaruhi oleh lingkungan sosial, termasuk media digital. Paparan terhadap representasi tubuh ideal secara terus-menerus dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap tubuh yang sehat dan menarik. Hal ini bisa berdampak pada citra tubuh (*body image*), kepercayaan diri, hingga kesehatan mental mereka.

Fenomena ini penting untuk diteliti agar dapat memahami bagaimana remaja menafsirkan dan merespons representasi tubuh ideal yang mereka lihat di Instagram. Dengan demikian,

penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literasi media, serta mendorong kesadaran akan pentingnya penerimaan terhadap keragaman bentuk tubuh. Dengan memahami persepsi remaja terhadap representasi tubuh ideal dalam media sosial, diharapkan dapat ditemukan langkah-langkah yang dapat diambil untuk mendorong citra tubuh yang lebih positif dan sehat di kalangan remaja.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Persepsi remaja terhadap representasi tubuh ideal dalam media sosial *Instagram* (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan tersebut yang ingin dicapai dari penelitian ini ialah merujuk pada rumusan masalah penelitian yang telah disusun, maka tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Persepsi remaja terhadap representasi tubuh ideal dalam media sosial *Instagram* (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura).

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah studi media, persepsi, dan representasi tubuh.
2. Menjadi referensi tambahan dalam penerapan teori kekuasaan dan disiplin dari Michel Foucault dalam konteks media sosial dan identitas tubuh remaja.
3. Memberikan pemahaman konseptual terkait hubungan antara media sosial (*Instagram*) dan konstruksi sosial atas tubuh ideal di kalangan remaja.

b. Manfaat Praktis

1. **Bagi Remaja (Mahasiswa):** Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang bagaimana media sosial, khususnya *Instagram*, membentuk persepsi tubuh dan standar kecantikan/tubuh ideal, serta dampaknya terhadap rasa percaya diri dan citra tubuh mereka.
2. **Bagi Orang Tua dan Pendidik:** Memberikan wawasan agar lebih memahami tekanan sosial dan psikologis yang dialami remaja dalam membentuk citra diri.

akibat paparan media sosial, sehingga dapat memberikan pendampingan yang lebih tepat.

3. **Bagi Institusi Pendidikan:** Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam merancang program literasi media di lingkungan kampus yang membahas tentang representasi media dan dampaknya terhadap identitas serta kesehatan mental mahasiswa.
4. **Bagi Komunitas atau Pemerhati Kesehatan Mental:** Memberikan data dan sudut pandang baru tentang bagaimana peran media sosial dapat mempengaruhi kesehatan mental remaja, khususnya terkait body image.
5. **Bagi Peneliti Selanjutnya:** Menjadi sumber informasi dan inspirasi untuk pengembangan penelitian lanjutan terkait media sosial, tubuh ideal, citra diri, dan kesehatan mental dengan pendekatan atau teori yang berbeda.