

Literasi Digital Media Sosial TikTok Anggota Putik Perempuan Indonesia: Tinjauan Sosial dan Psikologis

Suyadi, M.Sn

Affiliation IMDE produksi Entertainmen, suyadi.ssn@gmail.com

Abstract: *This study aims to examine the influence of TikTok media literacy on the social and psychological aspects of early adult women who are members of the Putik Perempuan Indonesia community in Tasikmalaya. Media literacy is measured through three dimensions: technical skills in using the application, understanding of content, and critical awareness of media impact. Social aspects include social engagement, interpersonal interaction, and social pressure due to digital presence. Psychological aspects include self-concept, social anxiety, and levels of social comparison. This quantitative research uses a survey method with 35 participants as both sample and population. Data were analyzed using multiple linear regression.*

The results show that TikTok media literacy significantly and positively affects both social ($R^2 = 0.659$) and psychological ($R^2 = 0.680$) aspects. Critical awareness emerged as the most influential dimension. These findings align with early adulthood theories, which emphasize high engagement with popular culture and social media as part of identity formation. The study concludes that strong media literacy enhances social and psychological resilience among early adult women. It recommends community-based literacy education focused on critical thinking and positive self-perception.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi media TikTok terhadap aspek sosial dan psikologis perempuan dewasa awal yang tergabung dalam komunitas Putik Perempuan Indonesia di Tasikmalaya. Literasi media diukur melalui tiga dimensi, yaitu kemampuan teknis menggunakan aplikasi, pemahaman terhadap isi konten, dan kesadaran kritis terhadap dampak media. Aspek sosial meliputi keterlibatan sosial, interaksi interpersonal, dan tekanan sosial akibat eksistensi di media sosial. Sementara itu, aspek psikologis mencakup persepsi diri, kecemasan sosial, dan tingkat komparasi sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, melibatkan seluruh anggota komunitas sebanyak 35 orang sebagai sampel sekaligus populasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi media TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap aspek sosial ($R^2 = 0,659$) dan aspek psikologis ($R^2 = 0,680$) responden. Dimensi kesadaran kritis memiliki pengaruh paling dominan terhadap kedua aspek tersebut. Temuan ini memperkuat teori perkembangan dewasa awal yang menyebutkan bahwa individu dalam rentang usia 20–30 tahun memiliki kecenderungan tinggi terhadap budaya populer dan media digital sebagai bagian dari proses pencarian identitas sosial dan personal.

Kata kunci: literasi media, TikTok, perempuan dewasa awal, aspek sosial, aspek psikologis

1. Pendahuluan

Dalam dekade terakhir, transformasi digital telah melahirkan berbagai platform media sosial yang mengubah cara individu berinteraksi, berkreasi, dan mengonstruksi identitas diri.

Salah satu platform yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok, aplikasi berbasis video pendek yang tidak hanya menjadi wadah hiburan, tetapi juga menjadi ruang komunikasi, ekspresi dare, dan bahkan edukasi. Menurut laporan DataReportal (2024), TikTok memiliki lebih dari 1,5 miliar pengguna aktif bulanan di seluruh dunia, dengan Indonesia menempati peringkat keempat pengguna terbanyak, yaitu sekitar 126 juta pengguna (Kemp, 2024).

Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya populer di kalangan remaja, tetapi juga menjangkau perempuan dewasa awal—kelompok usia antara 20 hingga 30 tahun—yang berada dalam masa transisi penting menuju kemandirian ekonomi, sosial, dan emosional. Menurut Erikson (1968), tahap dewasa awal merupakan masa pencarian jati diri dalam hubungan sosial dan peran publik. TikTok, sebagai media yang sarat konten visual dan tren viral, berpotensi memengaruhi pembentukan identitas, persepsi diri, serta gaya hidup para perempuan di rentang usia ini.

Dalam konteks sosial di Indonesia, muncul berbagai fenomena menarik, seperti meningkatnya tren beauty influencer, challenge bertema kebugaran, hingga konten bertema “self-love” dan pemberdayaan perempuan yang masif diakses oleh pengguna perempuan dewasa awal. Namun, di sisi lain, muncul pula kekhawatiran akan efek negatif seperti body dissatisfaction, standar kecantikan tidak realistis, serta kecenderungan komparasi sosial yang berlebihan. Penelitian oleh Fitriyah dan Rahmawati (2022) menunjukkan bahwa penggunaan TikTok secara intensif berkorelasi dengan peningkatan kecemasan sosial dan menurunnya self-esteem pada perempuan usia 20–25 tahun.

Data dari We Are Social (2024) menyebutkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh perempuan (sekitar 56%), dengan durasi penggunaan rata-rata harian mencapai 113 menit per hari. Angka ini lebih tinggi dibandingkan rata-rata global dan menunjukkan bahwa TikTok menjadi bagian signifikan dalam kehidupan sehari-hari pengguna perempuan. Dengan intensitas tersebut, penting untuk meneliti lebih dalam bagaimana platform ini memengaruhi aspek psikososial perempuan dewasa awal, baik dalam ranah positif maupun negatif.

Berangkat dari fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh penggunaan TikTok terhadap kondisi psikososial perempuan dewasa awal, dengan pendekatan kuantitatif deskriptif maupun kualitatif fenomenologis. Penelitian ini diharapkan

dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literasi digital yang kritis dan responsif terhadap dinamika perempuan muda di era digital.

2. Kajian Teori

2.1. Literasi Digital

Literasi digital merupakan kompetensi esensial yang dibutuhkan individu untuk dapat beradaptasi dan berpartisipasi secara aktif dalam masyarakat berbasis teknologi informasi. Konsep ini mencakup kemampuan dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, serta memproduksi informasi melalui media digital secara bijak dan bertanggung jawab.

Menurut Gilster (1997), literasi digital tidak semata-mata berarti mampu mengoperasikan perangkat elektronik, melainkan mencakup kecakapan berpikir kritis terhadap informasi yang dikonsumsi secara daring, termasuk bagaimana cara memilah konten yang kredibel, mengenali misinformasi, dan menjaga etika dalam berinteraksi digital. Dengan demikian, literasi digital menuntut pengguna untuk tidak hanya menjadi konsumen pasif informasi, tetapi juga produsen konten yang sadar akan dampak sosial dari tindakannya.

Sementara itu, UNESCO mendefinisikan literasi digital sebagai keterampilan yang mengintegrasikan pemahaman teknologi, informasi, dan media dalam konteks sosial dan budaya². Pendekatan ini menekankan bahwa literasi digital bukan hanya urusan teknis, melainkan juga mencakup dimensi kognitif, afektif, dan etik. Dalam praktiknya, hal ini terlihat pada kemampuan seseorang dalam berpartisipasi secara aman, inklusif, dan produktif di ruang digital.

Dalam konteks perkembangan media sosial, menurut Livingstone, S. (2008) literasi digital menjadi instrumen penting yang memungkinkan pengguna untuk menyaring arus konten yang masif dan sering kali bersifat sugestif atau manipulatif. Konten viral yang tampak menghibur tidak jarang menyisipkan nilai-nilai yang memengaruhi cara pandang terhadap diri dan dunia sosial. Maka, kemampuan literasi digital diperlukan untuk membangun kesadaran kritis terhadap narasi dominan yang beredar di platform digital.

Lebih jauh, Buckingham (2007) menyebut bahwa literasi digital juga berkaitan dengan pembentukan identitas dan partisipasi dalam masyarakat digital. Ia menekankan pentingnya

pendidikan media yang melatih individu untuk membaca, menulis, dan berpikir secara reflektif dalam dunia yang penuh dengan simbol visual dan algoritma.

2.2. Media Sosial TikTok

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang mengalami pertumbuhan paling pesat secara global dalam beberapa tahun terakhir. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan video berdurasi 15 hingga 180 detik dengan berbagai filter, musik latar, dan efek visual. Sejak diluncurkan oleh perusahaan teknologi ByteDance pada tahun 2016, TikTok telah menjadi fenomena digital yang menjangkau berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial (Kaye, Chen, & Zeng, 2021).

Karakteristik unik TikTok terletak pada algoritmanya yang berbasis sistem rekomendasi canggih. Fitur “For You Page (FYP)” menyuguhkan konten yang dipersonalisasi secara real-time, berdasarkan perilaku pengguna, seperti durasi menonton, interaksi (like, komen, share), dan jenis konten yang sering diakses. Hal ini menyebabkan pengguna cenderung terpapar pada arus konten yang sesuai dengan preferensi mereka, menciptakan pengalaman yang adaptif dan sangat personal (Anderson, 2020).

Secara sosiologis, TikTok juga dianggap sebagai ruang performatif, tempat pengguna menampilkan identitas, kreativitas, dan afiliasi sosialnya melalui konten visual. Menurut Abidin (2021), TikTok membentuk ekosistem budaya digital yang memungkinkan pembentukan komunitas berbasis tren dan tantangan (challenge), serta memperkuat fenomena "micro-celebrity" atau selebritas dadakan yang muncul dari viralitas konten. Ini menjadikan TikTok bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medium pembentukan makna sosial.

Dalam kajian psikologi media, penggunaan TikTok juga dikaitkan dengan pengaruh terhadap kesehatan mental, persepsi diri, dan relasi sosial, terutama di kalangan pengguna muda. Beberapa studi menunjukkan bahwa keterlibatan intensif dengan TikTok dapat berdampak positif dalam hal ekspresi diri dan kreativitas, tetapi juga berisiko menimbulkan kecemasan sosial, body image issues, dan kecenderungan komparasi sosial (Omar & Dequan, 2020). Oleh karena itu, TikTok dapat dipahami sebagai platform dengan pengaruh dua sisi, tergantung pada konteks penggunaan dan tingkat literasi digital penggunanya.

2.3. Dewasa Awal

Tahapan dewasa awal, atau *early adulthood*, merujuk pada fase perkembangan manusia yang berlangsung kurang lebih antara usia 20 hingga awal 30-an tahun. Pada masa ini, individu umumnya mulai memasuki fase transisi dari ketergantungan menuju kemandirian penuh, baik secara sosial, ekonomi, maupun emosional (Santrock, 2019). Masa dewasa awal menjadi periode krusial dalam pembentukan identitas personal dan peran sosial, termasuk dalam hal memilih pasangan hidup, merintis karier, serta membentuk sistem nilai dan gaya hidup yang lebih stabil.

Secara psikososial, Erikson (1968) menyebut tahap ini sebagai masa “*intimacy vs. isolation*”, di mana individu dihadapkan pada tantangan untuk membentuk hubungan interpersonal yang intim dan bermakna. Ketidakmampuan membangun kedekatan emosional yang sehat dalam fase ini dapat berujung pada perasaan kesepian dan keterasingan. Dengan kata lain, keberhasilan individu dalam tahap ini akan membentuk dasar yang kuat untuk kehidupan sosial dan emosional jangka panjang.

Dalam ranah kognitif, dewasa awal juga ditandai dengan munculnya pemikiran yang lebih fleksibel, kompleks, dan reflektif. Teori perkembangan kognitif postformal menyatakan bahwa individu pada masa ini mulai mampu mempertimbangkan berbagai sudut pandang, menyadari ambiguitas, dan mengambil keputusan berdasarkan pengalaman hidup nyata (Papalia et al., 2021). Oleh karena itu, masa dewasa awal tidak hanya berkutat pada kematangan biologis, tetapi juga menyangkut perkembangan intelektual yang lebih adaptif terhadap dinamika sosial.

Di era digital seperti sekarang, karakteristik khas dewasa awal juga terlihat dari bagaimana kelompok usia ini terlibat aktif dalam penggunaan teknologi dan media sosial. Studi yang dilakukan oleh Arnett (2015) menunjukkan bahwa generasi muda dewasa saat ini lebih terbuka terhadap perubahan, eksploratif dalam gaya hidup, dan sangat terhubung dengan dunia maya, yang menjadi bagian penting dari pembentukan identitas dan relasi sosial mereka.

2.4. Psikologi Sosial Perempuan Dewasa Awal

Perempuan dewasa awal merupakan kelompok usia yang berada dalam masa transisi penting, baik secara psikologis maupun sosial. Dalam rentang usia sekitar 20 hingga awal 30-an tahun, perempuan mulai menjalani berbagai peran sosial yang lebih kompleks, seperti sebagai individu mandiri, pekerja profesional, pasangan hidup, maupun calon ibu (Santrock,

2019). Peran ganda yang dijalani sering kali menuntut adaptasi emosional dan sosial yang tidak sedikit.

Dari perspektif psikologi sosial, perempuan dewasa awal berada dalam posisi yang sangat dipengaruhi oleh dinamika lingkungan sosialnya, termasuk norma gender, tekanan peran sosial, serta ekspektasi budaya mengenai “perempuan ideal.” Teori konstruksi sosial terhadap gender menyatakan bahwa identitas perempuan tidak hanya terbentuk secara internal, tetapi juga dikonstruksi melalui interaksi sosial dan ekspektasi masyarakat (Eagly & Wood, 2012). Hal ini menjadikan pengalaman perempuan dalam fase dewasa awal sangat dipengaruhi oleh konteks sosial tempat mereka hidup.

Salah satu isu penting dalam psikologi sosial perempuan dewasa awal adalah persoalan komparasi sosial atau kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain, terutama dalam aspek fisik, pencapaian, atau relasi. Festinger (1954) dalam teorinya menyebutkan bahwa manusia secara alami melakukan perbandingan sosial untuk mengevaluasi diri mereka. Pada perempuan dewasa awal, proses ini bisa menjadi sumber motivasi, namun juga berisiko menimbulkan kecemasan, rendah diri, atau krisis identitas, terutama di era media sosial yang sangat visual dan kompetitif.

Selain itu, teori self-presentation yang dikemukakan oleh Goffman (1959) juga relevan dalam menjelaskan perilaku perempuan dewasa awal. Dalam kehidupan sehari-hari, mereka membangun citra diri berdasarkan apa yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Media digital, termasuk platform seperti TikTok dan Instagram, menyediakan panggung sosial yang memperbesar tekanan untuk tampil menarik, sukses, dan bahagia. Tekanan ini dapat memengaruhi kesehatan mental, termasuk meningkatnya risiko kecemasan sosial dan depresi ringan (Choukas-Bradley et al., 2020).

Namun demikian, perempuan dewasa awal juga memiliki potensi besar untuk membentuk identitas yang kuat dan positif melalui dukungan sosial, pendidikan yang memadai, serta pemahaman diri yang berkembang. Kematangan sosial yang dicapai pada tahap ini menjadi fondasi penting dalam membangun relasi interpersonal yang sehat dan berkontribusi pada masyarakat secara lebih luas (Papalia et al., 2021).

2.5. Putik Perempuan Indonesia

Komunitas Putik Perempuan Indonesia adalah kelompok gerakan sosial yang dibentuk oleh perempuan-perempuan di Tasikmalaya Raya (Kota dan Kabupaten Tasikmalaya) yang memiliki kepedulian terhadap isu-isu sosial, lingkungan, dan pemberdayaan perempuan. Anggota komunitas ini berasal dari berbagai latar belakang, termasuk pengusaha, guru, pegiat UMKM, aktivis perempuan, dan mahasiswa pergerakan. Komunitas Putik lahir dari semangat kolektif perempuan Tasikmalaya untuk menciptakan ruang aman dan suportif bagi perempuan agar dapat berdaya secara sosial, ekonomi, pendidikan, dan politik.

Hingga saat ini, komunitas ini sudah menggelar beberapa program diantaranya program rutin bulanan “Women Speak Up”, Advokasi Lingkungan, dan Kampanye Sosial yang berhubungan dengan isu perempuan.

3. Metode Penelitian

3.1. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Desain penelitian yang digunakan adalah eksplanatori untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel literasi media TikTok terhadap aspek sosial dan psikologis perempuan dewasa awal anggota Putik Perempuan Indonesia. Desain ini digunakan untuk mengetahui hubungan kausal antara variabel bebas dan variabel terikat dalam konteks sosial yang spesifik.

3.2. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Penelitian ini melibatkan dua jenis variabel, yaitu:

- Variabel Independen (X): Literasi Media TikTok

Variabel ini diukur melalui tiga dimensi: kemampuan teknis menggunakan aplikasi TikTok, pemahaman terhadap isi (konten), dan kesadaran kritis terhadap dampak media sosial. Instrumen pengukuran menggunakan skala Likert 1–5 dengan indikator yang diadaptasi dari model literasi digital oleh UNESCO (2018).

- Variabel Dependen (Y): Dampak Sosial (Y₁) dan Psikologis (Y₂)
Variabel ini dibagi menjadi dua subvariabel:
 - Aspek Sosial: diukur melalui indikator seperti keterlibatan sosial, interaksi interpersonal, dan tekanan sosial akibat eksistensi di media sosial.

- Aspek Psikologis: mencakup persepsi diri (self-concept), kecemasan sosial, dan tingkat komparasi sosial.
- Pengukuran menggunakan skala psikometrik berbasis Likert, dengan referensi dari instrumen Social Media Disorder Scale (van den Eijnden et al., 2016) dan alat ukur dari Festinger (1954) mengenai komparasi sosial.

3.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota Komunitas Putik Perempuan Indonesia di Tasikmalaya yang berusia 20 tahun ke atas, yang berjumlah 35 orang. Karena jumlah populasi relatif kecil dan dapat dijangkau seluruhnya, penelitian ini menggunakan teknik total sampling atau sensus, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel.

3.4. Jenis Data dan Cara Perolehan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun secara tertutup dan menggunakan skala Likert 1–5 (sangat tidak setuju hingga sangat setuju). Untuk memperkuat temuan, juga dilakukan wawancara terbuka terbatas dengan beberapa anggota komunitas secara purposif sebagai data kualitatif pendukung.

3.5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial, yaitu:

- Uji Validitas dan Reliabilitas untuk menguji kelayakan instrumen.
- Uji Regresi Linier Berganda, untuk mengukur pengaruh variabel literasi media terhadap aspek sosial dan psikologis.

$$Y_1 = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$$

$$Y_2 = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + e$$

- Uji Signifikansi (Uji-t) dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh secara statistik.

- Pengolahan data dilakukan menggunakan program statistik SPSS versi terbaru.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data responden, dimana sampel sama dengan populasi, yaitu anggota Putik Perempuan Indonesia, dengan karakteristik berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| No | Rentang Usia | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|--------------|----------------|----------------|----------------|
| 1 | 20 – <25 tahun | 17 | 48,57% |
| 2 | 25 – 30 tahun | 18 | 51,43% |
| Total | | 35 | 100% |

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No | Pekerjaan | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|--------------|------------------|----------------|----------------|
| 1 | Mahasiswa | 20 | 57,14% |
| 2 | Ibu Rumah Tangga | 5 | 14,29% |
| 3 | Karyawan Swasta | 7 | 20,00% |
| 4 | ASN | 2 | 5,71% |
| Total | | 35 | 100% |

Berdasarkan usia (Table 1), dari 35 orang sampel, 17 orang (48,67%) berusia 20 hingga 25 tahun, 18 orang (51,43%) berusia di atas 25 hingga 30 tahun. Berdasarkan pekerjaan (Tabel 2), terdapat empat jenis pekerjaan anggota Putik Perempuan Indonesia, yaitu Mahasiswa berjumlah 20 orang (57,14%), Ibu Rumah Tangga berjumlah 5 orang (14,29 %), Karyawan Swasta berjumlah 7 orang (20,00%), Aparatur Sipil Negara (ASN) berjumlah 2 orang (5,71%).

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada sampel, diperoleh persamaan:

Tabel 3. Hasil Regresi Linear Berganda

| Variabel Independen | Koefisien Regresi (B) | Std. Error | t Hitung | Sig. (p-value) |
|---------------------------------------|-----------------------|------------|----------|----------------|
| (Konstanta) | 5.210 | 1.234 | 4.22 | 0.000 |
| X ₁ – Kemampuan Teknis | 0.315 | 0.102 | 3.09 | 0.004 ** |
| X ₂ – Pemahaman Isi Konten | 0.298 | 0.114 | 2.61 | 0.013 ** |
| X ₃ – Kesadaran Kritis | 0.342 | 0.106 | 3.23 | 0.003 ** |

Keterangan:
 Signifikan pada $\alpha = 0.05$ (nilai $p < 0.05$)

Tabel 4. Uji Statistik Regresi (Model Summary)

| Statistik Model | Nilai |
|----------------------------|--------------|
| R | 0.812 |
| R ² (R-Square) | 0.659 |
| Adjusted R ² | 0.629 |
| Std. Error of the Estimate | 0.518 |

Tabel 5. Uji F (Simultan)

| Sumber Variasi | df | F Hitung | Sig. (p-value) |
|----------------|----|----------|----------------|
| Regresi | 3 | 21.763 | 0.000 ** |
| Residual | 31 | | |
| Total | 34 | | |

F signifikan pada $\alpha = 0.05$

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tiga dimensi literasi media TikTok—kemampuan teknis (X_1), pemahaman konten (X_2), dan kesadaran kritis (X_3)—terhadap aspek psikologis perempuan dewasa awal dalam komunitas Putik Perempuan Indonesia. Aspek psikologis dalam penelitian ini mencakup persepsi diri, kecemasan sosial, dan tingkat komparasi sosial.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda, diperoleh nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,680$, yang menunjukkan bahwa sebesar 68% variasi dalam aspek psikologis dapat dijelaskan oleh ketiga dimensi literasi media TikTok. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi media, terutama dalam penggunaan TikTok, memainkan peran penting dalam membentuk kondisi psikologis individu, khususnya pada kelompok perempuan usia dewasa awal.

Lebih lanjut, hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi ini signifikan secara simultan dengan nilai $p < 0,05$, yang berarti bahwa kombinasi ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap aspek psikologis. Ini menandakan

bahwa model yang dibangun layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara literasi media dan kesehatan psikologis.

Secara substantif, ketiga variabel memberikan kontribusi positif terhadap:

- Persepsi diri yang lebih sehat, di mana individu memiliki pemahaman dan penerimaan diri yang lebih realistis dan positif.
- Penurunan kecemasan sosial, artinya semakin tinggi literasi media, semakin kecil kecenderungan merasa cemas dalam interaksi sosial online maupun offline.
- Reduksi terhadap komparasi sosial negatif, yaitu kemampuan individu untuk menahan diri dari membandingkan diri secara destruktif dengan pengguna lain di media sosial.

Secara keseluruhan, hasil ini menggarisbawahi pentingnya pendidikan dan penguatan literasi media, khususnya dalam aspek kesadaran kritis, sebagai upaya preventif dalam menjaga kesehatan mental perempuan muda yang aktif menggunakan media sosial seperti TikTok.

5. Kesimpulan, Diskusi, dan Saran

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang melibatkan 35 responden dari komunitas *Putik Perempuan Indonesia* di Tasikmalaya, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi media TikTok terhadap aspek sosial, yang terdiri dari dimensi keterlibatan sosial, interaksi interpersonal, dan tekanan sosial akibat eksistensi di media sosial. Ketiga dimensi literasi media — yaitu kemampuan teknis, pemahaman isi konten, dan kesadaran kritis — secara simultan menjelaskan 65,9% variasi yang terjadi dalam aspek sosial perempuan dewasa awal ($R^2 = 0.659$), dengan kontribusi paling kuat berasal dari kesadaran kritis terhadap dampak media.
2. Literasi media TikTok juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap aspek psikologis, yang mencakup persepsi diri (self-concept), kecemasan sosial, dan tingkat komparasi sosial. Dengan nilai R^2 sebesar 0.680, ketiga variabel bebas mampu menjelaskan 68% variasi dalam kondisi psikologis responden. Artinya, semakin tinggi literasi media yang dimiliki seseorang — khususnya dalam membedakan realitas dan konstruksi konten di TikTok — maka semakin baik persepsi dirinya, semakin rendah

kecemasan sosialnya, dan semakin terkendali sikap membandingkan diri dengan pengguna lain.

3. Dimensi literasi media yang paling dominan memengaruhi baik aspek sosial maupun psikologis adalah “kesadaran kritis terhadap dampak media”. Hal ini menegaskan bahwa bukan hanya kemampuan teknis dan pemahaman konten yang penting, tetapi juga refleksi kritis dan kesadaran diri terhadap konstruksi dan efek media sosial dalam kehidupan pribadi dan sosial.

5.2. *Implikasi Aplikasi*

- Penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan literasi digital di kalangan perempuan dewasa awal — khususnya mereka yang aktif dalam komunitas — sangat penting untuk mendorong interaksi sosial yang sehat serta menjaga stabilitas psikologis di era digital.
- Program edukasi berbasis komunitas seperti *workshop*, *kelas literasi media*, dan *psiko-edukasi berbasis pengalaman pengguna TikTok* dapat menjadi pendekatan strategis untuk meningkatkan ketahanan digital perempuan muda.

5.3. *Potensi Pengembangan Penelitian*

- Penelitian ini dapat diperluas dengan pendekatan longitudinal untuk melihat dampak jangka panjang dari intensitas penggunaan TikTok terhadap dinamika psikososial perempuan dewasa awal.
- Perlu dilakukan replikasi pada komunitas perempuan lain di daerah urban maupun rural untuk mengkaji konteks budaya dan sosial yang berbeda.
- Penambahan variabel seperti durasi penggunaan, jenis konten yang dikonsumsi, dan motivasi penggunaan TikTok dapat memperkaya pemahaman tentang mekanisme pengaruh media sosial terhadap kehidupan sosial dan psikologis individu.

5.4. *Diskusi*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi media TikTok memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dimensi sosial dan psikologis perempuan dewasa awal, khususnya yang tergabung dalam komunitas Putik Perempuan Indonesia. Temuan ini selaras dengan karakteristik perkembangan usia dewasa awal (20–30 tahun), yang ditandai dengan proses

pengertian identitas diri, eksplorasi sosial, dan pencarian pengakuan dalam lingkup pergaulan digital.

Menurut Arnett (2004), masa dewasa awal ditandai dengan eksplorasi identitas dan keterlibatan aktif dalam budaya populer, termasuk media digital dan media sosial. TikTok, sebagai salah satu representasi budaya pop digital, memberikan ruang ekspresi kreatif sekaligus membentuk norma sosial dan psikologis baru. Perempuan dalam fase dewasa awal cenderung menjadikan media sosial seperti TikTok sebagai arena interaksi, pembentukan citra diri, dan sumber perbandingan sosial (*social comparison*), yang dalam penelitian ini terbukti berdampak terhadap persepsi diri, tingkat kecemasan sosial, dan komparasi sosial.

Selain itu, temuan bahwa kesadaran kritis merupakan prediktor paling kuat menunjukkan bahwa literasi media bukan hanya tentang kemampuan teknis menggunakan aplikasi, tetapi juga tentang kapasitas berpikir reflektif terhadap konten dan dampak media. Hal ini sesuai dengan model literasi digital yang dikembangkan oleh UNESCO (2018), yang menekankan pentingnya dimensi evaluatif dan kritis dalam menghadapi arus informasi di era digital.

Keterlibatan sosial dan interaksi interpersonal yang meningkat juga sejalan dengan teori *uses and gratifications*, di mana individu menggunakan media sesuai dengan kebutuhan sosial dan psikologis mereka (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Namun, tekanan sosial sebagai bagian dari eksistensi digital juga menjadi fenomena yang harus diwaspadai, terutama ketika perempuan muda terlalu mengaitkan harga dirinya dengan validasi online (misalnya, jumlah *likes*, *followers*, dan *engagement* di TikTok).

Dengan demikian, media sosial seperti TikTok tidak hanya menjadi platform hiburan, tetapi juga berperan dalam membentuk kualitas relasi sosial dan kesehatan psikologis pengguna perempuan dewasa awal. Maka dari itu, peningkatan literasi media menjadi urgensi kultural dan edukasional.

5.5. *Saran*

Berdasarkan hasil penelitian dan diskusi di atas, berikut beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Bagi Komunitas Perempuan dan Pendidikan Nonformal

Diperlukan pelatihan literasi media secara berkala yang tidak hanya mengajarkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong kesadaran kritis terhadap konten dan efek media sosial. Pendekatan ini dapat memperkuat daya tahan psikologis dan sosial perempuan dewasa awal terhadap tekanan budaya populer digital.

2. Bagi Pengambil Kebijakan dan Institusi Pendidikan:

Perlu integrasi program literasi digital berbasis gender dalam kurikulum informal dan formal, terutama menyoar kelompok usia dewasa awal. Hal ini penting karena perempuan dalam kelompok ini rentan terhadap pengaruh media yang membentuk persepsi diri secara tidak realistis.

3. Untuk Penelitian Selanjutnya:

Disarankan agar penelitian selanjutnya mengeksplorasi lebih dalam jenis konten TikTok yang paling memengaruhi aspek psikososial, serta memperluas sampel ke komunitas perempuan di daerah lain untuk melihat pengaruh faktor sosial-budaya yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Abidin, C. (2021). *Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours*. *Cultural Science Journal*, 13(1), 1–15. <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Anderson, K. E. (2020). Getting acquainted with social networks and apps: TikTok's rapidly growing user base. *Library Hi Tech News*, 37(4), 7–12. <https://doi.org/10.1108/LHTN-01-2020-0001>
- Arnett, J. J. (2015). *Emerging adulthood: The winding road from the late teens through the twenties* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Buckingham, D. (2007). *Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet*. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43–55.
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Higgins, M. K. (2020). Camera-ready: Young women's appearance-related social media consciousness and desire for cosmetic surgery. *Body Image*, 33, 192–199. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.03.002>
- Eagly, A. H., & Wood, W. (2012). Social role theory. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 2, pp. 458–476). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446249222.n49>
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. W. W. Norton & Company. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fitriyah, N., & Rahmawati, A. (2022). “Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Body Image dan Self-Esteem pada Perempuan Usia Dewasa Awal.” *Jurnal Psikologi Sosial*, 10(2), 134–145.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Publishing.

- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Data Reportal. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Livingstone, S. (2008). “Internet Literacy: Young People’s Negotiation of New Online Opportunities.” In Drotner & Livingstone (Eds.), *The International Handbook of Children, Media and Culture*. London: SAGE Publications.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(4), 121–137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Papalia, D. E., Feldman, R. D., & Martorell, G. (2021). *Experience human development* (14th ed.). McGraw-Hill Education.
- Santrock, J. W. (2019). *Life-span development* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- UNESCO. (2018). *A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2*. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org>
- UNESCO. (2018). *Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*. Retrieved from <https://wearesocial.com>