

Body Dissatisfaction pada Perempuan Dewasa Awal Ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Peran Objektifikasi Diri Sebagai Moderator

Assyifa Padma Ardi Nugroho

Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dyan Evita Santi

Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Rahma Kusumandari

Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail: syifapadmaa@gmail.com

Abstract

Body dissatisfaction is a psychological condition in which individuals feel that their bodies do not conform to ideal appearance standards and tend to hold negative evaluations of their own bodies. This research aims to examine the relationship between social media use intensity and body dissatisfaction, as well as to evaluate the role of self-objectification as a moderating variable. A correlational quantitative approach was employed, involving 357 emerging adult female participants in Surabaya who actively use social media. This research instrument comprised three scales: the social media use intensity scale, the body dissatisfaction, and the self-objectification. The data were analyzed using moderated regression analysis. The results indicated that while both social media use intensity and self-objectification were positively associated with body dissatisfaction. However, self-objectification did not moderate the relationship between the two variables. In other words, both variables independently contribute to the level of body dissatisfaction among emerging adult women.

Keywords: *body dissatisfaction, social media use, self-objectification, emerging adulthood*

Abstrak

Body dissatisfaction merupakan kondisi psikologis di mana individu merasa tubuhnya tidak sesuai dengan standar penampilan ideal dan cenderung memberikan penilaian negatif terhadap tubuhnya sendiri. Tujuan dari studi ini untuk mengkaji korelasi antara intensitas penggunaan media sosial dan body dissatisfaction, serta mengevaluasi peran objektifikasi diri sebagai variabel moderator. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif korelasional, dengan melibatkan 357 partisipan wanita dewasa awal di Surabaya yang aktif menggunakan media sosial. Instrumen dalam studi ini mencakup tiga skala, yaitu skala intensitas penggunaan media sosial, body dissatisfaction, dan objektifikasi diri. Data dianalisis menggunakan teknik moderated regression analysis. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa baik intensitas penggunaan media sosial maupun objektifikasi diri memiliki korelasi positif dengan body dissatisfaction. Namun demikian, objektifikasi diri tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan tersebut. Dengan kata lain, kedua variabel ini secara independen berkontribusi terhadap tingkat body dissatisfaction pada perempuan dewasa awal.

Kata kunci: *body dissatisfaction, penggunaan media sosial, objektifikasi diri, dewasa awal*

Pendahuluan

Dalam masyarakat modern, standar kecantikan yang sempit dan tidak realistis telah menjadi sumber tekanan psikologis yang signifikan, khususnya bagi perempuan. Salah satu konsekuensinya adalah muncul ketidakpuasan terhadap bentuk tubuh (*body dissatisfaction*), yakni merujuk pada evaluasi negatif individu terhadap tubuhnya karena ketidaksesuaian dengan citra tubuh ideal (Marshall et al., 2012; Cooper et al., 1987). Fenomena ini semakin nyata dalam konteks digital, seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial yang menampilkan citra tubuh ideal secara berulang dan intens. Di Indonesia, lonjakan penggunaan layanan estetika dan meningkatnya konsumsi konten visual berstandar kecantikan tinggi melalui platform seperti Instagram dan TikTok turut memperkuat kecenderungan *body dissatisfaction*, terutama pada perempuan muda (DS/X Ventures, 2024).

Media sosial menjadi salah satu saluran utama yang memperkuat ekspektasi terhadap tubuh ideal. Platform seperti Instagram dan TikTok menyajikan konten visual yang memicu pengguna untuk melakukan perbandingan diri dengan individu lain. Studi terdahulu memperlihatkan bahwa terdapat korelasi positif antara intensitas penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* (Scully et al., 2020; Maimunah & Satwika, 2021; Suidani & Ariyanto, 2023). Namun, belum banyak penelitian yang mempertimbangkan faktor psikologis yang mungkin memperkuat hubungan tersebut.

Objektifikasi diri (*self-objectification*) merupakan salah satu faktor psikologis yang diduga memperkuat pengaruh media sosial terhadap *body dissatisfaction*. Individu dengan objektifikasi diri tinggi cenderung menilai tubuhnya dari sudut pandang orang lain dan merasa perlu memenuhi standar penampilan tertentu agar diterima secara sosial (Fredrickson & Roberts, 1997). Temuan dari Wang et al. (2019), individu yang memiliki tingkat objektifikasi diri tinggi lebih rentan mengalami *body dissatisfaction* ketika terpapar pada perbandingan sosial di media sosial. Di Indonesia, studi oleh Candra dan Novianty (2022) juga menunjukkan bahwa dimensi objektifikasi diri, seperti pengawasan tubuh dan rasa malu terhadap tubuh, berkorelasi positif dengan *body dissatisfaction*.

Meskipun hubungan antara media sosial dan *body dissatisfaction* telah banyak dikaji, terdapat kesenjangan penelitian terkait peran objektifikasi diri sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Studi yang mengkaji aspek ini secara empiris di Indonesia, khususnya pada perempuan dewasa awal, masih sangat terbatas. Oleh sebab itu, studi ini dirancang untuk mengisi kekosongan tersebut serta memperdalam pemahaman terkait proses psikologis yang memperkuat pengaruh media sosial terhadap citra tubuh.

Tujuan dari studi ini untuk mengkaji korelasi antara intensitas penggunaan media sosial dan *body dissatisfaction* pada perempuan dewasa awal, serta menganalisis peran objektifikasi diri sebagai variabel moderasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hubungan langsung antara objektifikasi diri dan *body dissatisfaction*. Hasil dari studi ini diharapkan dapat memperluas landasan teoritis terhadap pengembangan kajian psikologi tubuh dan psikologi media, serta

memberikan manfaat praktis dalam menyusun strategi intervensi untuk meningkatkan kesadaran kritis terhadap penggunaan media sosial.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pemilihan variabel objektifikasi diri sebagai moderator, yang belum banyak dikaji dalam konteks Indonesia. Penelitian ini juga berfokus pada kelompok perempuan dalam fase *emerging adulthood*, yang secara psikososial merupakan kelompok rentan terhadap tekanan sosial terhadap tubuh. Dengan mengambil latar Surabaya sebagai kota metropolitan dengan kemungkinan penggunaan media digital yang tinggi, hasil studi ini diharapkan mampu menyajikan gambaran kontekstual yang relevan mengenai dinamika media sosial, objektifikasi diri, dan body dissatisfaction dalam kehidupan perempuan muda Indonesia.

Metode

Penelitian ini melibatkan perempuan dewasa awal berusia 18–25 tahun yang berdomisili di Surabaya, Jawa Timur. Berdasarkan data terbaru dari BPS, jumlah perempuan di Surabaya dalam rentang usia tersebut mencapai 346.890 jiwa. Sampel ditentukan menggunakan teknik *accidental sampling*, yakni dengan memilih responden yang secara kebetulan dijumpai peneliti dan sesuai dengan kriteria inklusi. Jumlah sampel dihitung menggunakan tabel Krejcie dan Morgan dengan margin of error 5% untuk populasi sekitar 350.000 orang, sehingga diperoleh minimal 348 responden.

Data dihimpun secara daring melalui Google Form. Partisipan diperoleh melalui dua cara: secara online dengan menyebarkan tautan atau QR-code lewat media sosial, serta secara langsung dengan membagikan link atau QR-code kepada calon responden. Kuisisioner penelitian terdiri dari tiga skala utama: skala body dissatisfaction (Rosen & Reiter, 1996), intensitas penggunaan media sosial (Del Barrio, 2024), dan objektifikasi diri (McKinley & Hyde, 1996). Studi ini dianalisis dengan regresi sederhana dan *moderated regression analysis*, karena data yang telah dihimpun terdistribusi normal.

Hasil

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, mayoritas partisipan berada pada kategori sedang untuk ketiga variabel yang dikaji. *Body dissatisfaction* mempunyai rata-rata 125,97 (SD= 34,253), intensitas penggunaan media sosial sebesar 50,58 (SD= 13,964), dan objektifikasi diri 55,35 (SD= 13,964). Temuan ini mencerminkan bahwa sebagian besar perempuan dewasa awal yang menjadi partisipan dalam studi ini cenderung memiliki tingkat body dissatisfaction, intensitas penggunaan media sosial, serta objektifikasi diri yang tergolong sedang.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Mean	Std. Deviation	N
Body Dissatisfaction	125,97	34,253	357
Intensitas Penggunaan Media Sosial	50,58	10,513	357
Objektifikasi Diri	55,35	13,964	357

Tabel 2. Hasil Kategorisasi

Variabel	Kategori					Rata-rata
	Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi	
Body Dissatisfaction	30	78	147	72	30	Sedang
Intensitas Penggunaan Media Sosial	34	62	139	115	7	Sedang
Objektifikasi Diri	21	90	145	61	40	Sedang

Uji normalitas dilakukan pada tahap awal guna mengidentifikasi kesesuaian data terhadap distribusi normal. Hasil uji ini menunjukkan nilai signifikansi 0,200 ($p > 0,05$), yang mengindikasikan bahwa data terdistribusi normal. Selanjutnya, uji linearitas memperlihatkan bahwa baik pada intensitas penggunaan media sosial dan objektifikasi diri memiliki keterkaitan linear yang signifikan dengan body dissatisfaction ($p < 0,05$).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	0,200	Normal

Tabel 4. Uji Linearitas

Variabel	Linearity		Keterangan
	F	Sig.	
Intensitas Penggunaan Media Sosial – Body Dissatisfaction	356,311	0,000	Linear
Objektifikasi Diri – Body Dissatisfaction	340,667	0,000	Linear

Uji hipotesis memperlihatkan bahwa interaksi antara intensitas penggunaan media sosial dan objektifikasi diri menunjukkan nilai $Z = 0,661$ dan sig. 0,509 ($p > 0,05$), yang berarti objektifikasi diri tidak berperan sebagai moderator dalam hubungan antara kedua variabel tersebut. Sebaliknya, analisis regresi berganda menunjukkan adanya korelasi signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dan body dissatisfaction, dengan nilai $F = 368,778$ dan sig. 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan terdapat korelasi positif yang signifikan antara penggunaan media

sosial dengan body dissatisfaction. Nilai R^2 sebesar 0,508 memperlihatkan bahwa 50,8% variabilitas body dissatisfaction dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan media sosial, sedangkan sisa lainnya, yakni 49,2%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar batasan studi ini. Selain itu, objektifikasi diri memiliki nilai $\beta = 0,686$, $t = 17,824$, dan sig. 0,000 ($p < 0,05$), yang menunjukkan terdapat korelasi positif yang kuat antara objektifikasi diri dan body dissatisfaction. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat objektifikasi diri seseorang, semakin besar pula ketidakpuasan yang dirasakan terhadap tubuhnya. Nilai t yang tinggi juga memperkuat bukti bahwa objektifikasi diri memberikan kontribusi kuat dengan body dissatisfaction.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi

Variabel	Estimate	SE	Z	P	Keterangan
Intensitas Penggunaan Media Sosial – <i>Body Dissatisfaction</i>	1.53146	0.11040	13.871	< 0,001	Signifikan
Objektifikasi Diri – <i>Body Dissatisfaction</i>	0.94696	0.08157	11.609	< 0,001	Signifikan
Intensitas Penggunaan Medsos*Objektifikasi Diri	0.00455	0.00688	0.661	0.509	Tidak Signifikan

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Variabel X dengan Variabel Y

Variabel	F	Sig.	R	R ²
Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan <i>Body Dissatisfaction</i>	368,778	0,000	0,714	0,508

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Variabel Moderasi dengan Variabel Y

Variabel	β	T	Sig.	Keterangan
Objektifikasi Diri dengan <i>Body Dissatisfaction</i>	0,687	17,824	0,000	Signifikan

Pembahasan

Walaupun objektifikasi diri terbukti memiliki korelasi signifikan dengan body dissatisfaction, hasil studi ini memperlihatkan bahwa variabel tersebut tidak berperan sebagai moderator dalam relasi antara intensitas penggunaan media sosial dan ketidakpuasan terhadap tubuh. Dengan demikian, tingkat objektifikasi diri seseorang tidak memperkuat atau melemahkan pengaruh penggunaan media sosial terhadap body dissatisfaction. Temuan ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dikemukakan oleh Karsay et al. (2018), yang menyarankan adanya peran moderasi dari objektifikasi diri. Sebaliknya, hasil penelitian ini mendukung temuan dari Chen et al. (2023) serta Tiggemann dan Slater (2014), yang menyatakan bahwa objektifikasi diri lebih cenderung berperan sebagai mediator,

bukan moderator. Perbedaan hasil ini kemungkinan dipengaruhi oleh konteks budaya, karakteristik pengguna media sosial, serta aspek psikologis lainnya seperti harga diri atau tingkat internalisasi terhadap standar kecantikan. Dalam budaya kolektif seperti Indonesia, pandangan individu terhadap tubuhnya kemungkinan besar dibentuk tidak hanya oleh faktor personal, tetapi juga oleh norma sosial dan nilai-nilai komunitas di sekitarnya.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial memiliki korelasi positif yang kuat dengan ketidakpuasan terhadap tubuh. Perempuan dewasa awal yang lebih sering dan lebih intens terlibat dalam penggunaan media sosial cenderung mengalami penurunan kepuasan terhadap tubuhnya sendiri. Temuan ini konsisten dengan sejumlah penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa media sosial, terutama yang berfokus pada visualisasi penampilan, dapat memicu perbandingan sosial dan ekspektasi tidak realistis terhadap tubuh (Andini, 2020; Khasanah et al., 2024; Wassalwa & Khomsan, 2023). Semakin sering individu terpapar pada konten yang menampilkan tubuh ideal, semakin besar kemungkinan ia merasa tidak sesuai dengan standar tersebut, yang kemudian menurunkan citra tubuh positif dan meningkatkan ketidakpuasan.

Objektifikasi diri terbukti memiliki korelasi langsung yang signifikan dengan ketidakpuasan terhadap tubuh. Individu yang lebih sering mengamati dan mengevaluasi tubuhnya dari perspektif orang lain lebih rentan mengalami tekanan psikologis jika merasa tidak sesuai dengan standar kecantikan yang berlaku. Hasil ini mendukung teori Objektifikasi yang dikembangkan oleh Fredrickson dan Roberts, serta konsep Objectified Body Consciousness yang dijelaskan oleh McKinley dan Hyde, yang menekankan pentingnya aspek pengawasan tubuh dan rasa malu terhadap tubuh dalam pembentukan body dissatisfaction. Penelitian Tiggemann dan Slater (2013) juga menegaskan bahwa objektifikasi diri merupakan salah satu prediktor utama dari munculnya body dissatisfaction, terutama pada kelompok perempuan muda yang sedang membentuk identitas diri.

Secara keseluruhan, temuan dalam studi ini memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas pemahaman berbagai faktor psikologis yang memicu timbulnya ketidakpuasan terhadap tubuh pada wanita dewasa awal. Intensitas penggunaan media sosial dan objektifikasi diri terbukti memiliki pengaruh masing-masing terhadap body dissatisfaction, namun bekerja secara terpisah. Oleh karena itu, pendekatan preventif maupun intervensi psikologis perlu mempertimbangkan kedua aspek ini secara spesifik, termasuk konteks sosial dan budaya yang melatarbelakangi pengalaman individu. Meningkatkan kesadaran kritis terhadap konten media sosial dan membangun penerimaan tubuh yang lebih sehat menjadi langkah penting dalam upaya menjaga kesejahteraan psikologis perempuan muda di era digital.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa objektifikasi diri tidak berperan sebagai variabel moderator dalam hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan body dissatisfaction pada wanita dewasa awal. Dengan kata lain, kecenderungan

seseorang untuk melihat tubuhnya dari perspektif orang lain tidak memengaruhi tingkat korelasi antara penggunaan media sosial dan ketidakpuasan terhadap tubuh. Meski begitu, baik intensitas penggunaan media sosial maupun objektifikasi diri tetap menunjukkan hubungan positif secara terpisah dengan body dissatisfaction. Temuan ini menguatkan bahwa peningkatan intensitas penggunaan media sosial berbanding lurus dengan kemungkinan meningkatnya ketidakpuasan individu dengan tubuhnya, terutama karena media sosial kerap menampilkan standar kecantikan yang tidak realistis. Selain itu, individu yang terbiasa menilai tubuhnya dari perspektif luar juga lebih rentan mengalami body dissatisfaction. Oleh karena itu, kedua variabel ini tetap penting diperhatikan sebagai faktor yang berkontribusi, meskipun tidak saling memengaruhi secara langsung.

Berdasarkan temuan tersebut, perempuan dewasa awal disarankan untuk membangun sikap kritis dalam bermedia sosial serta meningkatkan kesadaran akan dampaknya terhadap citra tubuh. Membatasi paparan terhadap konten bertema standar tubuh ideal yang tidak realistis, serta mulai menerapkan literasi media dan menyaring akun-akun yang diikuti, dapat membantu menjaga kesehatan mental dan mendorong penerimaan diri. Bagi praktisi kesehatan mental, hasil ini bisa menjadi acuan dalam merancang asesmen dan intervensi yang sesuai, serta menjadi bagian penting dalam program psikoedukasi yang menekankan pentingnya penggunaan media sosial secara sehat dan inklusif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggali variabel lain yang mungkin lebih relevan dalam menjelaskan kaitan antara media sosial dan body dissatisfaction, serta melibatkan partisipan dari latar belakang yang lebih beragam agar hasil penelitian lebih luas cakupannya dan dapat digeneralisasikan.

Referensi

- Andini, S. F. (2020). Aktivitas dan Pengaruh Sosial Media terhadap Body Dissatisfaction pada Dewasa Awal. *Jurnal Analitika*, 12(1). <https://ojs.uma.ac.id/index.php/analitika/article/view/3762>
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*, Edisi II. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Surabaya, 2024. Diakses pada 2 Juli 2025, dari <https://surabayakota.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-surabaya-2023.html?year=2024>
- Candra, I. A., & Novianty, A. (2022). Hubungan antara Ketidakpuasan Bentuk Tubuh dengan Objektifikasi Diri pada Remaja Pengguna Instagram. *Jurnal Sains Psikologi*, 11(1), 34-39.
- Chen, S., Van Tilburg, W. A. P., & Leman, P. J. (2023). Women's self-objectification and strategic self-presentation on social media. *Psychology of Women Quarterly*, 47(2), 266–282. <https://doi.org/10.1177/03616843221143751>
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairbum, C. G. (1987b). The development and validation of the body shape questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485–494. [https://doi.org/10.1002/1098-108x\(198707\)6:4](https://doi.org/10.1002/1098-108x(198707)6:4)

- Del Barrio, V. (2004). Relationship Between Emphaty and The Big Five Personality Traits in a Sample of Spanish Adolescents. *Social Behavior and Personality*, 32(7), 677-682.
- DS/X Ventures. Industri klinik kecantikan tumbuh pesat, Gen Z jadi motor utama pertumbuhan pasar estetika medis Indonesia, 2024. *Bisnis Warta Kini*. Diakses pada 6 Juli 2025, dari <https://bisnis.wartakini.co.id/detail/51596>
- 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>
- Karsay, K., Knoll, J., & Matthes, J. (2018). Sexualizing media use and self-objectification: A meta-analysis. *Psychology of Women Quarterly*, 42(1), 9–28. <https://doi.org/10.1177/0361684317743019>
- Khasanah, L. A. R., Cahyaningrum, E. D., & Wirakhmi, I. N. (2024). Intensitas penggunaan media sosial dan persepsi remaja tentang citra tubuh ideal. *Jurnal Keperawatan dan Kesehatan*, 15(2), 178–186. <https://doi.org/10.54630/jk2.v15i2.389>
- Maimunah, S., & Satwika, Y. W. (2021). Hubungan Media Sosial dengan Body Dissatisfaction pada Mahasiswa Perempuan di Kota Surabaya. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(2), 224-233.
- Marshall, C., Lengyel, C., & Utioh, A. (2012). Body dissatisfaction: Among middle-aged and older women. *Canadian Journal of Dietetic Practice and Research*, 73(2), e241–e241. <https://doi.org/10.3148/73.2.2012.e241>
- 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>
- Rosen, J. C., & Reiter, J. (1996). Development of the body dysmorphic disorder examination. *Behaviour Research and Therapy*, 34(9), 755–766. [https://doi.org/10.1016/0005-7967\(96\)00024-1](https://doi.org/10.1016/0005-7967(96)00024-1)
- Scully, M., Swords, L., & Nixon, E. (2023). Social comparisons on social media: Online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 40(1), 31–42. <https://doi.org/10.1017/ipm.2020.93>
- Sudiani, B., & Ariyanto, M. S. (2023). Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Body Dissatisfaction pada Mahasiswa. *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 3(3), 220-230.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630–633. <https://doi.org/10.1002/eat.22141>
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2014). Netweens: The internet and body image concerns in preteenage girls. *The Journal of Early Adolescence*, 34(5), 606–620. <https://doi.org/10.1177/0272431613501083>
- Wang, Y., Fardouly, J., Vartanian, L. R., & Lei, L. (2019). Selfie-viewing and facial dissatisfaction among Chinese adolescents: A moderated mediation model of general attractiveness internalization and body appreciation. *Body Image*, 30, 35–43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.05.001>
- Wassalwa, U. S., & Khomsan, A. (2023). Dampak Intensitas Penggunaan Instagram terhadap Body Dissatisfaction, Perilaku Makan, dan Status Gizi pada Remaja. *Jurnal Gizi dan Dietetik Indonesia*, 11(1). <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jgizidietetik/article/view/50182>