

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Kecantikan ialah suatu hal yang sangat di idam-idamkan oleh sebagian besar perempuan. Tidak ada definisi yang jelas tentang kecantikan karena bersifat relatif dan dapat mempengaruhi pandangan sosial masyarakat (Sitompul, Solang, & Kapahang, 2024). Di Indonesia, standar kecantikan sering kali dikonstruksi oleh media dan industri kecantikan, yang menekankan bahwa perempuan yang cantik merupakan individu yang memiliki kulit putih, tubuh langsing, dan rambut lurus. Standar ini diperkuat oleh representasi di media sosial dan iklan, yang sering menampilkan perempuan dengan ciri-ciri tersebut sebagai ideal kecantikan (Bella, Maharani, & Nurdin, 2024).

Dalam kehidupan sosial masyarakat sehari-hari, terlihat adanya kecenderungan bahwa individu yang memiliki penampilan menarik atau dianggap cantik berdasarkan standar estetika tertentu akan mendapatkan perhatian lebih. Mereka sering kali dianggap istimewa dan diperlakukan secara berbeda. Perlakuan istimewa ini dikenal dengan istilah *beauty privilege*, yang menunjukkan bagaimana kecantikan dapat memberikan keuntungan sosial dalam berbagai aspek kehidupan (Pratami, Nuryani, & Lindasari, 2023).

Budaya *beauty privilege* di Indonesia mengacu pada fenomena di mana individu, terutama perempuan, mendapatkan perlakuan istimewa atau keuntungan sosial berdasarkan penampilan fisik mereka. Di Indonesia, standar

kecantikan sering kali dipengaruhi oleh media masa dan iklan yang menampilkan model-model dengan kulit cerah, tubuh ramping, dan fitur wajah tertentu. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan yang memenuhi standar kecantikan ini cenderung lebih mudah mendapatkan perhatian dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk karir dan hubungan sosial (Kandep & Insan, 2024). Misalnya, banyak iklan dan promosi yang menekankan pentingnya penampilan fisik, sehingga memperkuat norma bahwa kecantikan adalah kunci untuk sukses (Nandih & Khasanah, 2025).

*Beauty privilege* memiliki dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan di Indonesia. Dalam pencarian pekerjaan, banyak perusahaan mengedepankan penampilan fisik sebagai salah satu kriteria dalam proses seleksi karyawan. Penelitian menunjukkan bahwa calon pegawai yang dianggap menarik lebih sering dipilih, meskipun tidak selalu memiliki kualifikasi terbaik (Astuti & Daud, 2024). Selain itu, dalam hubungan sosial, perempuan yang dianggap cantik cenderung lebih mudah menjalin relasi, baik itu dalam pertemanan maupun dalam mencari pasangan. Kriteria kecantikan di Indonesia sering kali meliputi kulit yang cerah, tubuh yang ramping, dan wajah yang simetris (Muthaharah & Nilawati, 2023). *Beauty privilege* tidak hanya mempengaruhi cara orang lain memandang individu, tetapi juga berdampak pada harga diri dan kesehatan mental mereka, yang sering kali menyebabkan kecemasan dan ketidakpuasan terhadap tubuh (Marettih, Ikhwanisifa, Widiningsih, & Yovanny, 2024).

Di Yogyakarta, fenomena *beauty privilege* semakin terlihat jelas, terutama di kalangan perempuan dewasa awal seperti mahasiswa. Media lokal Joglojateng.com mengangkat bahwa pemberitaan tentang perempuan inspiratif dalam rubrik *Figur* sering kali menonjolkan aspek kecantikan fisik sebagai salah satu kriteria penting dalam memilih narasumber. Redaksi media ini secara eksplisit mengakui bahwa standar kecantikan seperti wajah cantik dan penampilan menarik menjadi faktor yang dipertimbangkan untuk menarik minat pembaca. Narasi ini berkontribusi membentuk dan memperkuat persepsi sosial mengenai standar kecantikan yang ideal, di mana perempuan dianggap cantik jika memiliki wajah cerah, kulit putih, dan penampilan menarik secara visual (Mahfud, 2025).

Perkembangan industri kosmetik dan klinik kecantikan di Yogyakarta juga semakin pesat. Putri (2025) mengemukakan terdapat beberapa toko kosmetik besar dengan beberapa cabang seperti Mutiara Kosmetik, Jelita Kosmetik, Els Beauty, CF Beauty, Puspa Indah, Sociolla, Sudut Cantik, MSBB, Wardah Beauty House, dll. Serta klinik kecantikan seperti Natasha Skin Clinic Center, Erha Clinic, ZAP Clinic, Navagreen, dan Larissa Aesthetic Center yang tersebar di berbagai wilayah, terutama di sekitar area kampus dan pusat perbelanjaan. Berdasarkan data dari Google Maps dan direktori bisnis lokal (2025), terdapat lebih dari 100 klinik dan toko kosmetik yang aktif beroperasi di wilayah DIY, menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap perawatan dan penampilan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa banyak perempuan di Yogyakarta memiliki perhatian besar terhadap penampilan atau *body image* nya. Mereka aktif melakukan perawatan wajah dan membeli produk kecantikan sebagai bentuk usaha untuk tampil menarik. Hal ini sejalan dengan penelitian Lestari dan Widayati (2022) yang menyatakan bahwa perempuan di Yogyakarta semakin rutin menggunakan produk kosmetik yang mudah diakses melalui media sosial dan toko *offline*, untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Selain itu, berbagai lowongan pekerjaan di bidang pelayanan di Yogyakarta seperti kafe, butik, dan *event* yang mensyaratkan “berpenampilan menarik”, menandakan bahwa adanya fenomena *beauty privilege* juga berperan dalam akses sosial dan ekonomi di wilayah tersebut (Jobstreet Indonesia, 2025). Hal ini memperlihatkan bagaimana standar kecantikan yang dibangun oleh industri kosmetik dan media turut mempengaruhi peluang kerja serta interaksi sosial perempuan dewasa awal di Yogyakarta.

Adanya standar ini membuat individu untuk selalu memperhatikan kondisi tubuh mereka, hingga melakukan perbandingan antara bentuk tubuh sendiri dengan tubuh orang lain (Mutharahah & Nilawati, 2023). Tidak hanya di kalangan masyarakat, tren *beauty privilege* juga ramai di media sosial. Banyak yang membuat konten “*beauty privilege is real*” lalu menyatakan hal yang dialami bahwa individu yang memiliki *beauty privilege* sangat menguntungkan di kehidupan sosial.

Tahap dewasa awal merupakan fase peralihan dari remaja ke dewasa, di mana seseorang mulai belajar hidup mandiri (Syafitri & Dariyo, 2025). Di

masa dewasa awal, individu dihadapkan pada berbagai tugas perkembangan yang mencakup memulai karir, memilih pasangan hidup, menjalin hubungan serius, membentuk keluarga, serta menjalani peran dan tanggung jawab sosial (Dwilianto, Matondang, & Yarni, 2024). Santrock (2011) menyatakan masa dewasa awal mencakup rentang usia 18 hingga 25 tahun, yang ditandai sebagai masa untuk bereksperimen dan mengeksplorasi berbagai hal. Perempuan yang berada dalam masa dewasa awal biasanya lebih fokus pada penampilan mereka untuk mendukung berbagai aktivitas sehari-hari (Mappatunru, Musawwir, & Gismin, 2023).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, proyeksi jumlah penduduk perempuan usia 18-25 tahun pada tahun 2025 diperkirakan mencapai sekitar 162.204 jiwa. Angka ini menunjukkan bahwa isu-isu yang berkaitan dengan perempuan dewasa awal sangat relevan untuk dikaji di wilayah ini.

Penampilan dapat mempengaruhi kepercayaan diri bagi perempuan dewasa awal (Heriyani, Lestari, Gahana, Azizah, Handayani, & Aisy, 2025). Kepercayaan diri sangat penting bagi perempuan dewasa awal karena pada masa inilah yang menentukan karir untuk kedepannya. Namun faktanya banyak perempuan dewasa awal yang mengalami rendahnya kepercayaan diri. Hasil studi dari Pratami dkk. (2023), diperoleh hasil tingkat kepercayaan diri mahasiswi UPI sebagian besar 97.7 % berada di kategori rendah, sementara 2.3% berada pada kategori tinggi. Penampilan fisik menjadi faktor yang mempengaruhi kondisi tersebut. Ketika individu yang memiliki tubuh tidak

sesuai dengan standarisasi kecantikan saat ini maka mereka akan merasa tidak percaya diri, sehingga mempunyai persepsi *body image* negatif.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap lima perempuan dewasa awal pada 15 Maret 2024, diperoleh bahwa penampilan memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan diri. Secara umum, mereka merasa lebih percaya diri saat tampil menarik, misalnya ketika menggunakan riasan, berpakaian rapi, atau memiliki kulit wajah yang bersih. Penampilan yang dianggap sesuai dengan standar kecantikan, seperti berkulit putih dan berwajah bersih, dinilai dapat meningkatkan kenyamanan dalam berinteraksi sosial. Selain itu, perlakuan dari orang lain yang cenderung lebih ramah terhadap mereka yang tampil menarik juga memperkuat rasa percaya diri.

Kelima partisipan menunjukkan pengalaman yang berbeda-beda. Perempuan pertama merasa percaya diri karena ia sudah memenuhi standar kecantikan umum seperti berkulit putih, berwajah cantik, dan bahkan pernah menjadi Putri Lampung. Ia mengatakan bahwa penampilan fisiknya membuatnya lebih mudah diterima di lingkungan sosial. Sebaliknya, perempuan kedua mengaku kurang percaya diri karena memiliki kulit coklat. Ia merasa bahwa warna kulitnya membuatnya kurang dihargai dan lebih sering dibandingkan dengan mereka yang berkulit lebih cerah.

Perempuan ketiga sebenarnya memiliki kulit putih dan wajah yang cukup menarik, tetapi merasa kurang percaya diri karena giginya berantakan. Ia menyampaikan bahwa meskipun secara umum penampilannya dianggap menarik, rasa tidak percaya diri tetap muncul karena merasa ada bagian dari

dirinya yang tidak sempurna sehingga ia memutuskan untuk memasang behel. Perempuan keempat merasa kepercayaan dirinya terhambat karena bentuk tubuhnya yang gemuk. Ia mengaku sering membandingkan diri dengan teman-teman yang lebih langsing dan merasa minder. Sementara itu, perempuan kelima mengalami kepercayaan diri yang naik turun karena masalah jerawat yang datang dan pergi. Ketika jerawat muncul, ia cenderung menarik diri dan merasa tidak nyaman berada di hadapan orang lain.

Selain faktor internal, tekanan dari standar kecantikan yang berkembang di media sosial juga menjadi faktor eksternal yang cukup mempengaruhi. Beberapa dari mereka merasa harus tampil sesuai dengan tren kecantikan agar bisa diterima secara sosial, baik di dunia nyata maupun di media sosial. Ketika penampilan mereka tidak sesuai dengan standar tersebut, rasa percaya diri mereka pun menurun. Namun, ketika merasa penampilannya membaik, kepercayaan diri mereka kembali meningkat.

Dari keseluruhan wawancara ini, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri perempuan dewasa awal sangat dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang penampilan fisiknya. Faktor seperti warna kulit, bentuk tubuh, kondisi wajah, dan tekanan sosial dari media turut membentuk persepsi diri. Adanya fenomena *beauty privilege* memperkuat pandangan bahwa penampilan fisik yang sesuai standar lebih dihargai, dan ini berdampak pada bagaimana perempuan menilai dirinya serta kepercayaan dirinya dalam kehidupan sosial sehari-hari.

Pratami dkk (2023) mendefinisikan kepercayaan diri merupakan sikap yang menunjukkan sejauh mana seseorang meyakini kemampuan dirinya sendiri. Hal ini memungkinkan individu untuk bertindak tanpa rasa cemas, menjalankan keinginan dengan bebas namun tetap mempertanggungjawabkan setiap keputusan atau perbuatannya. Kepercayaan diri tercermin melalui kemampuan individu dalam berinteraksi dengan sopan, mengenali kelebihan dan kekurangan dirinya, serta memiliki motivasi untuk meraih prestasi.

Sedangkan menurut Rahmansyah dan Heryadi (2023) kepercayaan diri adalah aspek yang sangat diperlukan oleh setiap individu. Tanpa adanya kepercayaan diri, seseorang bisa mengalami berbagai kesulitan dalam hidupnya. Kepercayaan diri memiliki pengaruh terhadap kehidupan sosial, karena dengan percaya diri, seseorang bisa menunjukkan dan mengembangkan potensi yang ada dalam dirinya. Jika seseorang kurang percaya diri, ia bisa saja melewatkan kesempatan berharga yang sebenarnya bisa ia manfaatkan, sehingga menjadi penghambat dalam bertindak. Ada orang yang sebenarnya punya kemampuan besar, tapi tidak berani menunjukkannya atau mengembangkannya karena kurang yakin pada dirinya sendiri.

Beberapa faktor yang berpotensi memicu rendahnya kepercayaan diri yakni penampilan fisik, konsep diri, hubungan dengan orang tua, serta hubungan dengan teman sebaya (Ifdil, Denich, & Ilyas, 2017). Diantara itu, penampilan fisik menjadi salah satu faktor dominan berpengaruh terhadap rasa percaya diri seseorang. Rasa percaya diri seseorang, terutama dalam berinteraksi sosial, cenderung meningkat saat individu merasa yakin dan

nyaman dengan penampilan dirinya. Hal ini diartikan individu memiliki citra tubuh atau *body image* yang positif. Sebaliknya, ketidakpuasan atau rasa kurang percaya terhadap penampilan dapat menurunkan rasa percaya diri, sehingga individu memiliki *body image* atau citra tubuh negatif (Ramanda, Akbar, & Wirasti, 2019).

*Body image* merujuk pada persepsi dan penilaian individu terhadap tubuhnya sendiri, terutama terkait pada penampilan fisiknya. Apabila seseorang memiliki pandangan yang baik terhadap tubuhnya, maka individu tersebut mempunyai *body image* yang positif. Sebaliknya, jika ia memandang tubuhnya secara kurang baik, maka *body image* yang dimilikinya bersifat negatif (Silvianingrum & Setianingrum, 2025). Sedangkan menurut Rahayu dan Hazim (2025) *body image* merupakan persepsi psikologis individu yang berkaitan dengan bagaimana ia menilai, merasakan, dan bersikap terhadap tubuhnya. Persepsi ini bersifat subjektif dan tidak selalu sesuai dengan kondisi fisik yang sebenarnya.

Faktor lain yang menyebabkan perempuan pada tahap dewasa awal mengalami ketidakpuasan dengan bentuk tubuh yang dimiliki yaitu tren *beauty privilege* yang ramai di media sosial sehingga memunculkan standarisasi di kehidupan sehari-hari (Odelia, Ernawati, & Musslifah, 2025). Dilihat dengan adanya pamflet atau brosur lowongan kerja yang mencantumkan kualifikasi seperti “berpenampilan menarik” atau “*good looking*”. Hal ini menunjukkan bahwa *beauty privilege* dan penampilan menarik berperan penting dalam mencapai status sosial seperti pekerjaan.

*Body image* dan kepercayaan diri saling berkaitan erat. Individu yang memiliki *body image* positif, yaitu merasa nyaman dan puas terhadap tubuhnya, umumnya lebih percaya diri dalam berinteraksi sosial, mengambil keputusan, dan menghadapi tantangan hidup. Sebaliknya, jika seseorang memandang negatif terhadap tubuhnya, seperti mengalami ketidakpuasan dengan tubuhnya ataupun sering menilai penampilan pribadi dengan mengacu pada standar kecantikan sosial, maka rasa percaya dirinya bisa menurun (Ifdil dkk., 2017).

Berdasarkan dengan permasalahan yang telah dipaparkan di atas maka diketahui saat ini banyak perempuan dewasa awal yang tidak memiliki rasa percaya diri karena adanya fenomena *beauty privilege* yang memunculkan persepsi negatif terhadap *body image*. Penting bagi perempuan dewasa awal untuk rasa percaya diri yang kuat agar dapat mendukung berbagai aktivitasnya dalam menentukan karir di masa depannya, tanpa terpengaruh standar kecantikan yang ada. Sehingga penulis memiliki minat meneliti terkait hubungan antara *body image* terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dengan adanya tren *beauty privilege*.

Apakah terdapat hubungan antara *body image* terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dengan adanya tren *beauty privilege*.

## **B. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menguji secara empiris

mengenai adanya hubungan antara *body image* terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dalam tren *beauty privilege*.

### C. Manfaat Penelitian

Pengetahuan dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, yaitu:

#### 1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pengembangan keilmuan psikologi, terutama psikologi sosial. Selain itu, diharapkan dapat memberikan sumber informasi pengembangan pengetahuan secara jelas mengenai variabel yang diteliti yaitu *body image* dan kepercayaan diri perempuan dewasa awal dengan adanya tren *beauty privilege*.

#### 2. Secara Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman berharga dalam proses penelitian, mulai dari penyusunan proposal hingga pengolahan data. Selain itu, peneliti dapat memperdalam pemahaman mengenai fenomena *body image* dan tren *beauty privilege* yang memengaruhi kepercayaan diri perempuan dewasa awal. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan wawasan serta memberikan kontribusi dalam menciptakan intervensi

psikologis untuk meningkatkan kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal tanpa terpengaruh oleh standar kecantikan yang ada.

**b. Bagi Subjek Penelitian**

Penelitian ini diharapkan membantu individu khususnya perempuan dewasa awal agar lebih menyadari bagaimana *body image* dipengaruhi oleh tren *beauty privilege* dan berdampak pada rasa percaya diri mereka. Diharapkan mereka dapat lebih bijak dalam menilai diri sendiri tanpa terpengaruh oleh standar kecantikan yang ada dan dapat menerima diri apa adanya.

**c. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber acuan bagi penelitian selanjutnya yang lebih mendalam serta juga dapat mengembangkan penelitiannya dengan mengkaji faktor lain yang mungkin memiliki keterkaitan, seperti pengaruh budaya atau faktor demografis terhadap hubungan antara *body image* dan kepercayaan diri.

**d. Bagi Masyarakat**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat mengenai dampak *beauty privilege* terhadap kepercayaan diri perempuan dewasa awal, sehingga individu lebih bisa menerima diri sendiri, mengurangi tekanan sosial terkait standar kecantikan, dan lebih fokus pada kualitas diri daripada penampilan.

#### D. Keaslian Penelitian

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya yaitu oleh Pratami, Nuryani, dan Lindasari (2023) membahas tentang kepercayaan diri perempuan dewasa awal dan tren *beauty privilege*. Dengan menggunakan *convenience sampling*, salah satu teknik *non-probability sampling*, penelitian ini menjangkit 131 subjek yang terdiri dari mahasiswi tingkat I, II, dan III program studi industri pariwisata UPI Kampus Daerah Sumedang. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan diri mahasiswi tersebut mayoritas (97,7%) berada di kategori rendah, dengan hanya 2,3% yang termasuk kategori tinggi. Penelitian ini menggunakan teori kepercayaan diri dari Lauster dalam Tanjung dan Amelia (2017). Alat ukur yang digunakan yaitu skala yang disusun oleh Lauster dalam Ismayanti (2003).

Kandep dan Insan (2024) meneliti *body image* dan alienasi remaja perempuan. Subjek berjumlah 269 remaja perempuan Kabupaten Sumbawa dengan menggunakan metode *non-probability sampling* berupa *purposive sampling*. Hasil yang didapatkan yaitu terdapat pengaruh *body image* terhadap alienasi pada remaja perempuan, mengacu pada teori *body image* menurut Tadabbur (2008) serta teori alienasi yang dikemukakan Chaplin dalam Sianturi dkk (2019). Instrumen yang digunakan yaitu skala *body image* dan skala alienasi yang dirancang sendiri oleh peneliti.

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait *body image* dan kepercayaan diri pada remaja putri yaitu oleh Ifdil, Denich, dan Ilyas (2017). Subjek penelitian ini 77 remaja putri menggunakan teknik *purposive stratified*

*random sampling*. Hasil yang didapatkan yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara *body image* dengan kepercayaan diri remaja putri. Teori yang digunakan pada variabel kepercayaan diri yaitu dari Angelis (2003) dan pada variabel *body image* menggunakan teori Arthur & Emily (2010). Instrumen yang digunakan yaitu Zila & Ifdil Kepercayaan diri *Inventory* (ZI-KDI) dan Zila & Ifdil *Body Images Inventory* (ZI-BII).

Astuti dan Daud (2024) meneliti *body image* dan kepercayaan diri pada remaja yang menjadi korban *body shaming*. Subjek sebanyak 190 remaja korban *body shaming* yang berdomisili di Kota Makassar dengan teknik *purposive sampling*. Hasil yang didapatkan ada korelasi positif antara *body image* terhadap kepercayaan diri pada remaja yang mengalami perlakuan *body shaming*. Penelitian ini mengacu pada teori kepercayaan diri yang dikemukakan Hakim (2002) serta teori *body image* menurut Rombe (2013). Alat ukur yang digunakan yaitu skala kepercayaan diri dan skala *body image* yang diadaptasi dari skala penelitian Maulida (2020).

Penelitian yang dilakukan Dristi dan Barus (2024) membahas tentang penerimaan kepuasan *body image* dan kepercayaan diri di SMPN 1 Wonogiri. Subjek yang digunakan yaitu 80 siswa-siswi SMPN 1 Wonogiri. Hasil yang didapatkan terdapat korelasi positif antara penerimaan kepuasan *body image* terhadap kepercayaan diri pada siswa SMP Negeri 1 Wonogiri. Teori yang digunakan pada variabel kepercayaan diri yaitu dari Hakim (2002) dan pada variabel *body image* dari Thompson (2000). Adapun instrumen yang

digunakan yaitu menggunakan skala penerimaan kepuasan *body image* serta skala kepercayaan diri.

Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022) melakukan penelitian mengenai *body image* dengan kepercayaan diri remaja perempuan, subjek sebanyak 77 siswi MTs Negeri 1 Kendari. Hasil yang didapat ada hubungan antara kedua variabel tersebut. Teori yang digunakan pada variabel kepercayaan diri yaitu Lauster (2012) dan pada variabel *body image* yaitu Cash & Pruzinsky (2002). Alat ukur menggunakan skala *body image* dengan mengadaptasi penelitian utami (2019), sedangkan skala kepercayaan diri dimodifikasi dari skala yang disusun oleh Nisa (2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Ayodya dan Jayanti (2023) mengenai *self-esteem* dan *body image* pada ibu primigravida, menggunakan subjek 117 ibu primigravida minimal trimester ketiga. Teori *self-esteem* yang digunakan yaitu dari Rosenberg (dalam Murk, 2013) dan *body image* dari Cash & Pruzinsky (2012). Alat ukur yang digunakan modifikasi skala *self-esteem* berdasarkan teori dan aspek Rosenberg dan skala *body Image* berdasarkan teori serta aspek dari Cash.

Riset sebelumnya terkait *body image* dan kepercayaan diri perempuan pengguna Instagram yang pernah dilakukan oleh Laili, Sholichah, dan Amelasasih (2024). Menggunakan subjek 135 mahasiswi fakultas psikologi Muhammadiyah gresik. Teori kepercayaan diri yang digunakan dari Lauster (2003) dan *body image* dari Cash & Pruzinsky (2012). Menggunakan alat ukur yang disusun oleh Khairani, Hannan, dan Amalia (2019) yang sesuai dengan

aspek-aspek *body image*. Sedangkan alat ukur kepercayaan diri di media sosial intagram yang digunakan disusun oleh Amalia, Noviekayati, & Ananta, (2022) berdasarkan aspek Lauster (2003).

Penelitian oleh Anugrarista dan Manurung (2024) tentang *body image* dan kepercayaan diri mahasiswi di era media sosial menggunakan subjek 110 mahasiswi semester genap universitas katolik santo agustinus hippo mencakup kelompok usia 18-21 tahun, berlandaskan teori *self-esteem* dari coopersmith dan *body image* dari cash. Alat ukur yang digunakan skala *Multidimensional Body Self-Relation Questionnaire Appearance Scale* untuk mengukur *body image* dan skala kepercayaan diri yang dikembangkan berdasarkan teori Coopersmith.

Fajrianti, Sundari, dan Apriliyani (2024) melakukan penelitian mengenai *body image* dan kepercayaan diri remaja putri, subjek sebanyak 184 siswi kelas X1 sampai X14 MAN 1 Banyumas berusia 16 tahun. Teori yang digunakan kepercayaan diri dari Hidayat (2023) dan *body image* dari Salsabilla (2020). Alat ukur *Body Image* menggunakan *Multidimensional Body Self Relation Questionnaire-Appearance Scale* (MBSRQ-AS) yang diungkapkan oleh Cash dan Pruzinsky (2011). Alat ukur kepercayaan diri menggunakan skala kepercayaan diri (*Self Confidence scale*) yang diungkapkan oleh Lauster (2002).

**Tabel 1.1** Keaslian Penelitian

Penulis	Tahun	Persamaan	Perbedaan
Pratami, Nuryani, dan Lindasari	2023	Sama-sama membahas kepercayaan diri perempuan dewasa awal dan tren <i>beauty privilege</i> .	Tidak membahas <i>body image</i> , alat ukur dan teori berbeda. Subjek dari mahasiswi program studi pariwisata, sedangkan pada penelitian ini menggunakan subjek perempuan dewasa awal yang memiliki pengalaman atau pemahaman mengenai <i>beauty privilege</i> di kehidupan nyata maupun di media sosial.
Kandep dan Insan	2024	Sama-sama membahas <i>body image</i> .	Tidak meneliti kepercayaan diri, menggunakan subjek remaja, dan berfokus pada alienasi, bukan <i>beauty privilege</i> .
Ifdil, Denich, dan Ilyas	2017	Membahas <i>body image</i> dan kepercayaan diri.	Subjek remaja putri, bukan dewasa awal. Tidak membahas tren <i>beauty privilege</i> .
Astuti dan Daud	2024	Berfokus pada <i>body image</i> dan kepercayaan diri juga.	Subjek remaja korban <i>body shaming</i> , bukan perempuan dewasa awal. Dan tidak membahas <i>beauty privilege</i> .
Dristi dan Barus	2024	Sama-sama membahas <i>body image</i> dan kepercayaan diri.	Subjek siswa SMP, bukan dewasa awal. Tidak membahas <i>beauty privilege</i> .
Suarni, Janah, dan Pambudhi	2022	Sama-sama membahas <i>body image</i> dan kepercayaan diri, menggunakan teori dan alat ukur yang sama.	Subjek remaja (siswi MTs), dan tidak membahas <i>beauty privilege</i> .
Ayodya dan Jayanti	2023	Sama-sama membahas <i>body image</i> .	Subjek ibu hamil, bukan perempuan dewasa awal, membahas <i>self-esteem</i> , bukan kepercayaan diri, dan tidak membahas <i>beauty privilege</i> .
Laili, Sholichah, dan Amelasasih	2024	Membahas <i>body image</i> , kepercayaan diri.	Berfokus pada pengguna media sosial Instagram, bukan <i>beauty privilege</i> .
Anugrarista dan Manurung	2024	Sama-sama membahas <i>body image</i> dan kepercayaan diri.	Berfokus pada kepercayaan diri di era media sosial, bukan <i>beauty privilege</i> , subjek menggunakan mahasiswi, teori dan alat ukur berbeda.

---

Fajrianti, Sundari, dan Apriliyani	2024	Sama-sama membahas <i>body image</i> dan kepercayaan diri.	Subjek menggunakan remaja putri, bukan perempuan dewasa awal, dan tidak membahas <i>beauty privilege</i> .
------------------------------------	------	--	--

---

Berdasarkan hal tersebut peneliti menemukan bahwa tidak ada kesamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian sebelumnya, sehingga terdapat perbedaan, antara lain:

### 1. Keaslian Topik

Pada penelitian terdahulu belum ada yang membahas *body image*, kepercayaan diri dan *beauty privilege* sekaligus. Penelitian Pratami dkk. (2023) memang membahas *beauty privilege*, namun hanya berfokus pada kepercayaan diri tanpa mengaitkan dengan *body image*. Penelitian lain banyak membahas *body image* dan kepercayaan diri, namun tidak membahas *beauty privilege*. Dengan demikian penelitian ini memiliki keaslian dalam mengangkat topik yang lebih relevan dengan kondisi sosial saat ini, di mana tren *beauty privilege* semakin menonjol dan berdampak pada persepsi diri dan kepercayaan diri individu.

### 2. Keaslian Teori

Penelitian ini didasarkan pada teori kepercayaan diri menurut Lauster (2012) serta teori *body image* dari Cash dan Pruzinsky (2002). Teori ini sudah digunakan oleh sejumlah peneliti terdahulu, tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Dristi dan Barus (2024) teori yang digunakan yaitu kepercayaan diri dari Hakim (2002) dan teori *body image* dari Thompson (2000). Sehingga terdapat perbedaan teori yang digunakan meskipun

topiknya serupa, namun landasan teori berbeda dari sebagian peneliti terdahulu.

### 3. Keaslian Alat Ukur

Instrumen pada penelitian ini yaitu skala kepercayaan diri dan *body image*, dimodifikasi dari penelitian Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022). Meskipun menggunakan alat ukur yang sama, peneliti melakukan modifikasi dengan menyesuaikan kondisi responden. Tidak semua penelitian terdahulu menggunakan skala yang sama, beberapa menyusun sendiri dan menggunakan teori yang berbeda. Sehingga alat ukur pada penelitian ini asli karena dimodifikasi, bukan hanya menggunakan dari studi terdahulu.

### 4. Keaslian Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan subjek perempuan dewasa awal berdomisili di Provinsi DIY, dan pernah melihat atau menyadari adanya perlakuan berbeda terhadap orang yang dianggap menarik, baik di media sosial maupun di kehidupan nyata. Berbeda dari penelitian terdahulu yang sebagian besar menggunakan subjek remaja (SMP, MTs, MAN) dan mahasiswi umum. Hanya Pratami dkk. (2023) yang meneliti perempuan dewasa awal dan *beauty privilege*, namun hanya fokus pada kepercayaan diri tanpa membahas *body image*. Pemilihan subjek pada penelitian ini memiliki keaslian karena perempuan dewasa awal mungkin memiliki pengalaman dan tantangan yang berbeda terkait *body image* dan kepercayaan diri dalam *tren beauty privilege* dibandingkan usia lainnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini mempunyai keaslian dalam hal topik, teori, alat ukur, dan subjek. Topik yang diangkat menggabungkan *body image*, kepercayaan diri, dan *beauty privilege* secara bersamaan yang belum pernah diteliti sebelumnya. Teori yang digunakan pada sebagian besar penelitian terdahulu sama, namun ada beberapa yang berbeda. Alat ukur pada penelitian ini memodifikasi dari penelitian sebelumnya agar sesuai dengan karakteristik responden. Selain itu, subjek penelitian ini fokus pada perempuan dewasa awal di provinsi DIY yang pernah melihat atau menyadari adanya perlakuan berbeda terhadap orang yang dianggap menarik, baik di media sosial maupun di kehidupan nyata, sehingga berbeda dari penelitian terdahulu.

PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS JENDERAL  
ACIMD  
YOGYAKARTA