

Widyani
Fadhila_212303116_Hubungan
Antara Body Image Terhadap
Kepercayaan Diri Pada
Perempuan Dewasa Awal
Dengan Adanya Tren Beauty
Privilege

by Widyani Fadhila

Submission date: 13-Aug-2025 11:13AM (UTC+0700)

Submission ID: 2728986119

File name: Plagiarisme.docx (1.08M)

Word count: 10698

Character count: 69231

**HUBUNGAN ANTARA *BODY IMAGE* TERHADAP
KEPERCAYAAN DIRI PADA PEREMPUAN DEWASA AWAL
DENGAN ADANYA TREN *BEAUTY PRIVILEGE***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Program Studi Psikologi (S-1) Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun oleh:

WIDYANI FADHILAH

212303116

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA
2025**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kecantikan⁷⁸ 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 menekankan¹⁰⁰ 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, & Lindsari, 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, Puspita 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 dkk., 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).

⁴⁰ 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 ⁸ 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 ⁴³kepercayaan diri yakni ⁴³penampilan fisik, konsep diri, hubungan dengan orang tua, serta hubungan dengan teman sebaya (Ifdil, Denich, & Ilyas, 2017). Diantara itu, ¹¹penampilan fisik ¹¹menjadi salah satu faktor dominan berpengaruh terhadap ¹¹rasa 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 ⁸ **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 ⁴ **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) ⁵⁰ ***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.

³⁵ *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., ¹⁰⁷2017).

Berdasarkan dengan permasalahan yang telah dipaparkan di atas maka diketahui saat ini banyak perempuan ¹⁰⁸ 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 ¹ kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dengan adanya tren *beauty privilege*.

³¹ Apakah terdapat hubungan antara *body image* terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dengan adanya tren *beauty privilege*.

¹⁹ 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. ³⁶Manfaat 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*.

⁷⁰2. 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.

⁸⁶**D. Keaslian Penelitian**

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebelumnya yaitu oleh Pratami, Nuryani, dan Lindsari (2023) membahas tentang ²²kepercayaan 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 ²²mahasiswi tingkat I, II, dan III program studi industri pariwisata UPI Kampus Daerah Sumedang. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan diri mahasiswi tersebut mayoritas ¹(97,7%) berada di kategori rendah, dengan hanya 2,3% yang termasuk kategori tinggi. ²⁴Penelitian ini menggunakan teori kepercayaan diri dari Lauster dalam Tanjung dan Amelia (2017). ⁷Alat ukur yang digunakan yaitu skala yang ⁷disusun oleh Lauster dalam Ismayanti (2003).

Kandep dan Insan (2024) meneliti *body image* dan alienasi remaja perempuan. Subjek berjumlah 269 remaja perempuan Kabupaten Sumbawa ⁸²dengan menggunakan metode *non-probability sampling* berupa *purposive sampling*. Hasil yang didapatkan yaitu terdapat ¹⁰⁶pengaruh *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 ¹⁴yang digunakan yaitu skala *body image* dan skala alienasi yang dirancang sendiri oleh peneliti.

⁴²Penelitian 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 ³²terdapat 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 ⁹Zila & Ifdil Kepercayaan diri *Inventory* (ZI-KDI) dan *Zila & Ifdil Body Images Inventory* (ZI-BII).

Astuti dan Daud (2024) meneliti ¹¹*body image* dan kepercayaan diri pada remaja yang menjadi korban *body shaming*. Subjek sebanyak 190 remaja korban *body shaming* ⁴⁶yang berdomisili di Kota Makassar dengan teknik *purposive sampling*. Hasil yang didapatkan ada korelasi ⁶⁰positif 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). ²⁸Alat 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 ⁸

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

Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022)²⁷ 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*⁹⁷ 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)¹⁰.

Penelitian yang dilakukan oleh Ayodya dan Jayanti (2023) mengenai *self-esteem*²⁵ 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*²⁵ berdasarkan teori dan aspek Rosenberg dan skala *body Image* berdasarkan teori serta aspek dari Cash.

Riset sebelumnya terkait *body image*¹ dan kepercayaan diri perempuan pengguna Instagram yang pernah dilakukan oleh Laili, Sholichah, dan Amelasih (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 Anugrarisita 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.

¹ Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pada ²³ 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, ⁴⁸ baik di media sosial maupun di kehidupan nyata, sehingga berbeda dari penelitian terdahulu.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

²⁴ BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian terdiri atas:

1. Variabel Tergantung : Kepercayaan Diri
2. Variabel Bebas : *Body Image*

B. Definisi Operasional

1. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal adalah sejauh mana meyakini kemampuan dirinya dalam menghadapi tantangan hidup, membangun relasi sosial, dan merasa puas terhadap diri sendiri, terutama dalam konteks tekanan standar kecantikan dan fenomena *beauty privilege*. Kepercayaan diri dapat diukur berdasarkan ⁷² 5 aspek yaitu yakin akan kemampuan dirinya, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis (Lauster, 2012).

¹ 2. *Body Image*

Body image pada perempuan dewasa awal adalah persepsi, pikiran, serta perasaan terhadap bentuk dan penampilan tubuhnya, khususnya dalam menghadapi tekanan standar kecantikan dan pengaruh *beauty privilege* di masyarakat maupun media sosial. *Body image* dapat dinilai melalui 5 aspek yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan,

kepuasan terhadap bagian tubuh, pengkategorian tubuh, dan kecemasan menjadi gemuk (Cash & Pruzinsky, 2002).

C. Subjek Penelitian

³⁴Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh perempuan dewasa awal yang berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Populasi ini tersebar di lima wilayah administrasi, ¹⁷yaitu Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Gunungkidul, dan Kota Yogyakarta. ⁴⁰Berdasarkan 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.

Sugiyono (2019) mendefinisikan populasi adalah sekumpulan individu atau entitas yang memiliki kesamaan karakteristik tertentu, sehingga nantinya akan dijadikan dasar untuk membuat generalisasi hasil penelitian. Sampel pada penelitian ini melibatkan individu berjenis kelamin perempuan, berada pada usia dewasa awal dengan rentang 18-25 tahun, berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan pernah melihat atau menyadari adanya perlakuan berbeda terhadap orang yang dianggap menarik, ⁷⁹baik di media sosial maupun di kehidupan nyata. Sampel diartikan sebagai kelompok kecil anggota populasi yang dipilih karena memiliki karakteristik sesuai dengan tujuan penelitian ⁴⁷(Sugiyono, 2019). Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel pada

penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2019) menjelaskan *purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan tertentu. Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini diantaranya:

1. Perempuan berusia 18 sampai 25 tahun.
2. Berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), yang mencakup lima Kabupaten, yaitu Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Gunungkidul, dan Kota Yogyakarta, baik sementara maupun menetap.
3. Pernah melihat atau menyadari adanya perlakuan berbeda terhadap orang yang dianggap menarik, baik di media sosial maupun di kehidupan nyata.
4. Aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, atau platform lain.

D. Metode Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan menggunakan dua instrumen, yakni skala kepercayaan diri dan skala *body image*. Proses pengambilan data dilaksanakan secara *online* melalui penyebaran skala yang dibuat melalui *Google Form*. Instrumen yang digunakan merupakan hasil modifikasi dari skala yang telah dikembangkan oleh peneliti sebelumnya. Skala tersebut menggunakan model *Likert*, guna menilai sikap, opini, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Skala yang digunakan terdiri atas *favorable*, yang bersifat positif terhadap objek yang diukur, dan

unfavorable yang bersifat negatif atau bertentangan dengan objek tersebut. Penelitian ini memanfaatkan skala *Likert* sebagai instrumen pengukuran untuk mengumpulkan data dari responden, dengan rentang jawaban yang menggambarkan tingkat kecenderungan respon, mulai dari yang paling positif hingga yang paling negatif. Skala *Likert* memiliki lima tingkat jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) (Sugiyono, 2019).

Penelitian ini meminta responden untuk memberikan tanggapan dalam skala dengan menyatakan seberapa setuju atau tidak setuju. Peneliti menetapkan rentang nilai 1 sampai 5 untuk pernyataan yang bersifat *favorable*, sedangkan untuk pernyataan *unfavorable* digunakan rentang nilai 5 sampai 1. Tabel berikut merupakan penilaian skala yang digunakan:

Tabel 3.1 Penilaian Skala

Skor <i>Favorable</i>	Jawaban	Skor <i>Unfavorable</i>
5	Sangat Setuju (SS)	1
4	Setuju (S)	2
3	Netral (N)	3
2	Tidak Setuju (TS)	4
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Setelah mengidentifikasi skala, langkah selanjutnya yaitu menyusun *blueprint*. *Blueprint* ini berisi informasi lengkap mengenai isi skala yang berfungsi sebagai panduan bagi peneliti agar tetap sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan dua instrumen psikologi, yakni skala kepercayaan diri dan skala *body image*. Tabel di bawah ini menjelaskan gambaran detail mengenai *blueprint* skala kepercayaan diri didasarkan aspek-aspek yang dijelaskan oleh Lauster (Suarni, Janah, & Pambudhi, 2022) dan

blueprint skala *body image* yang disusun mengacu pada aspek-aspek *body image* dari Cash dan Pruzinsky (Suarni, Janah, & Pambudhi, 2022).

1. Kepercayaan Diri

Penelitian ini memodifikasi skala kepercayaan diri yang dikembangkan oleh Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022). Skala yang telah dimodifikasi ini didasarkan pada aspek kepercayaan diri menurut Lauster (2012). Modifikasi dilakukan pada beberapa aitem agar lebih sesuai dengan kondisi dan pengalaman responden. Berdasarkan skala yang telah dibuat oleh Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022) menunjukkan bahwa uji reliabilitas yang telah dilakukan yaitu sebesar 0.841. Hasil tersebut menunjukkan angka yang mendekati 1.00 yang menandakan bahwa tingkat reliabilitas alat ukur yang digunakan berada pada kategori sangat tinggi. Berikut blueprint dari skala kepercayaan diri.

Tabel 3.2 *Blueprint Kepercayaan Diri* Sebelum Modifikasi

Aspek	Aitem		Jumlah	Persentase
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
Keyakinan akan kemampuan diri	1	10, 20, 15	4	14%
Optimis	5, 12, 22, 26, 6, 29	17, 28	8	28%
Objektif	2, 24, 19, 8	27	5	17%
Bertanggung Jawab	3, 7, 25, 13	11, 23, 21	7	24%
Rasional dan realistis	4, 9, 14, 16	18	5	17%
Total	19	10	29	100%

Tabel 3.3 *Blueprint* Kepercayaan Diri Setelah Modifikasi

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah	Persentase
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
Keyakinan akan kemampuan diri	Yakin terhadap kemampuan diri dalam berbagai situasi	1, 6, 13	10, 15, 20	6	20%
Optimis	Sikap positif terhadap keberhasilan dan semangat saat gagal	5, 12, 22, 26	17, 28	6	20%
Objektif	Kemampuan menerima dan mempertimbangkan pendapat atau saran orang lain	2, 8, 19, 24	27, 29	6	20%
Bertanggung Jawab	Kemampuan bertanggung jawab atas tindakan dan hasil kerja	3, 7, 25	11, 21, 23	6	20%
Rasional dan realistis	Kemampuan berpikir logis dan sesuai kenyataan dalam membuat keputusan atau tindakan	4, 9, 14, 16	18, 30	6	20%
Total		18	12	30	100%

2. *Body Image*

Peneliti juga melakukan modifikasi skala *body image* yang sebelumnya telah dikembangkan oleh Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022). Skala ini dirancang berdasar pada aspek-aspek *body image* menurut Cash dan Pruzinsky (2002). Beberapa aitem juga dimodifikasi dari skala yang dikembangkan oleh Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022). Modifikasi dilakukan pada beberapa aitem agar lebih sesuai dengan kondisi dan pengalaman responden. Hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan oleh Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022) menunjukkan nilai sebesar 0.857. Nilai tersebut hampir mencapai 1.00 yang menunjukkan

bahwa reliabilitas alat ukur yang disusun berada pada kategori sangat tinggi. Berikut *blueprint* skala *body image*:

Tabel 3.4 *Blueprint Body Image* Sebelum Modifikasi

Aspek	Aitem		Jumlah	Persentase
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
Evaluasi penampilan	1, 2, 4, 14	9	5	18%
Orientasi penampilan	3, 21	6, 15	4	14%
Kepuasan bagian tubuh	5, 24	7, 10, 11	5	18%
Khawatir menjadi gemuk	8, 26	12, 13, 19, 20, 22	7	25%
Pengkategorian ukuran tubuh	16, 23, 25, 28	17, 18, 27	7	25%
Total	14	14	28	100%

Tabel 3.5 *Blueprint Body Image* Setelah Modifikasi

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah	Persentase
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
Evaluasi penampilan	Merasa memiliki penampilan yang menarik	1, 2, 4, 14	9, 19	6	20%
Orientasi penampilan	Kurang memperhatikan penampilan dan mengikuti tren fashion	3, 21, 23	6, 15, 29	6	20%
Kepuasan bagian tubuh	Tingkat kepuasan terhadap bentuk tubuh dan warna kulit	5, 24, 30	7, 10, 11	6	20%
Khawatir menjadi gemuk	Kekhawatiran terhadap kenaikan berat badan dan pengaruhnya terhadap diri	8, 26	12, 13, 20, 22	6	20%
Pengkategorian ukuran tubuh	Persepsi terhadap berat dan tinggi badan yang dimiliki	16, 25, 28	17, 18, 27	6	20%
Total		15	15	30	100%

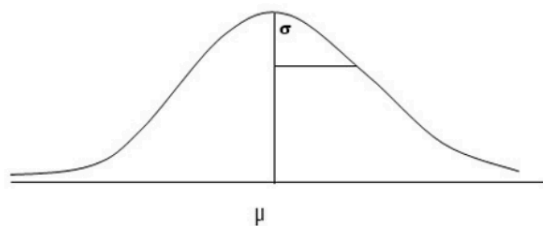
E. Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian dilaksanakan dengan aplikasi *Statistical Package For The Social Sciences (SPSS) for windows* versi 24. Setelah itu dilakukan uji hipotesis untuk mengkaji hipotesis hubungan antara variabel bebas (X) yaitu *body image* dan variabel tergantung (Y) yaitu kepercayaan diri. Sebelum melakukan uji hipotesis untuk menguji hubungan antar variabel terlebih dahulu peneliti melakukan uji asumsi. Beberapa uji asumsi yang dilakukan:

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilaksanakan guna mengetahui apakah data dalam penelitian ini memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang berdistribusi normal berarti data tersebar secara simetris dan membentuk pola kurva berbentuk lonceng (*bell-shaped curve*), di mana sebagian besar nilai berkumpul di sekitar nilai rata-rata dan sisanya tersebar merata di kedua sisi. Pola ini mencerminkan bahwa mayoritas responden memiliki skor yang mendekati rata-rata, dan hanya sedikit yang memiliki skor sangat tinggi atau sangat rendah. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* melalui aplikasi *SPSS 24 for windows*. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, data terdistribusi normal. Namun, apabila nilai signifikansi $< 0,05$, data tidak terdistribusi secara normal. (Azwar, 2022). Adapun bentuk kurva normal sebagai berikut.



Gambar 3.1 Kurva Normal²⁰

b. Uji Linearitas

Uji linearitas mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah dua variabel tersebut mempunyai hubungan yang bersifat linear. Hubungan linear berarti bahwa perubahan pada satu variabel diikuti oleh perubahan yang konsisten dan searah pada variabel lainnya, sehingga keduanya dapat dihubungkan melalui garis lurus. Pengujian dilakukan dengan metode *Test for Linearity* melalui SPSS 24 for windows. Nilai signifikansi $>0,05$ menunjukkan hubungan linear antar variabel. Sebaliknya, jika $<0,05$, artinya hubungan antar variabel tidak linear (Azwar, 2022).

2. Uji Hipotesis

Setelah pengujian asumsi selesai dilakukan, tahap berikutnya adalah menguji hipotesis terhadap variabel *body image* (X) dengan kepercayaan diri (Y). Guna melihat ada tidaknya korelasi antara kedua variabel tersebut, peneliti menggunakan metode *Pearson Product Moment* melalui software SPSS versi 24. Metode ini bertujuan menguji ada tidaknya

korelasi pada kedua variabel. Jika nilai $p < 0,05$ artinya *body image* mempunyai korelasi signifikan dengan kepercayaan diri. Tetapi, jika $p > 0,05$ diartikan tidak terdapat korelasi diantara kedua variabel. Jika hasil uji asumsinya tidak memenuhi, maka penelitian ini menggunakan uji korelasi non parametrik, yaitu uji korelasi *Spearman Rank*.

F. Kredibilitas

1. Validitas

Untuk mengetahui apakah alat ukur sejalan dengan tujuan pengukuran maka dilakukan uji validitas. Uji validitas isi dalam penelitian, yang bertujuan untuk menilai apakah butir-butir pernyataan skala telah relevan dan mampu mengukur sebagai mestinya berdasarkan tujuan (Azwar, 2022). Instrumen dianggap valid jika setiap pernyataannya benar-benar mencerminkan aspek yang ingin diteliti. Untuk menentukan apakah alat ukur tersebut valid atau tidak, maka peneliti menggunakan *expert judgment*, yang di mana instrumen penelitian yang telah disusun berdasarkan aspek tertentu harus dikonsultasikan dengan ahli yang kompeten (Azwar, 2022). Hal ini dilakukan untuk memastikan apakah instrumen tersebut bisa langsung digunakan, perlu diperbaiki, atau bahkan harus dirancang ulang.

Menurut Azwar (2022), kelayakan suatu aitem dapat dinilai berdasarkan pendapat subjektif dari sekelompok ahli. Pada penelitian ini, validitas isi diuji dengan menggunakan Koefisien Aiken's V, yaitu teknik

statistik yang menilai sejauh mana pernyataan dalam instrumen dapat dianggap valid berdasarkan penilaian para ahli. Berikut rumus Aiken's V:

$$V = \frac{\text{jumlah } s}{n(c - lo)}$$

³³
Keterangan:

$s = r - lo$

lo = penilaian angka penilaian rendah (1)

c = penilaian angka penilaian tertinggi (5)

r = nilai yang diberikan oleh seorang ahli

2. Reliabilitas

Guna mengetahui apakah suatu instrumen dapat diandalkan dan menghasilkan data yang konsisten, digunakan uji statistik yang disebut uji reliabilitas. Maksud dari pengujian ini yaitu untuk mengidentifikasi apakah alat ukur akan memberikan data yang stabil saat digunakan lebih dari satu kali. Reliabilitas suatu alat ukur terlihat dari kemampuannya memberikan hasil yang tetap meski proses pengukuran diulang.

Reliabilitas diuji menggunakan metode konsistensi internal, yaitu mengukur sejauh mana aitem-aitem dalam suatu skala saling berkorelasi dan konsisten dalam mengukur konstruk yang sama. Teknik untuk menguji konsistensi internal adalah *Alpha Cronbach*. Nilai reliabilitas ⁶⁵ memiliki rentang dari 0 hingga 1,00, dan semakin mendekati 1,00, maka reliabilitasnya semakin tinggi. Sebuah instrumen dianggap memiliki reliabilitas baik jika nilai koefisiennya minimal 0,80 (Azwar, 2022).

G. Rancangan Penelitian⁷

1. Desain Penelitian

Pendekatan kuantitatif menjadi pilihan dalam penelitian ini, yang mana jenis penelitiannya bersifat korelasional. Pendekatan korelasional digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel, yaitu *body image* sebagai variabel independen dan kepercayaan diri sebagai variabel dependen (Azwar, 2022). Melalui metode kuantitatif, informasi dikumpulkan dalam bentuk angka yang diperoleh dari pengukuran terstruktur, kemudian data ini diolah menggunakan pendekatan statistik untuk mendukung proses analisis (Azwar, 2022). Penelitian ini dilakukan dengan tujuan guna mengidentifikasi adanya hubungan antara *body image* dengan kepercayaan diri.

2. Tahapan Penelitian

a. Mengidentifikasi Masalah

Peneliti dalam tahap ini mencari dan menetapkan topik yang akan diteliti, dengan fokus pada permasalahan terkait *body image* dan kepercayaan diri dalam tren *beauty privilege*.

b. Kajian Pustaka dan Hipotesis

Peneliti mengumpulkan referensi teoritis dan literatur yang relevan, termasuk penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya dan mendukung isu yang diangkat. Tujuannya guna memperoleh dasar teori yang kuat serta membentuk hipotesis atau dugaan sementara dari hasil yang mungkin ditemukan dalam penelitian ini.

c. Menentukan Desain dan Metode

Dalam menjalankan penelitian, peneliti menentukan desain serta metode yang dianggap paling tepat. Penelitian ini menggunakan desain korelasional, dengan metode kuantitatif yang bersifat non-eksperimental.

d. Membuat Instrumen

Peneliti menyusun instrumen yang digunakan dengan melakukan modifikasi terhadap beberapa aitem yang sebelumnya telah dibuat oleh peneliti lain.

e. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dilaksanakan dengan menyebarkan skala *body image* dan skala kepercayaan diri secara online melalui Google Form.

f. Analisis Data

Setelah data-data terkumpul, peneliti melakukan analisis dan mengolah data menggunakan metode statistik melalui aplikasi SPSS.

g. Membuat Laporan

Peneliti menyusun hasil penelitian ke dalam bentuk laporan atau skripsi, yang mencakup seluruh rangkaian proses penelitian, mulai dari latar belakang hingga penarikan kesimpulan.

h. Membuat Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan oleh peneliti dengan berdasarkan langkah-langkah yang telah dilalui dalam pelaksanaan penelitian ini.

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancanh dan Persiapan

1. Orientasi Kancanh

Pelaksanaan penelitian ini berlokasi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), yang mencakup lima daerah administratif, yakni Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Gunung Kidul, dan Kota Yogyakarta. Provinsi DIY tidak hanya dikenal sebagai kota pelajar, tetapi juga memiliki citra yang kuat sebagai kota budaya, kota wisata, serta kota yang dihuni oleh banyak perempuan dengan penampilan menarik. Citra perempuan Yogyakarta sebagai "ayu", "lemah lembut", dan "berpenampilan menarik" telah melekat dalam narasi sosial budaya masyarakat (Mahfid, 2025).

Yogyakarta juga dikenal sebagai kota besar dengan biaya hidup yang relatif rendah, sehingga menjadi tujuan favorit bagi banyak pendatang, termasuk perempuan muda dari berbagai daerah. Beberapa perempuan dewasa awal yang tinggal di Yogyakarta terpapar oleh berbagai standar kecantikan dan pengaruh media sosial. Standar cantik sendiri secara umum mengacu pada penampilan fisik yang ideal menurut konstruksi sosial tertentu, seperti kulit cerah, tubuh langsing, wajah simetris, dan penampilan bersih serta modis (Muthaharah & Nilawati, 2023). Hal tersebut mendorong perempuan di DIY untuk berupaya mencapai standar

tersebut, dengan melakukan perawatan diri, menggunakan produk kosmetik, hingga gaya berpakaian.

Tingginya kesadaran terhadap penampilan fisik atau *body image* ini terlihat dari banyaknya fasilitas pendukung kecantikan di Yogyakarta. Terdapat berbagai ⁵⁴ klinik kecantikan seperti *Natasha Skin Clinic Center*, *Erha Clinic*, *ZAP Clinic*, *Larissa Aesthetic Center*, *Navagreen*, dll yang tersebar di wilayah kota. Selain itu, DIY juga memiliki banyak toko kosmetik seperti *Mutiara Kosmetik*, *Jelita Kosmetik*, *Els Beauty*, *CF Beauty*, *Puspa Indah*, *Sociolla*, *Sudut Cantik*, dll (Putri, 2025). Keberadaan klinik kecantikan dan pusat kosmetik ³⁴ ini menunjukkan bahwa masyarakat, khususnya perempuan dewasa awal di Yogyakarta, memiliki perhatian besar terhadap penampilan fisik atau *body image* sebagai pembentuk kepercayaan diri.

Subjek dalam penelitian ini yaitu perempuan usia 18-25 tahun yang merupakan usia ⁴² dewasa awal. Menurut Santrock (2011), masa dewasa awal ditandai sebagai masa untuk bereksperimen dan mengeksplorasi berbagai hal. Perempuan yang berada dalam masa dewasa awal cenderung lebih memperhatikan citra tubuh (*body image*) mereka karena pengaruh lingkungan sosial dan kebutuhan untuk tampil percaya diri dalam menjalani aktivitas sehari-hari.

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 7 Juni sampai 18 Juni 2025, melalui *google form* yang disebarluaskan secara *online* melalui media sosial Instagram, Tiktok, WhatsApp, dan Twitter guna menjangkau lebih

banyak responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. *Google form* tersebut berisi pernyataan kesediaan, identitas responden, skala *body image* dan skala kepercayaan diri. Penelitian ini ditujukan kepada perempuan dewasa awal berdomisili di Provinsi DIY, yang pernah melihat atau menyadari adanya perlakuan berbeda terhadap orang yang dianggap menarik, baik di media sosial maupun di kehidupan nyata, serta aktif menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, atau platform lain.

2. Persiapan Penelitian

Beberapa langkah yang perlu dilewati peneliti sebelum pengumpulan data, diantaranya:

a. Persiapan Administrasi

Peneliti menetapkan subjek yang sesuai kriteria penelitian yaitu perempuan berusia 18-25 tahun berdomisili di Provinsi DIY yang pernah melihat atau menyadari adanya perlakuan berbeda terhadap orang yang dianggap menarik, baik di media sosial maupun di kehidupan nyata, serta aktif menggunakan media sosial. Penelitian ini tidak membutuhkan surat perizinan dari instansi karena proses pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan *Google Form*, yang kemudian disebarakan melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Twitter kepada para responden. Berdasarkan kode etik penelitian mengenai *informed consent*, peneliti menggunakan pernyataan kesediaan di tampilan awal *google form*. Hal

ini menandakan persetujuan dan kesediaan responden dalam mengisi skala penelitian.

b. Persiapan Alat Ukur

Terdapat dua instrumen yang digunakan pada penelitian ini, yaitu skala *body image* dan skala kepercayaan diri.

1) Skala *Body Image*

Skala *body image* memodifikasi dari penelitian Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022), yang disusun berdasarkan aspek-aspek *body image* yang dikemukakan oleh Cash dan Pruzinsky (2002). Namun, instrumen pada penelitian sebelumnya tidak terdapat indikator, sehingga peneliti menyusun indikator terlebih dahulu. Indikator disusun berdasarkan lima aspek *body image* yakni evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan bagian tubuh, khawatir menjadi gemuk, dan pengkategorian ukuran tubuh. Skala ini memuat 30 pernyataan, yang terbagi secara seimbang menjadi 15 pernyataan positif (*favorable*) dan 15 pernyataan negatif (*unfavorable*). Terdapat 5 pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS) mempunyai skor 5, Setuju (S) mempunyai skor 4, Netral (N) mempunyai skor 3, Tidak Setuju (TS) mempunyai skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mempunyai skor 1.

Peneliti melakukan uji validitas dengan melibatkan 8 *expert* atau ahli pada indikator dan aitem yang telah disusun.

Tabel 4.1 Hasil Validitas Aiken's V Indikator *Body Image*

Indikator	V	Keterangan
Indikator 1	0,906	Valid
Indikator 2	0,781	Valid
Indikator 3	0,843	Valid
Indikator 4	0,781	Valid
Indikator 5	0,875	Valid

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji validitas indikator *body image* memperoleh nilai dalam rentang 0,781 hingga 0,906. Artinya, seluruh indikator *body image* dinyatakan valid dan tidak terdapat indikator yang gugur.

Tabel 4.2 Hasil Validitas Aiken's V Aitem ³ *Body Image*

Aitem	V	Keterangan
Aitem 1	0,875	Valid
Aitem 2	0,875	Valid
Aitem 3	0,781	Valid
Aitem 4	0,875	Valid
Aitem 5	0,875	Valid
Aitem 6	0,812	Valid
Aitem 7	0,812	Valid
Aitem 8	0,875	Valid
Aitem 9	0,812	Valid
Aitem 10	0,843	Valid
Aitem 11	0,781	Valid
Aitem 12	0,875	Valid
Aitem 13	0,781	Valid
Aitem 14	0,875	Valid
Aitem 15	0,875	Valid
Aitem 16	0,875	Valid
Aitem 17	0,906	Valid
Aitem 18	0,812	Valid
Aitem 19	0,781	Valid
Aitem 20	0,906	Valid
Aitem 21	0,875	Valid
Aitem 22	0,812	Valid
Aitem 23	0,843	Valid
Aitem 24	0,906	Valid
Aitem 25	0,906	Valid
Aitem 26	0,875	Valid
Aitem 27	0,906	Valid

Aitem	V	Keterangan
Aitem 28	0,906	Valid
Aitem 29	0,781	Valid
Aitem 30	0,875	Valid

Dapat dilihat dari tabel di atas, hasil uji validitas aitem ³ *body image* menunjukkan nilai dalam rentang 0,781 hingga 0,906 yang berarti seluruh aitem *body image* dinyatakan valid dan tidak terdapat ⁶¹ aitem yang gugur.

Berdasarkan hasil uji validitas yang dianalisis menggunakan ⁶¹ Aiken's V, seluruh indikator dan aitem dinyatakan valid karena semuanya memiliki nilai di atas batas minimum yang telah ditetapkan, sehingga tidak terdapat indikator dan aitem yang gugur.

²⁶ 2) Skala Kepercayaan Diri

Skala kepercayaan diri juga memodifikasi dari penelitian Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022) yang berdasarkan aspek-aspek ⁶ kepercayaan diri menurut Lauster (2012). Skala ini juga tidak terdapat indikator dari peneliti sebelumnya, sehingga peneliti menyusun indikator terlebih dahulu. Indikator ² disusun berdasarkan lima aspek kepercayaan diri yang terdiri atas keyakinan akan ² kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis. Skala ini terdiri dari 30 pernyataan yang terbagi menjadi 18 aitem *favorable* dan 12 aitem *unfavorable*. Terdapat 5 pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS) mempunyai skor 5, Setuju (S) mempunyai skor 4, Netral (N) mempunyai skor

3, Tidak Setuju (TS) mempunyai skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) mempunyai skor 1.

Peneliti juga melakukan uji validitas kepada 8 *expert* atau ahli pada indikator dan aitem yang telah disusun.

Tabel 4.3 Hasil Validitas Aiken's V Indikator Kepercayaan Diri

Indikator	V	Keterangan
Indikator 1	0,968	Valid
Indikator 2	0,843	Valid
Indikator 3	0,937	Valid
Indikator 4	0,937	Valid
Indikator 5	0,843	Valid

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas indikator kepercayaan diri memperoleh nilai dalam rentang 0,843 hingga 0,968. Hal ini dapat diartikan seluruh indikator kepercayaan diri dinyatakan valid dan tidak terdapat indikator yang gugur.

Tabel 4.4 Hasil Validitas Aiken's V Aitem Kepercayaan Diri

Aitem	V	Keterangan
Aitem 1	0,875	Valid
Aitem 2	0,843	Valid
Aitem 3	0,843	Valid
Aitem 4	0,843	Valid
Aitem 5	0,843	Valid
Aitem 6	0,812	Valid
Aitem 7	0,812	Valid
Aitem 8	0,781	Valid
Aitem 9	0,875	Valid
Aitem 10	0,843	Valid
Aitem 11	0,906	Valid
Aitem 12	0,781	Valid
Aitem 13	0,875	Valid
Aitem 14	0,875	Valid
Aitem 15	0,875	Valid
Aitem 16	0,875	Valid
Aitem 17	0,812	Valid
Aitem 18	0,875	Valid
Aitem 19	0,843	Valid

Aitem	V	Keterangan
Aitem 20	0,843	Valid
Aitem 21	0,875	Valid
Aitem 22	0,843	Valid
Aitem 23	0,812	Valid
Aitem 24	0,812	Valid
Aitem 25	0,843	Valid
Aitem 26	0,812	Valid
Aitem 27	0,843	Valid
Aitem 28	0,812	Valid
Aitem 29	0,875	Valid
Aitem 30	0,906	Valid

Dapat dilihat dari tabel di atas, hasil uji validitas aitem kepercayaan diri menunjukkan nilai dalam rentang 0,781 hingga 0,906 yang berarti seluruh aitem kepercayaan diri dinyatakan valid dan tidak terdapat aitem yang gugur.

Berdasarkan hasil uji validitas yang sudah dianalisis menggunakan Aiken's V, seluruh indikator dan aitem dinyatakan valid karena tidak ditemukan nilai yang berada di bawah kriteria minimum yang telah ditetapkan, sehingga tidak terdapat indikator dan aitem yang gugur.

c. Uji Coba Alat Ukur Penelitian

Peneliti melaksanakan pengujian awal terhadap alat ukur (*try out*) sebelum melakukan pengambilan data. Langkah awal yang dilakukan yaitu uji keterbacaan pada 20 responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan subjek penelitian. Tujuan dari uji keterbacaan ini untuk memastikan bahwa setiap aitem dapat dipahami dengan jelas oleh responden. Selanjutnya, peneliti melaksanakan uji coba (*try out*) dari tanggal 30 Mei hingga 5 Juni 2025 kepada 57 responden yang juga

memenuhi kriteria subjek penelitian. Uji coba dilaksanakan secara daring dengan memanfaatkan *google form* yang dibagikan ke berbagai media sosial. Setelah uji coba selesai, data dianalisis untuk menguji reliabilitas skala menggunakan SPSS versi 24 *for windows*.

5 d. Hasil Analisis Uji Coba Alat Ukur Penelitian

Analisis *try out* atau uji coba terhadap kedua instrumen menunjukkan hasil sebagai berikut:

1) Skala *Body Image*

Analisis uji coba atau *try out* skala *body image* menunjukkan bahwa dari 30 aitem pernyataan yang telah diuji, sebanyak 25 aitem valid, sedangkan 5 aitem lainnya gugur, yaitu aitem nomor 3, 15, 21, 23, dan 29 sehingga dilakukan 2 kali putaran. Berikut tabel hasil uji reliabilitas putaran kedua.

15 Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Skala *Body Image*

Aitem	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
Aitem 1	0,633	Reliabel
Aitem 2	0,829	Reliabel
Aitem 3	0,698	Reliabel
Aitem 4	0,715	Reliabel
Aitem 5	0,473	Reliabel
Aitem 6	0,808	Reliabel
Aitem 7	0,536	Reliabel
Aitem 8	0,681	Reliabel
Aitem 9	0,791	Reliabel
Aitem 10	0,711	Reliabel
Aitem 11	0,345	Reliabel
Aitem 12	0,684	Reliabel
Aitem 13	0,445	Reliabel
Aitem 14	0,629	Reliabel
Aitem 15	0,546	Reliabel
Aitem 16	0,594	Reliabel
Aitem 17	0,548	Reliabel

Aitem	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
Aitem 18	0,637	Reliabel
Aitem 19	0,628	Reliabel
Aitem 20	0,493	Reliabel
Aitem 21	0,639	Reliabel
Aitem 22	0,551	Reliabel
Aitem 23	0,535	Reliabel
Aitem 24	0,512	Reliabel
Aitem 25	0,680	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien aitem berada dalam rentang 0,345 hingga 0,829 dengan koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,942 yang mengindikasikan nilai koefisien tersebut > 0.8 sehingga skala *body image* dinyatakan reliabel. Berikut tabel *blueprint* skala *body image* setelah uji coba.

Tabel 4.6 *Blueprint* Skala *Body Image* Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah	Persentase
		Favorable	Unfavorable		
Evaluasi penampilan	Merasa memiliki penampilan yang menarik	1, 2, 3, 13	8, 17	6	24%
Orientasi penampilan	Kurang memperhatikan penampilan dan mengikuti tren fashion	-	5	1	4%
Kepuasan bagian tubuh	Tingkat kepuasan terhadap bentuk tubuh dan warna kulit	4, 20, 25	6, 9, 10	6	24%
Khawatir menjadi gemuk	Kekhawatiran terhadap kenaikan berat badan dan pengaruhnya terhadap diri	7, 22	11, 12, 18, 19	6	24%
Pengkategorian ukuran tubuh	Persepsi terhadap berat dan tinggi badan yang dimiliki	14, 21, 24	15, 16, 23	6	24%
Total		12	13	25	100%

2) ⁸ Skala Kepercayaan Diri

Analisis uji coba atau *try out* skala kepercayaan diri diketahui dari total 30 aitem pernyataan yang diuji, sebanyak 26 aitem dinyatakan valid, sedangkan 4 aitem gugur, yaitu aitem nomor 10, 20, 29, dan 30 sehingga dilakukan 2 kali putaran. Berikut hasil uji reliabilitas putaran kedua.

³⁹ **Tabel 4.7** Hasil Uji Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri

Aitem	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
Aitem 1	0,774	Reliabel
Aitem 2	0,614	Reliabel
Aitem 3	0,822	Reliabel
Aitem 4	0,635	Reliabel
Aitem 5	0,833	Reliabel
Aitem 6	0,751	Reliabel
Aitem 7	0,839	Reliabel
Aitem 8	0,698	Reliabel
Aitem 9	0,717	Reliabel
Aitem 10	0,633	Reliabel
Aitem 11	0,619	Reliabel
Aitem 12	0,770	Reliabel
Aitem 13	0,851	Reliabel
Aitem 14	0,563	Reliabel
Aitem 15	0,867	Reliabel
Aitem 16	0,326	Reliabel
Aitem 17	0,521	Reliabel
Aitem 18	0,703	Reliabel
Aitem 19	0,784	Reliabel
Aitem 20	0,842	Reliabel
Aitem 21	0,412	Reliabel
Aitem 22	0,687	Reliabel
Aitem 23	0,817	Reliabel
Aitem 24	0,802	Reliabel
Aitem 25	0,652	Reliabel
Aitem 26	0,840	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien aitem berada dalam rentang 0,326 hingga 0,867 serta koefisien reliabilitas *Cronbach's*

α sebesar 0,962 menunjukkan nilai koefisien tersebut > 0.8 sehingga skala kepercayaan diri dinyatakan reliabel. Berikut tabel *blueprint* skala kepercayaan diri setelah uji coba.

Tabel 4.8 *Blueprint* Skala Kepercayaan Diri Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah	Persentase
		Favorable	Unfavorable		
Keyakinan akan kemampuan diri	Yakin terhadap kemampuan diri dalam berbagai situasi	1, 6, 12	14	4	16%
Optimis	Sikap positif terhadap keberhasilan dan semangat saat gagal	5, 11, 20, 24	16, 26	6	23%
Objektif	Kemampuan menerima dan mempertimbangkan pendapat atau saran orang lain	2, 8, 18, 22	25	5	19%
Bertanggung Jawab	Kemampuan bertanggung jawab atas tindakan dan hasil kerja	3, 7, 23	10, 19, 21	6	23%
Rasional dan realistis	Kemampuan berpikir logis dan sesuai kenyataan dalam membuat keputusan atau tindakan	4, 9, 13, 15	17	5	19%
Total		18	8	26	100%

B. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Pengumpulan data berlangsung tanggal 7 Juni hingga 18 Juni 2025. Data dikumpulkan secara daring dengan membagikan tautan *Google Form* melalui berbagai platform media sosial. *Google form* tersebut berisi informasi umum terkait dengan penelitian, pernyataan kesediaan partisipasi (*informed consent*) yang menjelaskan kerahasiaan dan kesediaan responden, identitas responden, petunjuk pengisian, serta skala *body image* dan skala kepercayaan diri yang telah di uji coba.

¹⁰³ *Link google form* disebarluaskan ke media sosial Whatsapp, Tiktok, Twitter, dan Instagram guna menjangkau lebih banyak responden/⁹ subjek yang sesuai dengan kriteria penelitian. Subjek yang mengisi skala tersebut adalah perempuan berusia 18-25 tahun berdomisili di Provinsi DIY, yang pernah melihat atau menyadari adanya perlakuan berbeda terhadap orang yang dianggap menarik,¹⁸ baik di media sosial maupun di kehidupan nyata, serta aktif menggunakan media sosial. Peneliti membagikan *link google form* setiap hari selama proses pengambilan data berlangsung, melalui berbagai media sosial dan memantau perkembangan jumlah responden yang mengisi untuk memastikan jumlah responden mencapai target yang telah ditentukan dalam penelitian. Pengambilan data mendapatkan 167 responden, namun terdapat 3 responden *outlier* sehingga responden yang dianalisis sebanyak 164 orang.

³ C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Berdasarkan perolehan data yang dengan menyebarkan skala secara *online* melalui *google form*, terdapat sebanyak 167 responden telah bersedia mengisi skala penelitian, namun terdapat 3 responden *outlier* sehingga total responden yang dianalisis adalah 164 responden. Seluruh responden tersebut sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan di penelitian ini. Berikut gambaran dari sebaran data responden penelitian berdasarkan usia:⁷⁴

Tabel 4.9 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Usia	N	Persentase (%)
18	7	4,3
19	12	7,3
20	18	11
21	33	20,1
22	44	26,8
23	17	10,4
24	19	11,6
25	14	8,5
Total	164	100

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh informasi terkait dengan responden yang berada dalam rentang usia mengacu pada karakteristik yang telah ditetapkan sebelumnya. Subjek penelitian menggunakan rentang usia 18-25 tahun. Tabel diatas menunjukkan terdapat 7 responden berusia 18 tahun dengan persentase 4,3%. Responden berusia 19 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase sebesar 7,3%. Responden 20 tahun terdapat 18 orang dengan persentase sebesar 11%. Responden 21 tahun terdapat 33 orang dengan persentase sebesar 20,1%. Sebanyak 44 responden berusia 22 tahun dengan persentase sebesar 26,8%. Responden 23 tahun terdapat 17 responden dengan persentase 10,4%. Selanjutnya responden berusia 24 tahun terdapat 19 responden dengan persentase 11,6%. Terakhir, sebanyak 14 responden berusia 25 tahun dengan persentase 8,5%.

Tabel 4.10 Deskripsi Subjek Penelitian Berdasarkan Wilayah

Kabupaten/Kota	N	Persentase (%)
Yogyakarta	62	37,8
Sleman	30	18,3
Bantul	17	10,4
Kulon Progo	40	24,4
Gunung Kidul	15	9,1
Total	164	100

Data dalam tabel menunjukkan bahwa responden yang mengisi skala berasal dari lima wilayah administratif di Provinsi DIY, meliputi Kota Yogyakarta serta Kabupaten Sleman, Bantul, Kulon Progo, dan Gunung Kidul. Responden yang berada di Kota Yogyakarta berjumlah 62 responden dan persentase 37,8%. Responden di Kabupaten Sleman memiliki 30 dan persentase 18,3%. Responden di Kabupaten Bantul berjumlah 17 dengan persentase sebesar 10,4%. Responden yang berada di Kabupaten Kulon Progo berjumlah 40 dan persentase 24,4%. Terakhir, responden di Kabupaten Gunung Kidul berjumlah 15 dengan persentase sebesar 9,1%.

2. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data pada penelitian ini disusun berdasarkan data yang telah diperoleh bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai data tersebut. Hal ini mempermudah peneliti dalam melakukan interpretasi hasil penelitian. Peneliti menghitung nilai hipotetik dan nilai empirik dari data yang diperoleh.

Tabel 4.11 Deskripsi Data Penelitian Berdasarkan Nilai Hipotetik dan Empirik

Variabel	Hipotetik				Empirik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Body Image	25	125	75	16,7	39	118	84,7	18,6
Kepercayaan Diri	26	130	78	17,3	66	125	105,5	10,3

Keterangan:

Skor hipotetik diperoleh dari hasil skala

Skor empirik diperoleh dari hasil penelitian

Dapat dilihat dari tabel di atas, deskripsi data nilai hipotetik dan empirik, diketahui bahwa skala *body image* memperoleh skor *mean* hipotetik yaitu 75 dengan standar deviasi 16,7 dan juga memperoleh skor *mean* empirik sebesar 84,7 dengan standar deviasi sebesar 18,6. Pada skala kepercayaan diri memperoleh skor *mean* hipotetik sebesar 78 dengan standar deviasi 17,3 serta memperoleh skor *mean* empirik sebesar 105,5 dengan standar deviasi 10,3.

Peneliti menggunakan hasil analisis data deskripsi untuk mengelompokkan skor responden pada tiap variabel yang diteliti.. Azwar (2021) mengemukakan bahwa kategorisasi merupakan proses mengelompokkan data ke dalam kategori-kategori tertentu berdasarkan skor yang telah diperoleh. Guna mengetahui data berada pada kategori rendah, sedang, atau tinggi. Berikut tabel rumus kategorisasi yang dibuat sesuai norma.

Tabel 4.12 Rumus Norma Kategorisasi

Kategorisasi	Rumus Norma
Sangat Tinggi	$X > M + 1,8 SD$
Tinggi	$M + 0,6 SD < X \leq M + 1,8 SD$
Sedang	$M - 0,6 SD < X \leq M + 0,6 SD$
Rendah	$M - 1,8 SD < X \leq M - 0,6 SD$
Sangat Rendah	$X \leq M - 1,8 SD$

Keterangan:

X: Skor Total

M: Mean

SD: Standar Deviasi

Berdasarkan tabel diatas, langkah selanjutnya yaitu mengelompokkan responden ke dalam lima kategori yang telah ditentukan. Hasil pengelompokkan tersebut disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.13 Kategorisasi Data Penelitian Skala *Body Image* dan Kepercayaan Diri

Kategorisasi	<i>Body Image</i>	Kepercayaan Diri
Sangat Tinggi	$X > 105,1$	$X > 109,1$
Tinggi	$85 < X \leq 105,1$	$88,4 < X \leq 109,1$
Sedang	$65 < X \leq 85$	$67,6 < X \leq 88,4$
Rendah	$45 < X \leq 65$	$46,9 < X \leq 67,6$
Sangat Rendah	$X \leq 45$	$X \leq 46,9$

Tabel 4.14 Persentil untuk Kategorisasi Skala *Body Image* dan Kepercayaan Diri

Kategori	<i>Body Image</i>		Kepercayaan Diri	
	Frekuensi	Persentase (%)	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Tinggi	20	12,2	64	39
Tinggi	63	38,4	92	56,1
Sedang	63	38,4	7	4,3
Rendah	12	7,3	1	0,6
Sangat Rendah	6	3,7	0	0
Total	164	100	164	100

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa dari 164 responden terdapat skor variabel *body image* yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan bahwa dari 164 responden terdapat 20 responden (12,2%) berada dalam kategori sangat tinggi. Terdapat 63 responden (38,4%) berada dalam kategori tinggi dan sedang. Responden dengan kategori rendah terdapat 12 responden dengan persentase 7,3%. Terakhir, terdapat 6 responden (3,7%) berada dalam kategori sangat rendah.

Pada variabel kepercayaan diri, sebanyak 64 responden dengan persentase 39% berada dalam kategori sangat tinggi, serta terdapat 92 responden (56,1%) berada dalam kategori tinggi. Responden dengan

kategori sedang terdapat 7 responden dengan persentase 4,3%. Terdapat 1 responden termasuk kategori rendah, dengan persentase sebesar 0,6%. Pada variabel kepercayaan ini tidak ada responden yang berada **pada kategori sangat rendah**

3. Uji Asumsi

Sebelum uji hipotesis dilaksanakan, uji asumsi perlu dilakukan terlebih dahulu yang mencakup uji normalitas serta uji linearitas. Analisis dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 24 for Windows.

a. Uji Normalitas

Untuk melihat normalitas distribusi pada data, dilakukan uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan SPSS 24 for Windows. Azwar (2022) menyatakan bahwa data terdistribusi normal apabila signifikansi $> 0,05$, akan tetapi jika signifikansi $< 0,05$, data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig.	Interpretasi
Body Image	0.065	Terdistribusi Normal
Kepercayaan Diri	0.065	Terdistribusi Normal

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil uji normalitas skala *body image* dan kepercayaan diri menunjukkan nilai signifikansi yang sama, yaitu sebesar 0,065. Karena nilai $p > 0,05$ dapat dinyatakan data dari kedua variabel tersebut berdistribusi secara normal. Artinya, nilai data dari masing-masing variabel menyebar secara simetris dan membentuk pola distribusi menyerupai kurva lonceng (*bell-shaped*

curve), yang mayoritas data berada di sekitar nilai rata-rata dan semakin sedikit data yang berada jauh dari rata-rata.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan linear antara dua variabel. Pengujian ini menggunakan metode *Test for Linearity* menggunakan SPSS 24 for Windows. Menurut Azwar (2022), jika nilai signifikansi *deviation from linearity* $> 0,05$, hubungan antardua variabel dianggap linear. Sebaliknya, apabila nilai signifikansinya $< 0,05$, hubungan tersebut tidak linear.

Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas

Variabel	F	P	Interpretasi
Body Image dan Kepercayaan Diri	3.647	0.000	Tidak linear

Hasil uji linearitas dari tabel di atas mengindikasikan tidak adanya hubungan linear antara *body image* dan kepercayaan diri. Nilai *p deviation from linearity* sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya, dua variabel tersebut tidak menunjukkan hubungan yang linear. Kenaikan atau penurunan *body image* tidak selalu diikuti dengan kenaikan atau penurunan kepercayaan diri secara konsisten atau searah.

4. Uji Hipotesis

Setelah uji asumsi selesai, langkah selanjutnya ialah menguji hipotesis variabel citra tubuh atau *body image* (X) dan kepercayaan diri (Y). Uji hipotesis dilakukan untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya korelasi antara kedua variabel. Mengingat hasil uji asumsi, khususnya uji normalitas dan uji linearitas, pada uji linearitas menunjukkan bahwa data

tidak memenuhi asumsi linearitas, maka uji korelasi *Spearman Rank* dipakai untuk uji hipotesis dalam penelitian ini.

Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis

Variabel Bebas	Variabel Tergantung	r	P	R2	Interpretasi
Body Image	Kepercayaan Diri	0.309	0.000	0.095	Terdapat Hubungan Positif

Uji hipotesis menunjukkan adanya korelasi positif antara *body image* dan kepercayaan diri. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,309 dan nilai signifikansi $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Nilai korelasi tersebut mengindikasikan *body image* secara simultan memberikan kontribusi sebesar 30,9% terhadap kepercayaan diri. Oleh sebab itu, hipotesis yang diajukan oleh peneliti diterima. Dalam menginterpretasikan hasil uji hipotesis, digunakan pedoman penafsiran tingkat koefisien korelasi yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019) yang terbagi menjadi lima kategori yaitu:

Tabel 4.18 Kriteria Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.000	Sangat Kuat

Diketahui dari tabel kriteria koefisien korelasi bahwa nilai 0.309 tergolong dalam kategori rendah.

5. Uji Analisis Tambahan

Uji analisis tambahan ini dilakukan untuk melihat perbedaan hubungan antara variabel citra tubuh atau *body image* (X) dengan variabel kepercayaan diri (Y) berdasarkan wilayah.

Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Tambahan

Variabel	Kabupaten/Kota	Mean
<i>Body Image</i>	Yogyakarta	84,05
	Sleman	85,97
	Bantul	86,47
	Kulon Progo	84,85
	Gunung Kidul	82,73
Kepercayaan Diri	Yogyakarta	103,03
	Sleman	104,97
	Bantul	106,29
	Kulon Progo	107,73
	Gunung Kidul	109,60

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis uji tambahan menggunakan uji One-Way ANOVA menunjukkan adanya perbedaan mean atau rata-rata skor pada masing-masing wilayah. Pada variabel *body image*, rata-rata tertinggi terdapat di Kabupaten Bantul sebesar 86,47, Kabupaten Sleman 85,97, Kabupaten Kulon Progo 84,85, Kota Yogyakarta 84,05, dan terendah di Kabupaten Gunungkidul 82,73. Sementara itu, pada variabel kepercayaan diri, rata-rata tertinggi terdapat di Kabupaten Gunungkidul sebesar 109,60, Kabupaten Kulon Progo 107,73, Kabupaten Bantul 106,29, Kabupaten Sleman 104,97, dan Kota Yogyakarta 103,03.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara *body image* terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dengan adanya

tren *beauty privilege*. Dewasa awal yakni fase beralihnya ¹² masa remaja ke masa dewasa, di mana seseorang mulai belajar hidup mandiri (Syafitri & Dariyo, 2025). Di masa ini, individu menghadapi beberapa tugas perkembangan yang mencakup memulai karir, memilih pasangan hidup, menjalin hubungan serius, membentuk keluarga, serta menjalani peran dan tanggung jawab sosial (Dwilianto dkk., 2024). Perempuan yang berada dalam masa dewasa awal umumnya lebih memperhatikan penampilan fisik mereka untuk mendukung aktivitas sehari-hari (Mappatunru dkk., 2023). Hal ini selaras dengan karakteristik responden ⁶⁴ dalam penelitian ini yaitu perempuan dewasa awal berusia 18-25 tahun yang aktif menggunakan media sosial dan pernah melihat atau menyadari adanya perlakuan berbeda terhadap individu yang dianggap menarik, baik di media sosial maupun dalam kehidupan nyata. Sebanyak 164 orang ⁸⁵ yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sesuai kriteria sebelumnya menjadi responden dalam penelitian ini.

⁷ Berdasarkan hasil deskripsi data, diperoleh nilai rata-rata empirik *body image* sebesar 84,7 dan kepercayaan diri sebesar 105,5. Nilai ini lebih tinggi dari mean hipotetik masing-masing variabel, ¹⁰¹ yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai *body image* dan kepercayaan diri dalam kategori tinggi. Kategorisasi data menunjukkan bahwa 38,4% responden ⁶³ memiliki *body image* dalam kategori tinggi, sementara pada variabel kepercayaan diri, sebanyak 56,1% responden berada dalam kategori tinggi, dan ⁷⁷ 39% berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas

perempuan dewasa awal di DIY menilai penampilan diri secara positif dan percaya diri dalam menjalani kehidupan sosialnya.

Sebelum analisis hipotesis, uji asumsi dilaksanakan yang mencakup uji normalitas dan uji linearitas, guna memastikan distribusi data bersifat normal. Data yang normal berarti nilai-nilainya menyebar secara simetris dan dapat digeneralisasikan pada populasi yang sama dengan kriteria serupa (Santoso, 2010). Dari uji yang dilakukan, terlihat bahwa data variabel *body image* dan kepercayaan diri berdistribusi normal ($p = 0,065 > 0,05$). Oleh karena itu, data dapat dianggap representatif dan bisa dipakai untuk pengujian lanjutan.

Namun, dari hasil uji linearitas, diketahui bahwa tidak terdapat hubungan linear antara *body image* dengan kepercayaan diri ($p = 0,000 < 0,05$). Dalam statistik, linearitas penting untuk memastikan bahwa hubungan antara dua variabel bergerak searah dan konsisten. Ketidakterpenuhan linearitas mengindikasikan bahwa hubungan antarvariabel mungkin tidak stabil atau tidak bergerak dalam satu pola garis lurus. Oleh karena itu, untuk menghindari interpretasi yang menyesatkan, analisis dilanjutkan dengan metode non parametrik, yaitu uji korelasi *Spearman Rank* yang lebih sesuai untuk data yang tidak memenuhi asumsi linearitas (Sugiyono, 2019).

Hasil analisis uji korelasi *Spearman Rank*, menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *body image* dengan kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dengan adanya tren *beauty privilege*. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi $p = 0,000$ lebih kecil dari ($p < 0,05$) yang artinya sangat signifikan, serta nilai koefisien korelasi pearson sebesar 0,309. Artinya, semakin baik

pandangan seseorang terhadap tubuhnya, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dirinya. Namun, kekuatan hubungan yang ditemukan dalam penelitian ini tergolong rendah. Artinya, meskipun *body image* berpengaruh signifikan pada kepercayaan diri, pengaruh tersebut tidak besar. Kemungkinan hal ini terjadi karena kepercayaan diri dipengaruhi oleh faktor lain, seperti dukungan sosial, penerimaan diri, pengalaman hidup, dan juga tekanan dari media sosial. Selain itu, setiap individu memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap tubuhnya, sehingga dampaknya terhadap kepercayaan diri juga bisa bervariasi.

Sama halnya dengan penelitian Wati, Sarinah, dan Hartini (2019), mengindikasikan hubungan positif antara *body image* dan kepercayaan diri senilai 0,365 ($p < 0,05$), yang juga masuk dalam kategori rendah. Hal ini memperkuat temuan bahwa meskipun *body image* dapat memengaruhi tingkat kepercayaan diri, hubungan tersebut cenderung lemah karena banyaknya faktor lain yang turut berkontribusi dalam membentuk rasa percaya diri seseorang. Dengan demikian, tren *beauty privilege* tidak selalu berpengaruh kuat terhadap kepercayaan diri perempuan dewasa awal, karena kepercayaan diri dapat dibangun dari aspek yang lebih luas dan mendalam.

Analisis tambahan menggunakan One-Way ANOVA dilakukan untuk mengetahui perbedaan skor *body image* dan kepercayaan diri berdasarkan wilayah tempat tinggal. Hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata skor tertinggi *body image* terdapat di Kabupaten Bantul sebesar 86,47, sedangkan terendah di Gunungkidul 82,73. Sementara itu, skor kepercayaan diri tertinggi

ditemukan di Kabupaten Gunungkidul sebesar 109,60, dan terendah di Kota Yogyakarta 103,03. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun *body image* relatif lebih tinggi di beberapa daerah, tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat kepercayaan diri. Perbedaan ini bisa saja dipengaruhi oleh faktor lingkungan, sosial budaya, serta paparan terhadap standar kecantikan yang berbeda-beda di tiap wilayah.

Selaras oleh penelitian Anugraris dan Manurung (2024), yang menyatakan bahwa penampilan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kepercayaan diri seseorang. Permasalahan yang berkaitan dengan penampilan, khususnya bentuk tubuh, sering kali berdampak pada pembentukan konsep diri, terutama pada perempuan muda. Keinginan untuk memperbaiki penampilan, yang diperkuat oleh tekanan untuk selalu terlihat sempurna, menjadi salah satu cara utama bagi perempuan muda untuk menunjukkan eksistensi dirinya. Oleh karena itu, hasil penelitian ini secara tidak langsung juga memperkuat bahwa *body image* memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri seseorang.

Dalam penelitian ini, *body image* mencakup lima aspek yang dikemukakan oleh Cash dan Pruzinsky (2002), yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, pengkategorian tubuh, dan kecemasan menjadi gemuk. Pada konteks perempuan dewasa awal dalam tren *beauty privilege*, aspek-aspek tersebut terlihat jelas melalui skor empirik yang tinggi, di mana 38,4% responden berada dalam kategori tinggi dan sedang pada variabel *body image*. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas perempuan

dewasa awal mempunyai *body image* yang baik terhadap dirinya. Selaras oleh penelitian Maulani (2019) yang mengemukakan bahwa perempuan dewasa awal dengan *body image* yang tinggi umumnya menunjukkan penerimaan yang lebih baik terhadap tubuhnya dan mempunyai kepercayaan diri yang lebih kuat dibandingkan dengan perempuan yang memiliki *body image* rendah.

Lalu pada variabel kepercayaan diri yang mencakup lima aspek oleh Lauster (2012) yaitu keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis. Pada penelitian ini kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal berada pada kategori tinggi dengan persentase sebesar 56,1%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan dewasa awal memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Hal tersebut selaras dengan penelitian Marlina, Fatimah dan Siddik (2022) yang menyatakan bahwa individu yang memiliki kepercayaan diri tinggi mampu meningkatkan berbagai aspek dalam dirinya yang sangat dibutuhkan untuk menghadapi tantangan kehidupan. Kepercayaan diri yang tinggi ditandai dengan keyakinan akan kemampuan diri, sikap positif untuk terus berkembang, kemampuan bangkit dari kegagalan, serta pemikiran yang optimis terhadap masa depan. Hal ini sangat penting terutama bagi perempuan dewasa awal, yang sedang berada pada tahap perkembangan di mana tuntutan sosial, tekanan karir, dan ekspektasi terhadap penampilan fisik sering kali menjadi tantangan. Perempuan dewasa awal dengan kepercayaan diri tinggi cenderung lebih mampu menghadapi tekanan dengan sikap adaptif, yakin pada diri sendiri,

tidak mudah terpengaruh standar kecantikan, dan lebih termotivasi mencapai tujuan hidupnya.

¹ Berdasarkan hasil analisis tersebut terlihat bahwa *body image* berpengaruh terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal. Temuan tersebut sejalan dengan temuan Malau dan Rosito (2023) yang menyatakan bahwa ¹² pada umumnya seseorang yang menerima dan merasa puas terhadap kondisi serta penampilan fisiknya cenderung mempunyai tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang tidak menerima atau tidak puas dengan keadaan fisiknya. Seseorang yang mampu memandang tubuhnya secara positif akan merasa nyaman dengan dirinya sendiri dan ¹² mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, sehingga ⁹⁸ tidak memiliki kecenderungan untuk membandingkan dirinya sendiri dengan orang lain.

Kepuasan terhadap bentuk tubuh serta kesadaran akan penampilan fisik yang dianggap ideal dapat membentuk citra tubuh yang positif, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan ¹¹ kepercayaan diri. Sebaliknya, individu yang merasa tidak puas dengan fisiknya serta selalu melihat dirinya kurang ¹² ideal akan cenderung membentuk citra tubuh yang negatif, sehingga berdampak pada rendahnya tingkat kepercayaan diri (Darmayanti dkk, 2020).

Temuan ini dikuatkan dengan adanya fenomena sosial yang muncul pada kalangan perempuan dewasa awal yang dikenal dengan istilah *beauty privilege*, yang mana masyarakat cenderung memberikan perlakuan istimewa kepada individu yang dianggap menarik secara fisik. Adanya *beauty privilege* tersebut memperkuat standar kecantikan yang menciptakan tekanan bagi perempuan

dewasa awal untuk selalu tampil menarik. Pada penelitian Pratami, Nuryani dan Lindasari (2023) mengungkapkan bahwa meski banyak Perempuan dewasa awal yang menyadari adanya keuntungan sosial dari penampilan fisik yang menarik, sebagian besar dari mereka tetap menunjukkan tingkat kepercayaan diri. Fenomena *beauty privilege* tersebut tidak hanya terjadi di media sosial saja akan tetapi di kehidupan nyata juga. Adanya tren tersebut menyebabkan individu khususnya perempuan dewasa awal, memberikan pengaruh terhadap bentuk tubuh yang mana individu mulai menilai tubuhnya berdasarkan apa yang dianggap ideal oleh masyarakat ¹¹⁰ baik di media sosial maupun di dunia nyata (Laily, Sholichah & Amelasasih, 2024). Oleh karena itu, selain membangun *body image* yang positif, penting pula untuk meningkatkan kesadaran kritis terhadap dampak *beauty privilege* dan bagaimana hal itu memengaruhi persepsi diri. Dengan begitu, kepercayaan diri yang terbentuk tidak bersandar pada penampilan semata, melainkan pada penguatan terhadap nilai diri yang sebenarnya dan apa adanya.

Pada penelitian ini ditemukan variabel *body image* memberikan kontribusi sebesar 30,9% terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal. Hal tersebut menunjukkan *body image* memang memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kepercayaan diri, meskipun bukan merupakan satu-satunya faktor yang memengaruhinya. ⁸¹ Sisanya, yaitu sebesar 69,1%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar *body image*. Adapun faktor lain yang berpengaruh terhadap kepercayaan diri salah satunya adalah penerimaan diri. Penerimaan diri memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan diri, khususnya

pada perempuan dewasa awal yang menghadapi tekanan sosial terkait standar kecantikan. Ketika individu mampu menerima dirinya secara utuh, termasuk kelebihan dan kekurangannya, maka ia akan lebih tahan terhadap pengaruh negatif dari luar, seperti perbandingan sosial maupun ekspektasi fisik yang tidak realistis (Ardila & Ningsih, 2025). Selain itu, uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Spearman Rank* karena hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara *body image* dan kepercayaan diri tidak bersifat linear. Penggunaan uji *Spearman Rank*, yang merupakan metode non parametrik, sesuai untuk data yang tidak memenuhi asumsi linearitas, namun juga memiliki keterbatasan dalam menangkap pola hubungan kompleks jika dibandingkan dengan metode parametrik seperti *Pearson Product Moment*.

Berdasarkan keseluruhan hasil temuan dalam penelitian ini, ditarik kesimpulan bahwa citra tubuh atau *body image* memiliki hubungan positif dan sangat signifikan terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dalam konteks *tren beauty privilege*, meskipun kekuatan hubungan tersebut tergolong rendah. Artinya, semakin baik pandangan individu terhadap tubuhnya, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dirinya. Namun, karena *body image* hanya menyumbang 30,9% terhadap kepercayaan diri, maka diperlukan pemahaman bahwa faktor-faktor lain seperti penerimaan diri, dukungan sosial, dan tekanan sosial dari media juga turut memengaruhi pembentukan kepercayaan diri secara lebih kompleks. Di tengah adanya tren standar kecantikan yang dibentuk oleh media sosial dan realitas sosial,

penerimaan diri ⁷⁶ menjadi salah satu faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal. Oleh karena itu, hasil penelitian ⁶⁸ ini tidak hanya memperkuat teori yang telah ada, tetapi juga memberikan implikasi praktis dalam pengembangan intervensi psikologis dan edukasi publik yang mendorong penerimaan diri serta kesadaran kritis terhadap dampak dari tren kecantikan seperti *beauty privilege*.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan sangat signifikan antara *body image* terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal dengan adanya tren *beauty privilege*, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Artinya, semakin bagus *body image* maka akan semakin baik kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal di Provinsi DIY. Begitupun juga sebaliknya. Perempuan dewasa awal di Provinsi DIY yang memiliki *body image* positif terhadap dirinya, tubuhnya, dan wajahnya, akan mempunyai tingkat kepercayaan diri yang lebih baik. Sebagian besar responden mempunyai skor mean atau rata-rata pada kategori tinggi pada kedua variabel, yang mengindikasikan bahwa meskipun adanya tren *beauty privilege*, perempuan dewasa awal di Provinsi DIY tetap mampu mempertahankan *body image* yang positif. Mereka cenderung menilai penampilan secara realistis, menerima tubuhnya tanpa berlebihan menyalahkan diri, serta tidak mudah terpengaruh oleh standar kecantikan. Hal ini membuat mereka percaya diri dalam menghadapi kehidupan sosial, akademik, maupun profesional.

6 **B. Saran**

1. Bagi Responden Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwasannya *body image* mempunyai hubungan dengan kepercayaan diri. Oleh sebab itu, perempuan dewasa awal dapat terus mempertahankan *body image* yang positif, yaitu dengan menghargai keunikan diri sendiri, mengidentifikasi potensi yang dimiliki, serta tidak terpengaruh dalam standar kecantikan yang dibentuk oleh media dan lingkungan sosial. Dengan memiliki *body image* yang positif, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam menjalani berbagai aspek kehidupan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, sehingga disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melibatkan jumlah sampel yang lebih besar. Mengingat wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta cukup luas, maka pengambilan sampel yang lebih banyak, misalnya sekitar 500 responden atau jumlah yang mampu mewakili populasi DIY agar dapat meningkatkan generalisasi hasil penelitian. Selain itu, mengingat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *body image* hanya memberikan pengaruh yang sedikit terhadap kepercayaan diri, maka disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, seperti status ekonomi, konsep diri, atau penerimaan diri. Faktor ekonomi, misalnya kemampuan seseorang untuk melakukan perawatan diri, dapat memengaruhi *body image* dan kepercayaan diri secara tidak langsung. Penambahan data kualitatif

sebagai data tambahan, seperti wawancara, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait *body image* dan kepercayaan diri dalam tren *beauty privilege*, dikarenakan hasil penelitian ini menunjukkan hubungan yang tidak linear. Pengambilan data secara *online* dalam penelitian ini berisiko menghasilkan jawaban yang kurang akurat karena peneliti tidak dapat mengawasi langsung proses pengisiannya. Oleh karena itu, disarankan agar pengumpulan data selanjutnya dilakukan secara tatap muka, agar responden lebih memahami pernyataan dan data yang diperoleh menjadi lebih sesuai dengan kondisi sebenarnya sehingga lebih akurat.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

Widyani Fadhila_212303116_Hubungan Antara Body Image Terhadap Kepercayaan Diri Pada Perempuan Dewasa Awal Dengan Adanya Tren Beauty Privilege

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
2	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
3	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	1%
6	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
7	docplayer.info Internet Source	1%
8	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
9	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
10	ojs.uho.ac.id Internet Source	1%
11	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%

1 %

12

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

<1 %

13

proceeding.unnes.ac.id

Internet Source

<1 %

14

123dok.com

Internet Source

<1 %

15

repository.usd.ac.id

Internet Source

<1 %

16

Submitted to Universitas Hang Tuah Surabaya

Student Paper

<1 %

17

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

<1 %

18

ardhyaskamy.blogspot.com

Internet Source

<1 %

19

repositori.uma.ac.id

Internet Source

<1 %

20

Submitted to Unika Soegijapranata

Student Paper

<1 %

21

repository.stikes-bhm.ac.id

Internet Source

<1 %

22

journal2.stikeskendal.ac.id

Internet Source

<1 %

23

Submitted to Universitas Islam Indonesia

Student Paper

<1 %

24

elisatjahayoe.blogspot.com

Internet Source

<1 %

25

jurnalfpk.uinsby.ac.id

Internet Source

<1 %

26

repository.uma.ac.id

Internet Source

<1 %

27

repository.unibos.ac.id

Internet Source

<1 %

28

Submitted to Tamalpais Union High School District

Student Paper

<1 %

29

Submitted to Universitas Merdeka Malang

Student Paper

<1 %

30

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

<1 %

31

Submitted to Christian University of Maranatha

Student Paper

<1 %

32

Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Student Paper

<1 %

33

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

<1 %

34

jurnal.uts.ac.id

Internet Source

<1 %

35

eprints.uad.ac.id

Internet Source

<1 %

36

eprints.unram.ac.id

Internet Source

<1 %

37

journal.unj.ac.id

Internet Source

<1 %

38	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	<1 %
39	docobook.com Internet Source	<1 %
40	eprints.poltekkesjogja.ac.id Internet Source	<1 %
41	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
42	repository.ubharajaya.ac.id Internet Source	<1 %
43	ejournal.gunadarma.ac.id Internet Source	<1 %
44	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Tengah Student Paper	<1 %
45	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	<1 %
46	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
47	Submitted to King's College Student Paper	<1 %
48	www.idxchannel.com Internet Source	<1 %
49	Dhea Nur Ardila, Seffria, Elis Yunia Ningsih. "Pengaruh Self Acceptance Terhadap Self Confidence Pada Wanita Dewasa Awal Yang Mengalami Body Shaming", G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling, 2024 Publication	<1 %

50 Faza Maulida, Yulianti Dwi Astuti. "The Relationship Between Body Image and Self-Confidence Among University Students in Yogyakarta", Jurnal Prajaiswara, 2025
Publication <1%

51 digilib.uinkhas.ac.id
Internet Source <1%

52 Siti Aisah. "Hubungan antara Mahabbah dengan Penerimaan Diri pada Perempuan Dewasa Awal di Desa Wanajaya Kecamatan Cisolak Kabupaten Sukabumi", Jurnal Riset Agama, 2022
Publication <1%

53 Wati, Ida, Wati, Ida, sarinah, Sarinah, Hartini, Sri, Hartini, Sri. "KEPERCAYAAN DIRI DITINJAU DARI BODY IMAGE PADA SISWI KELAS X SMA", 'Universitas Bina Darma', 2019
Internet Source <1%

54 repository.unair.ac.id
Internet Source <1%

55 Muhammad Farhan Ghani, Prima Aulia. "Pengaruh Citra Tubuh terhadap Kompetensi Interpersonal pada Remaja Laki-laki yang Mengikuti Member Gym di Kota Padang", YASIN, 2024
Publication <1%

56 Submitted to Universitas Djuanda
Student Paper <1%

57 Submitted to Universitas Islam Riau
Student Paper <1%

58 repository.unja.ac.id
Internet Source <1%

59

Submitted to Universitas Sebelas Maret

Student Paper

<1 %

60

repository.unika.ac.id

Internet Source

<1 %

61

Anindya Pritanadira. "Karakteristik Psikometris Skala Komitmen Organisasi Allen & Meyer Pada Pegawai Negeri Sipil (PNS)", IJIP : Indonesian Journal of Islamic Psychology, 2019

Publication

<1 %

62

Eben Haezer Basran Patandean, Claudio Julio Mongan, Johannes Baptista Halik. "Peran Strategi Diversifikasi dan Pengelolaan Risiko Keuangan terhadap Keberlanjutan Bisnis pada UKM", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025

Publication

<1 %

63

Grace Ades Yulita, Wahyuni Kristinawati. "BODY IMAGE DAN PENERIMAAN DIRI REMAJA LAKI-LAKI", Jurnal Psikologi Malahayati, 2025

Publication

<1 %

64

Intan Verutika Priscilla Baun, Maria Nugraheni Mardi Rahayu. "HUBUNGAN SOCIAL COMPARISON DENGAN SELF ESTEEM DEWASA AWAL DI KOTA KUPANG YANG MENGAKSES MEDIA SOSIAL", Psikodidaktika: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling, 2023

Publication

<1 %

65

Submitted to Surabaya University

Student Paper

<1 %

66	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
67	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
68	Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper	<1 %
69	beritalima.com Internet Source	<1 %
70	core.ac.uk Internet Source	<1 %
71	ejournal.unp.ac.id Internet Source	<1 %
72	repository.uhn.ac.id Internet Source	<1 %
73	www.scribd.com Internet Source	<1 %
74	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1 %
75	repository.unsri.ac.id Internet Source	<1 %
76	Agus Kurniawan, IGAA Noviekayati, Amherstia Pasca Rina. "Hubungan Body Image Dengan Kepercayaan Diri Pada Korban Body Shaming Pengguna Instagram", PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian dan Pemikiran Psikologi), 2023 Publication	<1 %
77	Muhammad Syahrul Kahar. "Assesmen Portofolio untuk Meningkatkan Hasil Belajar	<1 %

Fisika", Jurnal Edukasi Matematika dan Sains, 2018

Publication

78	cahayaasajaya.com Internet Source	<1 %
79	elibrary.unikom.ac.id Internet Source	<1 %
80	peraturan.go.id Internet Source	<1 %
81	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
82	repository.uksw.edu Internet Source	<1 %
83	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
84	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1 %
85	akurat.co Internet Source	<1 %
86	id.scribd.com Internet Source	<1 %
87	jim.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
88	journal2.um.ac.id Internet Source	<1 %
89	repositori.unsil.ac.id Internet Source	<1 %
90	repository.um.ac.id Internet Source	<1 %

91	satupersen.net Internet Source	<1 %
92	setiyo.blogspot.com Internet Source	<1 %
93	www.academia.edu Internet Source	<1 %
94	Ngemas Humairo Nur Azahra, Septiana Isnaini, Imam Sudarmaji, Hery Nuraini, Lastry Forsia, Nirna Nirmala. "Implementing the Use of Flashcards to Improve Students' Vocabulary Mastery; Classroom Action Research", Jurnal Basicedu, 2024 Publication	<1 %
95	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
96	adoc.pub Internet Source	<1 %
97	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1 %
98	e-journal.sari-mutiara.ac.id Internet Source	<1 %
99	ironoutonline.com Internet Source	<1 %
100	journal.poltekip.ac.id Internet Source	<1 %
101	ojs.stikespanritahusada.ac.id Internet Source	<1 %
102	ojs.unm.ac.id Internet Source	<1 %

ojs.unud.ac.id

103	Internet Source	<1 %
104	repository.ukwms.ac.id Internet Source	<1 %
105	repository.unj.ac.id Internet Source	<1 %
106	scholarhub.ui.ac.id Internet Source	<1 %
107	snpn.unipasby.ac.id Internet Source	<1 %
108	www.jurnal.iicet.org Internet Source	<1 %
109	www.kompas.com Internet Source	<1 %
110	www.monicaanggen.com Internet Source	<1 %
111	Ferry Apandi, Widuri Widuri, Rista Islamarida. "HUBUNGAN KESEJAHTERAAN SPIRITUAL DENGAN STRES MAHASISWA DI MASA PANDEMI COVID-19", JURNAL KEPERAWATAN TROPIS PAPUA, 2023 Publication	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off