

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kancuh dan Persiapan

1. Orientasi Kancuh

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 (Mahfud, 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 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 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 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 disebarluaskan 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 *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 *body image* menunjukkan nilai dalam rentang 0,781 hingga 0,906 yang berarti seluruh aitem *body image* dinyatakan valid dan tidak terdapat aitem yang gugur.

Berdasarkan hasil uji validitas yang dianalisis menggunakan 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.

2) Skala Kepercayaan Diri

Skala kepercayaan diri juga memodifikasi dari penelitian Suarni, Janah, dan Pambudhi (2022) yang berdasarkan aspek-aspek kepercayaan diri menurut Lauster (2012). Skala ini juga tidak terdapat indikator dari peneliti sebelumnya, sehingga peneliti menyusun indikator terlebih dahulu. Indikator disusun berdasarkan lima aspek kepercayaan diri yang terdiri atas keyakinan akan 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*.

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.

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) 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.

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*

Alpha 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
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
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.

Link google form disebarluaskan ke media sosial Whatsapp, Tiktok, Twitter, dan Instagram guna menjangkau lebih banyak responden/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, 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.

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:

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
<i>Body Image</i>	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	Body Image	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	Body Image		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
<i>Body Image</i>	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
<i>Body Image</i> 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
<i>Body Image</i>	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 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 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 yang berada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sesuai kriteria sebelumnya menjadi responden dalam penelitian ini.

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, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden mempunyai *body image* dan kepercayaan diri dalam kategori tinggi. Kategorisasi data menunjukkan bahwa 38,4% responden memiliki *body image* dalam kategori tinggi, sementara pada variabel kepercayaan diri, sebanyak 56,1% responden berada dalam kategori tinggi, dan 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.

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 pada umumnya seseorang yang menerima dan merasa puas terhadap kondisi serta penampilannya 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 mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, sehingga 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 kepercayaan diri. Sebaliknya, individu yang merasa tidak puas dengan fisiknya serta selalu melihat dirinya

kurang 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 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 pengakuan 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. 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 menjadi salah satu faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap kepercayaan diri pada perempuan dewasa awal. Oleh karena itu, hasil penelitian 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*.