

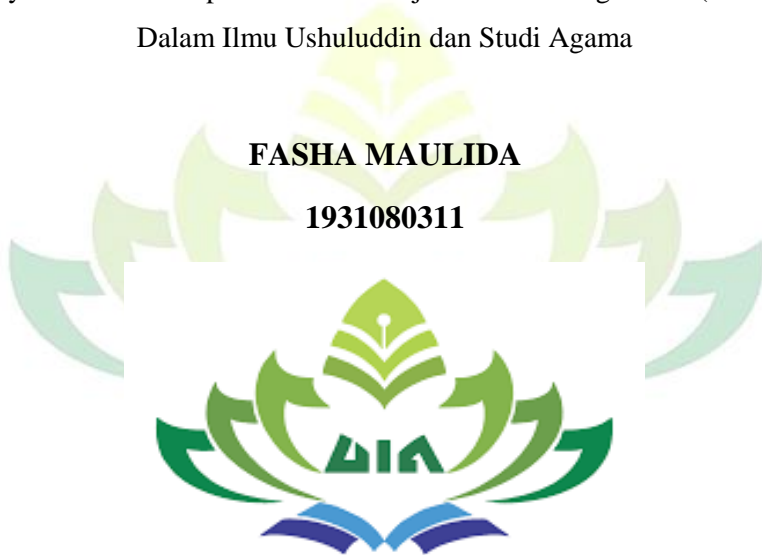
**HUBUNGAN ANTARA *BODY DISSATISFACTION*
DAN *PERSONAL BRANDING* DENGAN *SELF*
CONFIDENCE PADA REMAJA PUTRI
PENGGUNA *MAKE-UP***

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi Syarat –
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Psikologi Islam (S.Psi)
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Studi Agama

FASHA MAULIDA

1931080311



Program Studi : Psikologi Islam

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

**HUBUNGAN ANTARA *BODY DISSATISFACTION*
DAN *PERSONAL BRANDING* DENGAN *SELF*
CONFIDENCE PADA REMAJA PUTRI
PENGGUNA *MAKE-UP***

Skripsi

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi Syarat –
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana S1 Psikologi Islam (S.Psi)
Dalam Ilmu Ushuluddin dan Studi Agama

Oleh :

FASHA MAULIDA

1931080311

Program Studi : Psikologi Islam

Pembimbing 1: Annisa Fitriani, S.Psi, MA

Pembimbing 2: Nurul Isnaini, M.Psi

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1445 H / 2023 M**

ABSTRAK

Hubungan Antara *Body Dissatisfaction* dan *Personal Branding* Dengan *Self Confidence* Pada Remaja Putri Pengguna *Make-up*

Oleh :

Fasha Maulida

Remaja merupakan masa peralihan antara masa kanak-kanak dan dewasa. Pada masa ini terjadi beberapa perubahan, diantaranya perubahan fisik, mental, sosial dan emosional. Perubahan fisik yang tidak sesuai dengan harapan remaja dapat menimbulkan *body dissatisfaction* dan menyebabkan remaja memiliki *self confidence* yang rendah. Remaja kerap menutupi kekurangan yang dimiliki dengan menggunakan *make-up*. Penggunaan *make-up* diyakini mampu membangun *personal branding* pada diri remaja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *body dissatisfaction* dan *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*.

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dengan remaja putri pengguna *make-up* di Indonesia sebagai populasi dan menggunakan teknik sampling *purposive sampling* yang melibatkan 402 remaja putri pengguna *make-up* sebagai responden. Alat ukur skala yang digunakan yaitu skala *self confidence*, *body dissatisfaction*, dan *personal branding*. Dengan analisis regresi berganda sebagai teknik analisis data bantuan *software SPSS 25 for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *body dissatisfaction* dan *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*. Dengan nilai $R = 0,672$, nilai $F = 164,058$ dan nilai signifikansi $p < 0,05$ serta mendapat sumbangan efektif sebesar 45,1%. Penelitian ini menemukan adanya hubungan negatif signifikan antara *body dissatisfaction* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up* dengan sumbangan efektif sebesar 28,2%. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa ada hubungan yang positif signifikan antara *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up* dengan sumbangan efektif sebesar 16,9%.

Kata kunci : *Body Dissatisfaction, Personal Branding, Self Confidence, Remaja Putri Pengguna Make-Up*

ABSTRACT

The Relationship Between Body Dissatisfaction and Personal Branding and Self Confidence in Young Women Who Use Make-up

By :
Fasha Maulida

Adolescence is a transition period between childhood and adulthood. During this period several changes occur, including physical, mental, social and emotional changes. Physical changes that do not match teenagers' expectations can cause body dissatisfaction and cause teenagers to have low self-confidence. Teenagers often cover up their shortcomings by using make-up. The use of make-up is believed to be able to build personal branding in teenagers. The aim of this research is to determine the relationship between body dissatisfaction and personal branding with self-confidence in young women who use make-up.

This research is a quantitative type of research with young women who use make-up in Indonesia as the population and uses a purposive sampling technique involving 402 young women who use make-up as respondents. The scale measuring tools used are the self-confidence, body dissatisfaction and personal branding scales. With multiple regression analysis as a data analysis technique with the help of SPSS 25 for Windows software.

The research results show that there is a significant relationship between body dissatisfaction and personal branding and self-confidence in young women who use make-up. With an R value = 0.672, an F value = 164.058 and a significance value of $p < 0.05$ and an effective contribution of 45.1%. This research found a significant negative relationship between body dissatisfaction and self-confidence in young women who use make-up with an effective contribution of 28.2%. Apart from that, this research also found that there is a significant positive relationship between personal branding and self-confidence in young women who use make-up with an effective contribution of 16.9%.

Keywords: Body Dissatisfaction, Personal Branding, Self Confidence, Young Women Who Use Make-Up

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fasha Maulida

NPM : 1931080311

Program Studi : Psikologi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Hubungan Antara *Body Dissatisfaction* dan *Personal Branding* Dengan *Self Confidence* Pada Remaja Putri Pengguna *Make-up*” merupakan hasil karya peneliti dan bukan hasil plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka peneliti bersedia menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bandar Lampung, 01 November 2023
Yang Menyatakan



Fasha Maulida
1931080311



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎(0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara *Body Dissatisfaction* dan *Personal Branding* Dengan *Self Confidence* Pada Remaja Putri Pengguna *Make-up*

Nama : Fasha Maulida

NPM : 1931080311

Jurusan : Psikologi Islam

Fakultas : Ushuluddin dan Studi Agama

MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dan dipertahankan dalam sidang
munaqsyah Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Annisa Fitriani, S.Psi, MA
NIP. 1989011120180112001

Pembimbing II

Nurul Isnaini, M.Psi
NIP. 199310062022032001

Mengetahui,
Ketua Prodi Psikologi Islam

Drs. M. Nursalim Malay, M.Si
NIP.19630101199931001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA

Alamat : Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung 35131 ☎(0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul **“HUBUNGAN ANTARA BODY DISSATISFACTION DAN PERSONAL BRANDING DENGAN SELF CONFIDENCE PADA REMAJA PUTRI PENGGUNA MAKE-UP”** disusun Oleh Fasha Maulida NPM : 1931080311 Program Studi Psikologi Islam. Telah diujikan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung Pada Hari/Tanggal : Rabu/ 01 November 2023 pukul 09.00 s.d 10.30 WIB

TIM MUNAQOSAH

Ketua Sidang : Drs. H. M. Nursalim Malay, M.Si (.....)

Sekretaris : Indah Dwi Cahya Izzati, M.Psi (.....)

Penguji Utama : Intan Islamia, M.SC (.....)

Penguji I : Annisa Fitriani, S.Psi, MA (.....)

Penguji II : Nurul Isnaini, M.Psi (.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama



DR. Ahmad Isaeni, M.A
NIP. 197403302000031001

MOTTO

تَقْوِيمٌ أَحْسَنَ فِي الْإِنْسَانَ خَلَقْنَا لَقَدْ

"Sungguh, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya."

(Q.S At-Tin:4)



PERSEMBAHAN

Segala syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT. Atas berkat, rahmat, karunia, serta mukjizat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara *Body Dissatisfaction* dan *Personal Branding* Dengan *Self Confidence* Pada Remaja Putri Pengguna *Make-up*” dengan baik serta dikelilingi hal-hal baik yang terus menghampiri peneliti. Dengan izin Allah peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua yang teramat saya sayangi, Bapak Chotib M. Nuch dan Ibu Febianty CH, A.Md.Kep, A.Md.Keb yang dengan ketulusan hati telah meridhoi, mendukung, serta menyokong kehidupan anak bungsumu ini sejak lahir dengan sangat baik hingga dapat menyelesaikan karya sederhana ini.
2. Kakak-kakaku, Almh. Mega Indah Wahyuni, Dinda Farah Auliaillah, Almh. Erzha Farian, dan Gunawan Nurseha Zamal yang telah mendengar keluh kesah adikmu ini, menghibur dengan berbagai jajanan, dan telah mendoakan baik itu dalam sujudmu maupun dalam kuburmu.
3. Keponakanku, Sultan Arkhairan Gunawan dan Elmyra Rafanda Gunawan yang telah menghibur dikala penat mengerjakan skripsi tiba.
4. *My beloved self*, Fasha Maulida yang sejauh ini telah berjuang melewati lika-liku perjalanan hidup, semoga setelah ini selalu dihampiri hal-hal baik.

RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Fasha Maulida, lahir pada tanggal 25 Mei 2001 di Bekasi. Merupakan anak ke-empat dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Chotib M. Nuch dan Ibu Febianty CH, A.Md.Kep, A.Md.Keb. Alamat tempat tinggal di Jl. Makmur Raya, Medan Satria, Kota Bekasi.

Berikut riwayat pendidikan yang pernah ditempuh oleh peneliti:

1. SDN 8 Bekasi Jaya, lulus pada tahun 2012
2. SMPN 3 Bekasi, lulus tahun 2015
3. SMAN 12 Bekasi, lulus pada tahun 2018

Setelah lulus dari sekolah menengah atas, peneliti memutuskan untuk bekerja terlebih dahulu kemudian mendaftar sebagai mahasiswa pada tahun 2019 di Program Studi Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Assalamua'laikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan keselamatan, rahmat, dan keberkahan-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara *Body Dissatisfaction* dan *Personal Branding* Dengan *Self Confidence* Pada Remaja Putri Pengguna *Make-up*”. Shalawat serta salam tak lupa tucurahkan kepada junjungan kami, Nabi paling mulia, Nabi Muhammad SAW dan para keluarga serta semua sahabatnya yang telah menjadi pemimpin terbaik di kehidupan umat manusia.

Skripsi ini merupakan suatu proses untuk memperluas wawasan serta menambah ilmu peneliti untuk menghadapi masa depan kelak. Peneliti menyadari rampungnya skripsi ini tidak terlepas dari banyaknya bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti untuk mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Wan Jamaluddin, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Ahmad Isnaeni, MA selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama.
3. Bapak Drs. H. M. Nursalim Malay, M.Si selaku Ketua Prodi Psikologi Islam. Yang telah memberikan ilmu serta memberikan informasi penting yang berkaitan dengan perkuliahan serta telah menyetujui skripsi ini untuk disidangkan.
4. Ibu Annisa Fitriani, S.Psi, MA selaku Sekretaris Prodi Psikologi Islam Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung sekaligus sebagai Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya untuk mendampingi peneliti serta memberikan arahan dalam proses penyusunan skripsi.

5. Ibu Nurul Isnaini, M.Psi selaku dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan ilmu terkait penyusunan skripsi dan membangun motivasi dalam memperbaiki setiap kekurangan dalam skripsi ini.
6. Bapak Faisal Adnan Reza, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan segala ilmu, arahan, dan masukan penting selama proses skripsi dikerjakan.
7. Bapak Drs. H. M. Nursalim Malay, M.Si, Ibu Indah Dwi Cahya Izzati, M.Psi, dan Ibu Intan Islamia, M.Sc selaku Ketua, Sekretaris, dan Pembahas Utama saya di sidang Munaqosah, terimakasih telah memberikan nasihat, arahan baik serta perbaikan pada proses pengujian sehingga skripsi saya menjadi karya yang layak untuk dibaca.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah mendidik, memberikan ilmu, serta pengalaman terbaik kepada peneliti selama perkuliahan.
9. Responden penelitian, yang telah membantu dalam proses penyelesaian karya sederhana ini, dari *try-out* hingga penelitian. Terimakasih semoga selalu dalam keadaan sehat dan bahagia.
10. Kedua orang tua, kakak-kakak, keponakan, serta keluarga besar peneliti yang senantiasa memberikan bantuan dengan tulus, semangat, serta doa-doa baik kepada peneliti sehingga peneliti termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah mengorbankan banyak hal kepada pada peneliti. Semoga bahagia selalu menyertai kalian.
11. Reza Mada Pahlevi yang telah membersamai peneliti pada hari-hari sulit dan telah berkontribusi meluangkan waktu, uang, serta tenaga. Terima kasih telah menjadi saksi dalam perjalanan peneliti menggapai apa yang dicita-citakan dan merayakan setiap jerih payah peneliti. Semoga tetap membersamai hingga akhir.
12. Nur Afifah Rahman S.KM, Putri Nabila Khalisha S.Ked, Devia Hamdiyani S.AP. yang jauh di tanah rantainya masing-masing. Terima kasih sejak Sekolah Menengah Atas

telah mempersilakan peneliti berkeluh kesah serta memberikan beragam solusi yang bijak.

13. Lilik Khoirunnisa, Salsabila Junika Destalia, Innatasya Fresilia Alse, Loly Antari Agustini, Bela Sukma Bilqisti S.Psi, Ismi Fauziah, dan Aulia Apriyanti yang telah melalui perkuliahan bersama serta menghibur peneliti di kala sedih menyapa.
14. Adik-adik kos Darma (Wiwit Oktasari, Ani Pratiwi, Ayza Meilia, Cahya Asrida, dan Sri Wahyu Novianti) yang telah mengisi waktu ketika sepi dan rela memberi lauk-pauk ketika uang saku habis.
15. Segenap teman-teman Psikologi Islam angkatan 2019, teman-teman seperbimbingan, terimakasih atas kebersamaan selama peneliti berkuliah. Semoga hal-hal baik menyertai kalian.
16. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu per satu yang turut berperan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga hal-hal baik yang telah dilakukan akan dibalas menjadi 100 kali lipat keberkahan dari Allah SWT. Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga peneliti berharap diberikan kritik dan saran yang dapat membangun peneliti untuk lebih baik lagi.

*Wassalamualaikum
warahmatullahi wabaraktuh*

Bandar Lampung, 01 November 2023
Yang Menyatakan



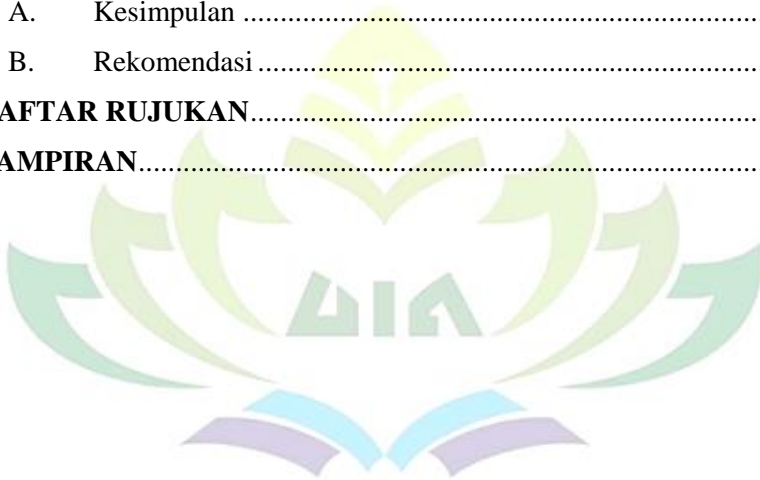
Fasha Maulida
1931080311

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRAK	iii
PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. <i>Self Confidence</i>	13
1. Definisi <i>Self Confidence</i>	13
2. Aspek-Aspek <i>Self Confidence</i>	13
3. Faktor-Faktor <i>Self Confidence</i>	15
4. <i>Self Confidence</i> Dalam Kajian Islam	17
B. <i>Body Dissatisfaction</i>	18
1. Definisi <i>Body Dissatisfaction</i>	18

2.	Aspek-aspek <i>body dissatisfaction</i>	18
C.	<i>Personal Branding</i>	19
1.	Definisi <i>Personal Branding</i>	19
2.	Dimensi Utama Pembentuk <i>Personal Branding</i>	19
D.	Hubungan Antara <i>Body Dissatisfaction</i> Dan <i>Personal Branding</i> Dengan <i>Self Confidence</i>	20
E.	Kerangka Berpikir	21
F.	Hipotesis.....	22
BAB III METODE PENELITIAN		25
A.	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional.....	25
1.	Identifikasi Variabel	25
2.	Definisi Operasional	25
B.	Populasi dan Subjek Penelitian.....	26
C.	Metode Pengumpulan Data	28
D.	Validitas dan Reliabilitas.....	32
E.	Metode Analisis Data	33
1.	Uji Normalitas	33
2.	Uji Multikolinieritas	33
3.	Uji Heterokedastisitas.....	33
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN		35
A.	Orientasi Kacah Dan Pelaksanaan Penelitian	35
1.	Orientasi Kacah	35
2.	Persiapan Penelitian.....	36
3.	Pelaksanaan <i>Try-out</i>	40
4.	Seleksi Aitem dan Reliabilitas Instrumen	40
5.	Pelaksanaan Penelitian	47
6.	Analisis Data Penelitian.....	48
B.	Hasil Analisis Data Penelitian	51
1.	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	51

2.	Kategorisasi Skor Variabel Penelitian	52
3.	Uji Asumsi.....	58
C.	Hasil dan Pembahasan.....	62
1.	Uji Hipotesis.....	62
2.	Sumbangan Efektif Masing-Masing Variabel Independen 66	
D.	Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....		73
A.	Kesimpulan	73
B.	Rekomendasi	74
DAFTAR RUJUKAN.....		75
LAMPIRAN.....		82



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Taraf Kesalahan.....	27
Tabel 3.2 <i>Blue Print Self Confidence</i>	30
Tabel 3.3 <i>Blue Print Body Dissatisfaction</i>	31
Tabel 3.4 <i>Blue Print Personal Branding</i>	32
Tabel 4.1 Tabel Distribusi Skala <i>Self Confidence</i>	37
Tabel 4.2 Tabel Distribusi Skala <i>Body Dissatisfaction</i>	38
Tabel 4.3 Tabel Distribusi Skala <i>Personal Branding</i>	39
Tabel 4.4 Distribusi Aitem Valid dan Gugur Skala <i>Self Confidence</i>	42
Tabel 4.5 Distribusi Aitem Valid dan Gugur Skala <i>Body Dissatisfaction</i>	43
Tabel 4.6 Distribusi Aitem Valid dan Gugur Skala <i>Personal Branding</i>	44
Tabel 4.7 Sebaran Aitem Valid Skala <i>Self Confidence</i>	45
Tabel 4.8 Sebaran Aitem Valid Skala <i>Body Dissatisfaction</i>	46
Tabel 4.9 Sebaran Aitem Valid Skala <i>Personal Branding</i>	46
Tabel 4.10 Frekuensi Berdasarkan Usia Responden.....	48
Tabel 4.11 Frekuensi Berdasarkan Kegiatan Responden.....	50
Tabel 4.12 Deskripsi Statistik Data Penelitian	52
Tabel 4.13 Rumus Norma Kategorisasi.....	53
Tabel 4.14 Kategorisasi Variabel <i>Self Confidence</i>	53
Tabel 4.15 Kategorisasi Variabel <i>Body Dissatisfaction</i>	55
Tabel 4.16 Kategorisasi Variabel <i>Personal Branding</i>	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (F)	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji T)	64
Tabel 4.21 Persamaan Regresi X1, X2, dan Y	66
Tabel 4.22 Sumbangan Efektif	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir.....	22
Gambar 4. 1 Diagram Lingkaran Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Frekuensi Responden Berdasarkan Kegiatan	49
Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Kategorisasi Variabel Self Confidence	54
Gambar 4.4 Diagram Lingkaran Kategorisasi Variabel Body Dissatisfaction.....	55
Gambar 4.5 Diagram Lingkaran Kategorisasi Variabel Personal Branding.....	57
Gambar 4.6 Visualisasi Hasil Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61



DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 Rancangan Skala Penelitian	83
Lampiran 2 Distribusi Data Uji Coba.....	94
Lampiran 3 Reliabilitas Dan Validitas Hasil Uji Coba Skala	97
Lampiran 4 Skala Penelitian.....	108
Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian	116
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi.....	128
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis.....	130
Lampiran 8 Hasil Sumbangan Efektif	131
Lampiran 9 Bukti Izin Menggunakan Alat Ukur.....	133
Lampiran 10 Bukti Penelitian.....	135
Lampiran 11 Turnitin	152





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Remaja merupakan masa peralihan yang terjadi dalam perkembangan manusia antara masa kanak-kanak dan dewasa. Secara umum usia yang masuk dalam masa remaja adalah 12-21 tahun yang dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu remaja awal (usia 12-15 tahun), remaja pertengahan (15-21 tahun), dan remaja akhir (18-21 tahun). (Monks & Knowers, 1991; Yunalia & Etika, 2020; Rahmawati, 2022). Masa remaja dapat dikatakan sebagai masa yang amat penting dalam kehidupan, dikarenakan dalam masa ini terjadi beberapa perubahan pada remaja. Perubahan yang dimaksud berupa perubahan fisik, mental, sosial serta emosional (Fatmawaty, 2018; Hasmarlin dan Hirmaningsih, 2019).

Adanya perubahan yang terjadi selama tahap perkembangan remaja ini dapat menimbulkan berbagai permasalahan pada diri remaja itu sendiri ataupun dengan orang-orang lain (Anwar, 2015; Yunalia dan Etika, 2020). Diperlukan adanya gaya pengasuhan, keterlibatan orang tua dan keberhasilan kolektif agar menghambat remaja untuk berperilaku menyimpang pada perkembangannya (Sunarti et al., 2018). Menurut Ramadani (2021) remaja masuk ke dalam salah satu kelompok sosial yang rentan terhadap gaya hidup, *trend*, dan mode yang berlaku. Dengan keinginannya yang selalu ingin mengikuti *trend* maka dapat dikatakan bahwa remaja memiliki prioritas lebih terhadap penampilan fisiknya (Islamia & Purnama, 2022). Hal ini dibuktikan dengan adanya fenomena remaja yang rela berlama-lama di depan cermin untuk memastikan bahwa penampilan dirinya sudah menarik, baik itu model rambut, gaya pakaian, bentuk tubuh, dan tata riasan yang mereka gunakan (Safitri dan Rini, 2021).

Remaja sering kali ingin terlihat cantik baik itu kecantikan yang berasal dari luar maupun dari dalam (Elianti dan Pinasti, 2018). Kecantikan dari luar inilah yang memicu remaja mencari cara untuk mendapatkan keadaan fisik yang sesuai dengan standar kecantikan

yang ada, sehingga remaja lebih meningkatkan kepercayaan diri mereka. Misalnya di Indonesia, masyarakat percaya bahwa wanita cantik yaitu wanita yang mempunyai tubuh sempurna dengan kulit putih dan wajah yang simetris (Islamey, 2020; ZAP dan Markplus.Inc, 2020).

Fenomena di atas menunjukkan bahwa tidak semua remaja memiliki *self confidence* yang tinggi, hal ini disebabkan oleh beragam masalah yang sedang ia hadapi yang kemudian tidak dapat diatasinya (Ramadhani, 2014). Ketidakpuasan remaja terhadap fisiknya dapat menyebabkan rendahnya *self confidence*, sehingga seseorang cenderung melakukan berbagai usaha agar tampil cantik dan menarik (A. Rahmawati & Muslikah, 2021).

Lauster (2002) mengemukakan bahwa *self confidence* merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan yang dimiliki pada individu sehingga individu yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam setiap tindakan. Individu yang memiliki *self confidence* ditandai dengan kemampuannya menerapkan pikiran positif dalam dirinya untuk bisa mengelola semua kebutuhan hidupnya (I. D. Pratiwi dan Laksmiwati, 2016).

Menurut Lauster (2002), *self confidence* terdiri dari beberapa aspek, yaitu optimis, keyakinan pada kemampuan sendiri, toleransi, ambisi normal, tanggung jawab, rasa aman, mandiri, dan mudah menyesuaikan diri. Faktor-faktor yang mempengaruhi *self confidence* menurut Santrock (2003), yaitu penampilan fisik, hubungan dengan orangtua, konsep diri, dan hubungan dengan teman sebaya. Sementara menurut Mildawani (2014), Faktor-faktor yang mempengaruhi *self confidence* terbagi menjadi dua, yaitu internal, yang meliputi konsep diri, harga diri, kondisi fisik, dan pengalaman hidup. Faktor lainnya yaitu eksternal, diantaranya pendidikan, pekerjaan dan lingkungan.

Kondisi fisik yang dimaksud meliputi bentuk tubuh pada individu (Safitri dan Rini, 2021). Perubahan bentuk tubuh individu yang tidak sesuai dengan standar kecantikan yang ada merupakan salah satu penyebab kurangnya *self confidence* pada seseorang. Hal

ini akan memicu individu memiliki perasaan negatif terhadap tubuhnya. Perasaan negatif individu pada tubuh inilah yang disebut sebagai *body dissatisfaction* (Fauziyah, 2022). *Body dissatisfaction* merupakan kesenjangan antara persepsi individu terhadap ukuran tubuh ideal dengan ukuran tubuh individu sebenarnya atau dapat juga dikatakan sebagai perasaan tidak puas terhadap bentuk dan ukuran tubuh yang dimiliki (Amalia, Dewi, dan Kusumastuti., 2018). *Body dissatisfaction* diyakini mempengaruhi *self confidence* pada diri individu, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Miranda pada tahun 2021 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan *body dissatisfaction* dengan *self confidence*. Artinya semakin tinggi *body dissatisfaction*, maka semakin rendah *self confidence*, sebaliknya semakin rendah *body dissatisfaction*, maka semakin tinggi *self confidence* (Surbakti, 2021).

Remaja bahkan berusaha menutupi kekurangan yang dimiliki dengan beragam cara (Diananda, 2019). Salah satu cara yang biasa dilakukan oleh remaja untuk menutupi kekurangan atau mengubah penampilan adalah menggunakan *make-up*. *Make-up* adalah produk yang cara penggunaannya dengan memoleskan warna pada wajah agar terlihat menarik dan cantik. Beberapa contoh dari *make-up* adalah *foundation*, *concealer*, *mascara*, *powder*, *blush*, *lipstick*, dan *eye liner* (R. A. Safitri & Rini, 2021). *Make-up* digunakan sebagai pemeliharaan serta penambah daya tarik (Elianti dan Pinasti, 2018).

Berdasarkan riset *online* yang dilakukan oleh Nusaresearch (2020) di Indonesia terhadap 2830 wanita pengguna *make-up* menyebutkan bahwa 40,8% diantaranya berusia 18-25 tahun. Hal ini menyatakan usia tersebut masuk ke dalam kategori remaja akhir dan merupakan usia cukup dalam menggunakan *make-up* karena pada usia ini individu sedang memasuki fase remaja akhir dan dewasa awal, sehingga individu mulai matang dalam pengambilan keputusan termasuk dalam menggunakan *make-up*.

Menurut Alsa (2006), salah satu ciri seseorang yang memiliki *self confidence* adalah memiliki kemampuan serta keterampilan yang dapat menunjang kehidupannya. Salah satu cara

untuk memiliki kemampuan tersebut dengan membentuk *personal branding*. *Personal branding* merupakan gambaran yang kuat dan jelas yang ada pada benak seseorang terhadap individu (Haroen, 2014). *Personal Branding* menjadi konsep penting yang dimiliki oleh seseorang karena dapat dijadikan cara untuk meningkatkan nilai jual seseorang. Latif dan Hariawan (2021) menyebutkan bahwa adanya aspek konsep diri yang terkait dengan pembentukan *personal branding*. Remaja sering kali melakukan *personal branding* melalui media sosial, salah satu media sosialnya adalah *instagram*. Rauf (dalam Syafitri & Islamia, 2022) menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia yang menggunakan *instagram* pada awal 2022 sebanyak 99,15 juta pengguna, yang berarti bahwa 35,7% dari total populasi di awal tahun menggunakan *instagram*.

Adanya keselarasan antara apa yang ditampilkan oleh seseorang dengan apa yang ada di kenyataan sangatlah penting. Dengan begitu, *personal branding* suatu hal akan selalu dipercaya (Yanti, Goenawan, dan Monica., 2020). Misalnya pada *make-up* yang ditampilkan oleh *beauty vlogger* yang memiliki ciri khas dalam penggunaan media sosialnya dalam membentuk *personal branding* (Sukmaranti, 2022).

Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Faujiah (2022) mengenai pengaruh *personal branding* terhadap kepercayaan diri guru di SMK Pelita Bandung. Menunjukkan bahwa *personal branding* memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan diri. Sehingga dapat dinyatakan *personal branding* memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan diri.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mustikawati dan Suwarsi (2021) mengenai pengaruh *communication skill* dan *self confidence* terhadap pembentukan *personal branding* karyawan di humas pemerintah kota Bandung. Di mana didapatkan kesimpulan yaitu terdapat pengaruh secara signifikan antara *self confidence* secara parsial terhadap pembentukan *personal branding* karyawan sebesar 32,2% terhadap *personal branding*.

Penting untuk diketahui oleh kita semua bahwa Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk selalu percaya diri dan tidak putus asa dalam mencari rahmat dan bimbingan Allah SWT. Karena berputus asa merupakan sesuatu yang dapat merugikan diri sendiri dan orang-orang disekitarnya (Azka N, 2021).

Hal ini sesuai dengan firman Allah pada Q.S Yusuf ayat 87

رُّوحٍ مِّن تَأْيِسُوا وَلَا وَاخِيهِ يُوسُفَ مِنْ فَتَحَسَّسُوا اذْهَبُوا بِيَّيْ
الْكَافِرُونَ الْقَوْمِ اِلَّا اللهُ رُّوحٍ مِّن يَأْيِسُ لَا اِنَّهُ اللهُ

Artinya:

“Wahai anak-anakku! Pergilah kamu, carilah (berita) tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat Allah, hanyalah orang-orang yang kafir”

Menurut tafsir Ibnu Katsir, pada ayat ini Allah membangkitkan semangat dengan memberi kabar gembira dan menyuruh umat-Nya agar tidak putus asa dari rahmat Allah dan agar terus-menerus berharap dan memohon kepada Allah supaya tercapai maksud dan tujuan mereka, karena hanya orang-orang kafirlah yang putus asa dan harapan dari rahmat Allah (Ad-Damasyqi, 2005).

Kepercayaan diri diyakini dapat meningkat apabila seseorang menggunakan *make-up* (Pratiwi dan Suminar, 2017). Hal ini didukung oleh hasil prariset yang dilakukan oleh peneliti pada bulan September 2022 secara daring dengan bantuan internet yaitu *google form* dalam link <https://forms.gle/djatKcqPEaTzPskcA> terhadap 30 remaja putri di daerah tempat tinggal sementara peneliti yaitu Bandar Lampung. Di mana dikatakan bahwa 28 dari 30 responden tersebut mengatakan pernah menggunakan *make up*. 22 dari 30 remaja mengatakan bahwa mereka lebih menawan dan percaya diri apabila menggunakan *make-up* dibandingkan dengan tidak menggunakan *make-up*.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengambil topik *self confidence*. Di mana terdapat fenomena yang menunjukkan bahwa banyak remaja yang memiliki perasaan negatif terhadap bentuk tubuhnya sendiri dikarenakan pada masa ini remaja sangat memperhatikan penampilan fisiknya. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara prariset yang dilakukan oleh peneliti yang menunjukkan bahwa remaja kehilangan kepercayaan diri apabila mereka tidak menggunakan *make-up*. Sehingga peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian mengenai hubungan antara *body dissatisfaction* dan *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara *body dissatisfaction* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*?
2. Apakah terdapat hubungan antara *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*?
3. Apakah terdapat hubungan antara *body dissatisfaction* dan *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian memiliki target atau tujuan agar menciptakan hasil yang diinginkan, tujuannya dapat berupa memperoleh informasi yang relevan, yaitu:

1. Untuk menjelaskan hubungan antara *body dissatisfaction* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*
2. Untuk menjelaskan hubungan antara *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*
3. Untuk menjelaskan hubungan antara *body dissatisfaction* dan *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian yang dijalankan dapat memberikan manfaat yang bersifat teoritis dan praktis

1. Manfaat teoritis

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan dan sebagai sumber penelitian selanjutnya, khususnya apabila membahas variabel terkait dan pada bidang Psikologi Perkembangan serta Psikologi Sosial.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Peneliti berharap agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi mengenai faktor-faktor kepercayaan diri remaja putri pengguna *make-up*, serta memahami fungsi penggunaan *make up* secara psikologis yang dapat mempengaruhi kondisi sikap dan sifat individu. Dengan pemahaman tersebut individu diyakini dapat mengontrol peningkatan aspek dalam dirinya seperti *self confidence* dan konsep diri sehingga mampu membentuk *personal branding*

b. Bagi Orang Tua

Peneliti berharap orang tua mampu beradaptasi dengan perubahan-perubahan pada remaja, memperhatikan kegiatan remaja putri terkhusus yang bisa mengembangkan kepercayaan diri putri dan memberikan dukungan secara moral serta materiil agar dapat menumbuhkan kepercayaan diri remaja.

c. Bagi Program Studi Psikologi Islam

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan kepada Prodi Psikologi Islam mengenai permasalahan yang terkait dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up* ditinjau

dari *body dissatisfaction* dan *personal branding* remaja putri pengguna *make-up*.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi sumber referensi terutama mengenai variabel terkait yaitu hubungan antara *body dissatisfaction* dan *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up* yang kemudian dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya yang tentunya menjadi karya yang lebih baik.

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Diperlukan peninjauan mencari berbagai daftar bacaan dan penelitian terdahulu yang relevan terhadap permasalahan yang menjadi objek penelitian ini guna memenuhi kode etik dalam sebuah penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang dimaksud peneliti adalah sebagai berikut:

1. Jurnal dengan judul “Pengaruh *Body Dissatisfaction* Terhadap Kepercayaan Diri Pada Anggota Senam Di Sanggar Senam X” oleh Ilmyatul Fauziah, Muhimmatul Hasanah, Prianggi Amelasasih

Artikel jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Psikosains, Universitas Muhammadiyah Gresik, Fakultas Psikologi pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana dan menggunakan teknik *sampling insidental* untuk menentukan subjek. Penelitian ini didasarkan pada teori dari Lauster tentang kepercayaan diri, sementara *body dissatisfaction*, peneliti menggunakan teori dari Rosen dan Reiter. Setelah dilakukan pengujian oleh sebanyak 45 anggota senam Arnez didapatkan hasil bahwa berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji regresi linear sederhana yang menunjukkan nilai sig. $0,460 > 0,05$. Disimpulkan bahwa H_a dalam penelitian ini ditolak, artinya tidak ada pengaruh *body dissatisfaction* terhadap kepercayaan diri pada anggota senam di sanggar senam Arnez. Pada uji korelasi yang dengan nilai

sig $0,460 > 0,05$ yang menunjukkan tidak ada hubungan antara *body dissatisfaction* terhadap kepercayaan diri.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada teknik sampling yang digunakan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *sampling incidental*, sementara teknik sampling pada penelitian yang akan dilakukan yaitu teknik *purposive sampling*.

2. Jurnal dengan judul “Pengaruh *Personal Branding* terhadap Kepercayaan Diri Guru di SMK Pelita Bandung” oleh Anisa Faujiah, Rusman Fredrika, dan Firman Shakti Firdaus.

Artikel jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Bandung Conference Series: Business and Management, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia. Setelah dilakukan pengujian oleh seluruh guru di SMK Pelita Bandung yang berjumlah 31 orang, kemudian melalui uji regresi sederhana dengan menggunakan Uji-t variabel kepercayaan diri mendapatkan hasil koefisien 0.442 dan nilai signifikansi 0.001, sehingga dapat diartikan bahwa partisipasi dari *Personal Branding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan diri.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek. Pada penelitian ini, subjek yang digunakan adalah guru di SMK Pelita Bandung, sementara subjek pada penelitian yang akan dilakukan yaitu remaja putri.

3. Jurnal dengan judul “Hubungan *Body Image* dengan *Self Confidence* pada Remaja *Overweight* Yang Mengalami *Body shaming*” oleh Suchi Fadhilah Safitri, Gumi Langerya.

Artikel jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Pendidikan Tambusai, Universitas Negeri Padang, fakultas Psikologi pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan teori dari Cash tentang *body image* dan teori dari Lauster tentang kepercayaan diri. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dan

teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*.

Setelah dilakukan pengujian oleh 125 remaja yang sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu berusia 14-22 tahun dan pernah mengalami tindakan *body shaming* paling sedikit sebanyak tiga kali, didapatkan hasil terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Koefisien korelasi dalam penelitian ini bernilai negatif, hal ini menunjukkan hubungan antara kedua variabel adalah negatif. Artinya, semakin positif *body image* remaja *overweight* yang mengalami *body shaming* maka akan semakin rendah *self confidence* remaja tersebut, begitupun sebaliknya. Semakin negatif remaja *overweight* yang mengalami *body shaming* menilai *body image*-nya, maka semakin tinggi pula *self confidence* yang dimiliki oleh remaja tersebut.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek. Pada penelitian ini subjek yang digunakan adalah remaja yang sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu berusia 14-22 tahun dan pernah mengalami tindakan *body shaming* paling sedikit sebanyak tiga kali, sementara subjek pada penelitian yang akan dilakukan yaitu remaja putri pengguna *make-up*.

4. Jurnal dengan judul “Hubungan *Body Image* Dengan Kepercayaan Diri Pada Korban *Body shaming* Pengguna *Instagram*” oleh Agus Kurniawan, IGAA Noviekayati, dan Amherstia Pasca Rini

Jurnal ini diterbitkan oleh Jurnal Psikosains, Fakultas Psikologi Psikologi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pada tahun 2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampling yang digunakan *purposive sampling* dengan kriteria pernah mengalami tindakan *body shaming* yang berusia 18-25 tahun. Penelitian ini didasarkan pada teori dari Cash tentang *body image* sementara teori kepercayaan diri dari Lauster.

Setelah dilakukan pengujian oleh sebanyak 134 korban *body shaming*, didapatkan hasil bahwa *body image* dengan kepercayaan diri memiliki hubungan yang signifikan, artinya semakin tinggi atau positif *body image* semakin tinggi pula tingkat kepercayaan diri individu pada korban *body shaming*. Begitupun sebaliknya semakin rendah atau negatif *body image* seseorang semakin rendah pula tingkat kepercayaan diri pada korban *body shaming*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel bebas. Pada penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah *body image*. Sementara metode pada penelitian yang akan dilakukan yaitu *body dissatisfaction* dan *personal branding*.

5. Jurnal dengan judul “*Mapping the object: Women’s embodied experiences of premenstrual body dissatisfaction through body-mapping*” oleh Samantha Ryan, Jane M Ussher, dan Alexandra Hawkey

Jurnal ini diterbitkan oleh *Feminism & Psychology* pada tahun 2022. Peneliti melakukan penelitian dengan tujuan mengeksplorasi bagaimana wanita yang melaporkan ketidakpuasan tubuh pramenstruasi membangun dan mengalami tubuh mereka, menggunakan metode berbasis semi kualitatif.

Setelah dilakukan pengujian pada 460 wanita menyelesaikan pertanyaan survei terbuka online dan 16 wanita mengambil bagian dalam pemetaan tubuh dan wawancara, didapatkan hasil bahwa mayoritas wanita memosisikan tubuh pramenstruasi sebagai hina, karena berbagai perubahan fisik yang disebabkan oleh pramenstruasi diantaranya yaitu kembung, merasa gemuk, berjerawat, berkeringat dan memiliki rambut berminyak. 460 wanita tersebut menggambarkan diri mereka jelek, tidak menarik, kotor, dan menjijikkan. Ini dikaitkan dengan

serangkaian emosi negatif yang dilaporkan berdampak buruk pada kepercayaan diri, konsep diri, dan harga diri.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah terletak pada metode. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode berbasis semi kualitatif. Sementara metode pada penelitian yang akan dilakukan yaitu kuantitatif.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Self Confidence*

1. Definisi *Self Confidence*

Self confidence menurut Lauster (2002) adalah suatu sikap atau perasaan yakin mengenai kemampuan yang dimiliki pada diri individu, sehingga individu yang bersangkutan tidak cemas dalam melakukan setiap tindakan serta dapat bebas melakukan hal-hal yang disukai dan bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan. *Self confidence* dapat mempengaruhi sikap hati-hati, ketidaktergantungan, ketidakserakahan, toleransi dan cita-cita.

Hulukati (2016) mengungkapkan *self confidence* merupakan sikap positif seorang individu yang memungkinkan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya. Untuk memiliki rasa percaya diri, individu perlu mengetahui ciri-ciri atau karakteristik orang yang memiliki rasa percaya diri, serta cara memupuk rasa percaya diri.

Dari beberapa definisi *self confidence* di atas, dapat disimpulkan bahwa *self confidence* adalah perasaan yang ada dalam diri individu di mana individu tersebut merasa memiliki kompetensi, yakin, mampu, dan percaya bahwa ia bisa mengembangkan penilaian positif baik terhadap dirinya sendiri maupun lingkungan yang ada di sekitarnya.

2. Aspek-Aspek *Self Confidence*

Lauster (2002) menyebutkan bahwa aspek-aspek dalam kepercayaan diri terbagi menjadi lima, yaitu:

- a. Keyakinan pada kemampuan sendiri
Yaitu sikap positif individu yang memahami dengan baik mengenai apa yang sedang dilakukan (Ekhsan, 2018).

- b. Optimis
Yaitu sikap positif yang dimiliki individu, individu dengan sikap optimis ditandai dengan selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala yang terjadi dalam hidupnya.
- c. Objektif
Merupakan sifat individu dalam memandang permasalahan sesuai dengan kebenaran yang ada.
- d. Tanggung jawab
Merupakan kesanggupan individu guna menanggung semua hal yang telah dilakukan menjadi konsekuensinya.
- e. Rasional dan realistis
Merupakan analisis yang dilakukan oleh individu dalam menghadapi masalah atau suatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang mampu diterima oleh akal dan sesuai dengan fakta yang ada (Ghufron & Risnawita, 2017).

Guilford (dalam Andayani dan Afiatin, 1996) membagi kepercayaan diri menjadi tiga aspek, yaitu:

1. Merasa kuat terhadap apa yang dilakukan, individu merasa mampu melakukan sesuatu yang diinginkan
2. Merasa dapat diterima oleh sekelompoknya, individu yakin terhadap dirinya yang mampu diterima oleh kelompok dan orang lain yang ada di sekitarnya
3. Percaya pada dirinya sendiri serta memiliki ketenangan sikap, individu merasa tidak gugup bila melakukan atau mengatakan sesuatu secara tidak sengaja

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek *self confidence* menurut Lauster (2002) yaitu keyakinan pada kemampuan sendiri, optimis, objektif, tanggung jawab, rasional dan realistis. Sedangkan menurut Guilford (1959) aspek *self confidence* terdiri dari merasa kuat terhadap apa yang dilakukan, merasa dapat diterima oleh sekelompoknya, percaya pada dirinya sendiri serta memiliki ketenangan sikap

Peneliti tertarik untuk memilih aspek *self confidence* yang dijelaskan oleh Lauster (2002) karena aspek tersebut dirasa cocok dan cukup rinci sehingga memudahkan peneliti dalam membuat alat pengumpulan data.

3. Faktor-Faktor *Self Confidence*

Menurut Mildawani (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan eksternal:

a. Internal, yang meliputi:

1) Konsep diri

Kepercayaan diri yang ada dalam diri seseorang dibentuk mulai dari perkembangan konsep diri yang diperoleh melalui pergaulan individu tersebut terhadap suatu kelompok. Konsep diri dapat dikatakan sebagai pandangan tentang diri sendiri. Konsep diri negatifse dimiliki oleh seseorang yang merasa rendah, maka dapat dikatakan bahwa orang yang mempunyai rasa percaya diri akan memiliki konsep diri positif.

2) Harga diri

Harga diri merupakan penilaian yang dilakukan terhadap diri sendiri. Individu dengan harga diri tinggi akan menilai pribadi secara masuk akal serta mudah berhubungan dengan individu lain. Individu yang mempunyai harga diri tinggi akan memandang dirinya sebagai individu yang berhasil dan percaya bahwa ia mudah menerima orang lain sebagaimana menerima dirinya sendiri. Sebaliknya individu dengan harga diri rendah bersifat tergantung, kurang percaya diri dan biasanya terbentur pada kesulitan sosial serta pesimis dalam lingkungan sosialnya

3) Kondisi fisik

Kepercayaan diri dapat dipengaruhi dengan perubahan kondisi fisik. Bahkan penampilan fisik dapat

menyebabkan seseorang memiliki rendahnya harga diri dan rasa percaya.

4) Pengalaman hidup.

Pengalaman hidup yang mengecewakan umumnya menjadi sumber timbulnya rasa rendah diri. Apalagi jika pada dasarnya individu tersebut memiliki rasa tidak aman,

b. Eksternal, yang meliputi:

1) Pendidikan

Tingkat pendidikan yang rendah akan membuat individu merasa lebih rendah dari orang yang lebih pandai. Sedangkan individu yang memiliki pendidikan yang lebih tinggi biasanya akan menjadi individu yang lebih mandiri sebab tidak merasa perlu bergantung pada individu lain. Dengan bermodal kepercayaan diri yang didapat melalui tingkat pendidikannya, individu akan lebih mampu memenuhi kebutuhan hidupnya.

2) Pekerjaan

Kreativitas serta kemandirian yang ada dalam diri seseorang dapat diasah dengan bekerja. Sehingga dengan memiliki kreativitas dan kemandirian, individu dapat memiliki kepercayaan diri yang lebih. Selain materi, individu juga memperoleh kepuasan dan rasa bangga didapat karena bisa mengembangkan kemampuan diri melalui bekerja.

3) Lingkungan serta pengalaman hidup

Artinya lingkungan di sini meliputi lingkungan keluarga dan lingkungan masyarakat. Individu dapat memiliki kepercayaan diri apabila mendapat dukungan yang baik dari lingkungan keluarga dan masyarakat. Misalnya seperti antar sesama anggota keluarga yang memiliki interaksi yang baik. Hal ini juga akan memberi rasa nyaman pada individu.

4. *Self Confidence* Dalam Kajian Islam

Kepercayaan diri dapat dikatakan sebagai tanda bahwa seseorang bertaqwa dan beriman kepada Allah SWT. Hal ini tercantum dalam surah Ali-Imran ayat 139

مُؤْمِنِينَ كُنْتُمْ لِنَ الْأَعْلُونَ وَأَنْتُمْ تَحْزَنُونَ وَلَا تَهِنُوا وَلَا

“Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang beriman”

Ayat di atas menjelaskan mengenai orang yang percaya diri disebut dalam al-Qur'an sebagai orang yang tidak takut mengalami kegelisahan. Menurut tafsir al misbah ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memerintahkan manusia untuk tidak berputus asa, jangan menyerah dan menguatkan baik jasmani maupun psikis. Hal itu dikarenakan manusia merupakan makhluk Allah yang tinggi derajatnya (Shihab, 2005).

Dengan derajat yang tinggi manusia diharapkan agar selalu bersyukur terhadap apa yang dimilikinya, Hal ini tercantum dalam surah An-Nahl ayat 78

وَالْأَبْصَرَ السَّمْعَ لَكُمْ وَجَعَلَ شَيْئًا تَعْلَمُونَ لَا أَمْهَيْتُمْ بَطُونٍ مِنْ أَرْحَامِكُمْ وَأَنَّه تَشْكُرُونَ لِعَلَّكُمْ ۖ وَالْأَفْئِدَةَ

“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur”

Ayat ini menjelaskan bahwa manusia dianugrahi oleh Allah SWT alat indera yang berfungsi untuk digunakan sebaik-baiknya dengan mendekatkan diri kepada Allah SWT (Amarodin, 2021). Menurut tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Allah SWT telah memberikan berbagai anugrah yang telah dilimpahkan kepada umat-Nya. Ketika manusia dikeluarkan dari perut ibunya, manusia dalam keadaan tidak mengerti satu hal apapun, sehingga Allah SWT memberikan penglihatan dan pendengaran agar manusia bersyukur (Muhammad Alu & Ghoffar, 2003). Hal ini

berarti menyatakan bahwa manusia diciptakan oleh Allah SWT dalam keadaan sebaik-baiknya, sehingga manusia haruslah bersyukur terhadap apa yang dimilikinya. Dengan bersyukur, individu akan memiliki nilai kualitas dalam dirinya sehingga akan menumbuhkan jiwa yang percaya diri.

B. *Body Dissatisfaction*

1. Definisi *Body Dissatisfaction*

Menurut Cooper, Taylor, Cooper, dan Fainburn (1987) *Body dissatisfaction* merupakan penilaian individu yang membandingkan persepsi citra tubuh dirinya dengan orang lain. Sementara *body dissatisfaction* atau ketidakpuasan bentuk tubuh menurut Asri dan Setiasih (2004) merupakan keterpakuan pikiran akan penilaian yang negatif terhadap tampilan fisik dan adanya perasaan malu dengan keadaan fisik ketika berada di lingkungan sosial.

2. Aspek-aspek *body dissatisfaction*

Menurut Cooper, Taylor, Cooper, dan Fainburn (1987) terdapat aspek-aspek *body dissatisfaction*, antara lain :

- a. *Self perception of body shape* (Persepsi diri sendiri terhadap bentuk tubuh).
Merupakan cara pemikiran individu dengan membuat tanggapan mengenai bentuk tubuh dirinya sendiri.
- b. *Comparative perception of body image* (Membandingkan persepsi mengenai citra tubuh dengan orang lain).
Merupakan upaya individu mencari perbedaan tubuhnya yang terletak antara dirinya dengan orang lain.
- c. *Attitude concerning body image alteration* (Sikap yang fokus terhadap citra tubuh)
Aspek ini berkaitan pada sikap individu yang hanya memfokuskan pikirannya pada citra tubuh.
- d. *Severe alteration in body perception* (Perubahan yang drastis terhadap persepsi mengenai tubuh)

Merupakan aspek yang berfokus pada perubahan yang signifikan mengenai citra tubuh individu.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat empat aspek *body dissatisfaction* menurut Cooper, Taylor, Cooper, dan Fainburn (1987) diantaranya adalah *self perception of body shape, comparative perception of body image, attitude concerning body image alteration*, dan *severe alteration in body perception*.

C. *Personal Branding*

1. **Definisi *Personal Branding***

Menurut McNally dan Speak (2011) *personal branding* merupakan persepsi yang tertanam dan terpelihara di benak orang lain, yang memiliki tujuan akhir agar publik memandang positif terhadapnya sehingga dapat berlanjut kepada kepercayaan dan loyalitas. Tujuan *personal branding* ialah membangun citra dari apa yang ingin ditampilkan seseorang agar mampu memikat dan membangun kepercayaan terhadap orang lain (Putra & Vipraprastha, 2022).

2. **Dimensi Utama Pembentuk *Personal Branding***

Menurut McNally dan Speak (2011) *personal branding* dibentuk oleh tiga dimensi utama, diantaranya:

a. Kompetensi atau Kemampuan Individu

Dalam membangun reputasi atau *personal branding*, kita harus memiliki suatu kemampuan khusus atau kompetensi dalam satu bidang tertentu yang dikuasai. Seseorang dapat membentuk sebuah *personal branding* melalui sebuah metode komunikasi yang disusun dengan baik.

b. *Style* atau gaya

Gaya merupakan kepribadian dari *personal branding*. Gaya merupakan bagian yang menjadikan individu unik di dalam benak orang lain. Gaya adalah cara individu dalam berhubungan dengan

orang lain. Sering kali kata-kata yang digunakan orang untuk menilai gaya seseorang mengandung suatu emosi yang kuat.

c. Standar

Standar *personal branding* individu sangat mempengaruhi cara orang lain memandang diri individu. Standar akan menetapkan dan memberikan makna terhadap kekuatan *personal branding*. Namun kuncinya adalah individu sendiri yang menetapkan standar, individu sendiri yang harus melakukan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga aspek atau dimensi pembentuk *personal branding* menurut McNally dan Speak (2011) diantaranya adalah kompetensi atau kemampuan individu, *style* atau gaya, dan standar.

D. Hubungan Antara Body Dissatisfaction Dan *Personal Branding* Dengan *Self Confidence*

Menurut Hurlock (1980) masa remaja merupakan masa individu dianggap sebagai individu dalam usia bermasalah, dikarenakan ketidakmampuannya dalam mengatasi masalahnya sendiri. Salah satu masalah yang dihadapi oleh remaja adalah keprihatinan mereka terhadap perubahan fisiknya yang akan mempengaruhi kepercayaan diri mereka (Mardiyanti, Fikrulia, dan Talita., 2022). Kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian yang penting dalam kehidupan manusia (Andayani & Afiatin, 1996).

Mildawani (2014) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *self confidence* terbagi menjadi dua, yaitu internal, yang meliputi konsep diri, harga diri, kondisi fisik, dan pengalaman hidup. Faktor lainnya yaitu eksternal, diantaranya pendidikan, pekerjaan dan lingkungan. Kondisi fisik yang dimaksud meliputi bentuk tubuh pada individu. Hanya sedikit dari remaja yang mengalami kepuasan terhadap tubuhnya sendiri (Hurlock, 1980).

Body dissatisfaction merupakan cara pandang individu dalam menilai citra tubuh atau bentuk tubuhnya berdasarkan pengalaman-pengalaman di dalam lingkungan sekitarnya (Mardiyanti et al., 2022). Individu dengan persepsi diri yang buruk tentang tubuhnya sendiri disebabkan karena kesadaran diri mereka mengenai penampilannya, cemburu pada tipe tubuh orang lain, dan takut orang lain akan melihat kekurangan yang dimiliki (Barus, Rupang, dan Harefa., 2022).

Menurut Alsa (2006), salah satu ciri seseorang yang memiliki *self confidence* adalah memiliki kemampuan serta keterampilan yang dapat menunjang kehidupannya. Salah satu cara untuk memiliki kemampuan tersebut dengan membentuk *personal branding*. *Personal branding* merupakan salah satu jenis kegiatan mengungkapkan aktualisasi diri sehingga dapat membentuk sebuah citra sesuai yang diinginkan (Bilqis dan Muhid, 2021). *Personal branding* berfungsi sebagai usaha menunjukkan kemampuan, keunikan, spesialisasi dan citra diri yang dimiliki individu (Putra dan Vipraprastha, 2022).

E. Kerangka Berpikir

Masa remaja merupakan masa perpindahan antara masa kanak-kanak menuju dewasa (Hurlock, 1980; Sarwono, 2009). Masa remaja ditandai dengan percepatan perkembangan fisik, mental, emosional, dan sosial (Fatmawaty, 2018; Hasmarlin & Hirmaningsih, 2019; Pardede, 2002). Pada fase ini, remaja mengalami periode transisional yang penting dalam perkembangan berpikir kritis, salah satunya dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh remaja (Santrock, 2007). Remaja mulai mencari identitas dirinya dengan melakukan cara untuk mencoba mengangkat dirinya sendiri sebagai individu yang menarik misalnya dengan memilih pakaian serta barang yang akan digunakannya (Hurlock, 1980).

Self confidence menurut Lauster (2002) adalah suatu sikap atau perasaan yakin mengenai kemampuan yang dimiliki pada diri individu, sehingga individu yang bersangkutan tidak cemas dalam melakukan setiap tindakan serta dapat bebas melakukan

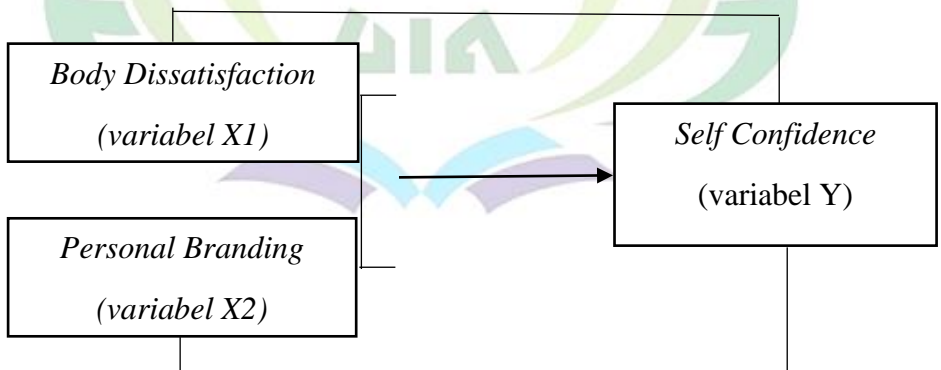
hal-hal yang disukai dan bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan.

Body dissatisfaction adalah perasaan tidak puas akan bentuk dan ukuran tubuh dimana individu menjadi sangat fokus pada pikiran akan penilaian yang negatif terhadap keadaan fisiknya (Amalia, 2018). *Body dissatisfaction* diyakini mempengaruhi *self confidence* pada diri individu, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Surbakti (2021) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan *body dissatisfaction* dengan *self confidence*.

Personal branding merupakan gambaran kuat dan jelas yang ada pada benak seseorang terhadap individu (Haroen, 2014). *Personal branding* menjadi konsep penting yang dimiliki oleh seseorang karena dapat dijadikan cara untuk meningkatkan nilai jual seseorang.

Gambar 2.1

Kerangka berpikir



Keterangan :

X1 : Variabel Bebas 1 (X1)

X2 : Variabel Bebas 2 (X2)

Y : Variabel Terikat (Y)

F. Hipotesis

1. Ada hubungan antara *body dissatisfaction* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*

2. Ada hubungan antara *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*
3. Ada hubungan antara *body dissatisfaction* dan *personal branding* dengan *self confidence* pada remaja putri pengguna *make-up*



DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah, M. (2015). Metodologi penelitian. In *Aswaja Pressindo*. Aswaja Pressindo.
- Ad-Damasyqi, I. bin U. bin K. al-Q. (2005). *Tafsir Ibnu Katsir 4.4.pdf* (p. 2003). Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Alsa, A. (2006). Hubungan Antara Dukungan Sosial Orang Tua Dengan Kepercayaan Diri Remaja Penyandang Cacat Fisik. *Psikologi*, *1*(1), 47–48.
- Amalia, D. R., Dewi, M. P., & Kusumastuti, A. N. (2018). Body Dissatisfaction Dan Harga Diri Pada Ibu Pasca Melahirkan. *Jurnal Psikologi*, *11*(2), 161–171. <https://doi.org/10.35760/psi.2018.v11i2.2261>
- Amalia, W., & Vebrian, G. (2022). Hubungan Antara Ketidakpuasan Bentuk Tubuh Dengan Kepercayaan Diri Remaja Pada Korban Body Shaming Di Smk Al-Gina. *Nusantara Hasana Journal*, *1*(8), 129–135.
- Amarodin. (2021). Tela'ah Tafsir QS. An-Nahl Ayat 78 dan Analisisnya. *Perspektive*, *14*(2), 22–61.
- Andayani, B., & Afiatin, T. (1996). Konsep Diri, Harga Diri, Dan Kepercayaan Diri Remaja. In *Jurnal Psikologi* (Vol. 23, Issue 2, pp. 23–30).
- Anwar, Z. (2015). Strategi Penyelesaian Konflik Antar Teman Sebaya Pada Remaja. *Seminar Psikologi Dan Kemanusiaan*, 475–482.
- Apriliani, E. (2016). *Analisis peran media dalam mempengaruhi remaja wanita usia 20-an dalam menggunakan make-up korean style di DKI Jakarta*.
- Asri, D. N., & Setiasih. (2004). Penerapan Metode Akupuntur pada Wanita Penyandang Obesitas. *Anima: Indonesian Psychological Journal*, *19*(3), 286–296.
- Azka N. (2021). Larangan Putus Asa dalam QS . Yusuf : 86-87 ; Studi Hermeneutika Abdullah Saeed atas Kisah Nabi Ya ' qub dan Nabi Yusuf. *Maghza: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, *6*(2), 217–238. <https://doi.org/10.24090/maghza.v6i2.4862>
- Bachri. (2018). *Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan*

E-Views. Makarti Bhakti Nagari.

- Barus, M., Rupang, E. R., & Harefa, C. A. (2022). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Mahasiswa Ners Tingkat 3 STIKes Santa Elisabeth Medan 2022. *Elisabeth Health Journal*, 7(2), 121–125.
- Bilqis, N. A., & Muhid, A. (2021). Efektivitas Cognitive Behavior Therapy Untuk Meningkatkan Personal Branding Pada Remaja. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan ...*, 4(2), 133–144.
- BPS. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. <https://www.bps.go.id/publication/2023/02/28/18018f9896f09f03580a614b/statistik-indonesia-2023.html>
- Budiwanto, S. (2017). *Metode Statistika Untuk Mengolah Data Keolahragaan*. CV UM.
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, C. G. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485–494.
- Diananda, A. (2019). Psikologi Remaja Dan Permasalahannya. *Journal ISTIGHNA*, 1(1), 116–133. <https://doi.org/10.33853/istighna.v1i1.20>
- Dinar Standard. (2021). State of the Global Islamic Economy Report 2020/21 - Thriving In Uncertainty. *State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*, 1(1), 92–95. <https://cdn.salaamgateway.com>
- Ekhsan, R. M. (2018). *Pentingnya kepercayaan diri dan dukungan keluarga dalam kecemasan matematika* (E. Supatmi (ed.)). CV Sindunata.
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. P. (2018). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3), 1–18.
- Fatmawaty, R. (2018). Fase-fase Masa Remaja. *Jurnal Reforma*, VI(02), 55–65.
- Faujiah, A., Frendika, R., & Firdaus, F. S. (2022). Pengaruh Personal Branding terhadap Kepercayaan Diri Guru di SMK Pelita Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 1160–1166.

- Fauziah, I. (2022). Pengaruh Body Dissatisfaction Terhadap Kepercayaan Diri Pada Anggota Senam Di Sanggar Senam X. *PSIKOSAINS (Jurnal Penelitian Dan Pemikiran Psikologi)*, 17(2), 122.
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. S. (2017). *Teori-Teori Psikologi* (R. Kusumaningrati (ed.)). Ar-Ruzz Media.
- Hardani, Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Issue March). CV Pustaka Ilmu.
- Haroen, D. (2014). *Personal Branding: Kunci Kesuksesan Anda Berkiprah di Dunia Politik* (A. Ubaedy & A. Wiranata (eds.)). PT Gramedia, Jakarta.
- Hasmarlin, H., & Hirmaningsih. (2019). Regulasi emosi pada remaja laki-laki dan perempuan. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 18(1), 87–95.
- Hikmawati, F. (2020). Metodologi Penelitian. In *Rajawali Pers*. PT RajaGrafindo Persada.
- Hildayani, R. (2021). *BSQ in Bahasa Indonesia*. Psyctc.org.
- Hulukati, W. (2016). *Pengembangan Diri Siswa SMA*. Ideas Publishing.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi perkembangan : suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan* (5th ed.). Erlangga.
- Islamey, G. R. (2020). Wacana Standar Kecantikan Perempuan Indonesia pada Sampul Majalah Femina. *Jurnal PIKMA*, 2(2), 110–119.
- Islamia, I., & Purnama, M. P. (2022). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Online Psikologi*, 4(1), 46–61.
- Laowe, C. (2019). Perbedaan Self Confidence pada Penggunaan Make-Up dan tidak Menggunakan Make-Up pada Remaja Putri. In *Psikologi Perkembangan*. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/11377>
- Latif, N., & Hariawan, F. (2021). Caption Konsep Diri: Strategi

- Personal Branding Pada Media Instagram. *J-MACC: Journal of Management and ...*, 4(2), 35–48. <https://bit.ly/3YnjjGr>
- Lauster, P. (2002). *Tes Kepribadian* (13th ed.). PT Bumi Aksara.
- Mardiyanti, R., Fikrulia, P. N., & Talita, A. A. (2022). Body Dissatisfaction Dan Kepercayaan Diri Pada Siswi Kelas X Smkn 4 Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper*, 9(01), 104–109.
- McNally, D., & Speak, K. D. (2011). *Be Your Own Brand* (2nd ed.). Berret Koehler Publisher, Inc.
- Mildawani, T. S. (2014). *Membangun kepercayaan diri*. Lestari Kiranatama.
- Monks, F. ., & Knowers, A. M. . (1991). *Psikologi Perkembangan : Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya* (Siti (ed.); 18th ed.). Gadjah Mada University Press.
- Muhammad Alu, bin A., & Ghoffar, M. A. (2003). *Tafsir Ibnu Katsir 5.1.pdf* (7th ed.). Pustaka Imam Asy-Syafi'i.
- Mustikawati, F., & Suwarsi, S. (2021). Pengaruh Communication Skill dan Kepercayaan Diri (Self Confidence) Terhadap Pembentukan Personal Branding Karyawan di Humas Pemerintah Kota Bandung. *Prosiding Manajemen*, 254–258.
- Nusaresearch. (2020). *Research Make-up Routine*. https://nusaresearch.net/public/news/996-Laporan_Tentang_Makeup_Routine.nsr
- Pahlevi, R. (2021). Produk Bibir Jadi Kosmetik Paling Populer Di Indonesia. *Databoks*, 2021. <https://rb.gy/jprto>. Diakses pada tanggal 1 Februari 2023.
- Pardede, N. (2002). *Tumbuh Kembang Anak dan Remaja* (1st ed.). CV Sagung Seto.
- Perdana, E. (2016). Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. In Christianingrum (Ed.), *Lab Kom Manajemen Fe Ubb*. LAB KOM MANAJEMEN FE UBB.
- Populix. (2022). Unveiling Indonesian Beauty & Dietary Lifestyle. *Populix, August*, 1–19.
- Pratiwi, I. D., & Laksmiwati, H. (2016). Kepercayaan Diri dan

- Kemandirian Belajar Pada Siswa SMA Negeri “X.” *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 7(1), 43.
<https://doi.org/10.26740/jptt.v7n1.p43-49>
- Pratiwi, S., & Suminar, D. R. (2017). Pengaruh fungsi Make-Up Sebagai Camouflage Dan Seduction Terhadap Kepercayaan Diri Pada Remaja Putri. *Psikologi Pendidikan Dan Perkembangan*, 6, 19–31.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif* (T. Chandra (ed.)). Zifatama Publishing.
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*.
- Putra, B. N. K., & Vipraprastha, T. (2022). Personal Branding, Social Media Marketing, Dan Word of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Modus*, 34(1), 75–84.
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*.
- Rahmawati, A., & Muslikah. (2021). Kepercayaan Diri pada Mahasiswi Pengguna Kosmetik di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Ilmiah Dan Bimbingan Konseling*, 3(1), 1–6.
<https://doi.org/10.31960/konseling.v3i1.1138>
- Rahmawati, H. K. (2022). *Psikologi Perkembangan* (N. Rismawati (ed.)). WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG.
www.penerbitwidina.com
- Ramadani, D. (2021). *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Citra Merek Dengan Loyalitas Merek Pada Mahasiswi Pengguna Lipstik Wardah*. Uin Raden Intan Lampung.
- Ramadhani, T. N., Putrianti, F. G., Psikologi, F., & Tamansiswa, U. S. (2014). *Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir*. 4(2), 22–32.
- Rosalina, L., Oktarina, R., Rahmiati, & Saputra, I. (2023). *Buku Ajar Statistika* (Eliza (ed.)). CV Muharika Rumah Ilmiah.
- Safitri, R. A., & Rini, A. S. (2021). Pengaruh Ketergantungan Make-Up Terhadap Kepercayaan Diri pada Remaja Putri. *Jurnal*

Psikologi Talenta Mahasiswa, 1(2).

- Safitri, S. F., & Rizal, G. L. (2020). Hubungan Body Image dengan Self Confidence pada Remaja Overweight Yang Mengalami Body Shaming. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2360–2367. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/717>
- Sahir, S. H. (2022). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). KBM Indonesia.
- Santrock, J. W. (2003). *Adolescence: Perkembangan Remaja* (6th ed.). Erlangga.
- Santrock, J. W. (2007). *Perkembangan Anak* (11th ed.). Erlangga.
- Sarwono, S. W. (2009). *Pengantar Psikologi Umum* (E. A. Meinarno (ed.)). Rajawali Pers.
- Shihab, M. Q. (2005). Tafsir Al-Misbah Vol. 2. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar* (5th ed., Vol. 6, Issue August). Penerbit Lentera Hati.
- Siahaan, X., Sudaryanto, E., & Muthmainnah, A. N. (2023). Strategi Personal Branding Tasya Farasya Melalui Media Sosial Instagram. *Ilmu Komunikasi*, 249–258.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Sukmaranti, G. (2022). Make-Up Therapy Sebagai Personal Branding Kiara Leswara. *Oratio Directa*, 4(2), 750–770.
- Sunarti, E., Islamia, I., Rochimah, N., & Ulfa, M. (2018). Resiliensi Remaja: Perbedaan Berdasarkan Wilayah, Kemiskinan, Jenis Kelamin, dan Jenis Sekolah. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 11(2), 157–168. <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.2.157>
- Surbakti, M. C. (2021). *Hubungan body dissatisfaction dengan kepercayaan diri pada mahasiswi fakultas psikologi universitas medan area*. Universitas Medan Area.
- Syafitri, N. N., & Islamia, I. (2022). Hubungan Intimate Friendship Dan Motif Diversi Dengan Pengungkapan Diri Pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *ANFUSINA: Journal of Psychology*, 4(2), 153–164. <https://doi.org/10.24042/ajp.v4i2.13984>

- Yanti, M., Goenawan, F., & Monica, V. (2020). Personal Branding Malvava Make Up Artist dalam Akun Instagram @Malvava. *E-Komunikasi*, 8(2), 12.
- Yunalia, E. M., & Etika, A. N. (2020). Analisa kecerdasan emosional remaja tahap akhir berdasarkan jenis kelamin. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 8(4), 477–484.
- ZAP & Markplus.Inc. (2020). ZAP Beauty Index 2020 | 1. *ZAP Beauty*, 1–36. <https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2020>





LAMPIRAN 1

RANCANGAN SKALA PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

INFORMED CONSENT

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Perkenalkan saya Fasha Maulida, Mahasiswi jurusan Psikologi Islam UIN Raden Intan Lampung. Pada saat ini saya sedang melakukan *try-out* mengenai “Hubungan Antara Body Dissatisfaction dan *Personal Branding* Dengan *Self Confidence* Pada Remaja Putri Pengguna *Make-up*”. Subjek dalam penelitian adalah remaja putri pengguna *make-up* berusia 18-21 tahun di Bandar Lampung.

Responden diminta untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Dikarenakan tidak ada jawaban yang salah ataupun benar, serta identitas partisipan yang dirahasiakan, diharapkan dapat mengisi skala ini dengan baik dan jujur. Adapun hasil dari kuesioner ini akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Terimakasih atas waktu dan kesediaannya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Tanda Tangan Peneliti

Tanda Tangan Kediaan Responden

Fasha Maulida

(.....)

I. Identitas Responden

- a. Nomor Angket :
- b. Nama/Inisial :
- c. Usia :

II. Petunjuk Pengisian

- 1) Isilah identitas anda pada tempat yang telah disediakan diatas.
- 2) Dibawah ini terdapat pernyataan-pernyataan, bacalah setiap pernyataan dan anda diminta untuk memberikan pendapat mengenai pernyataan tersebut dengan cara memilih salah satu dari alternatif jawaban yang disediakan
- 3) Pilihlah jawaban yang paling menggambarkan diri anda.
- 4) Isilah jawaban tersebut dengan menggunakan **tanda ceklis** (✓) pada kolom yang disediakan disebelah kanan pernyataan dengan keterangan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
AS : Agak Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

III. Tahap *Screening*

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Saya merupakan remaja putri berusia 18-21 tahun		
2.	Saya merupakan remaja putri yang aktif menggunakan <i>make-up</i>		
3.	Ketika saya beraktivitas di luar rumah (berkuliah, bekerja, dll), saya selalu menggunakan <i>make-up</i>		
4.	Saya lebih percaya diri ketika saya menggunakan <i>make-up</i>		
5.	Saat menggunakan <i>make-up</i> saya mengunggah foto/video di media sosial saya		
6.	Saya lebih percaya diri ketika mengunggah foto dengan <i>make-up</i>		



IV. Skala 1 (*Self Confidence*)

No.	Pernyataan	SS	S	AS	TS	STS
1.	<i>Make-up</i> membuat saya lebih percaya diri tampil di depan umum					
2.	Saya suka menggunakan <i>make-up brand</i> lokal maupun <i>brand</i> impor					
3.	Apabila saya merusak <i>make-up</i> teman saya, saya bersedia menggantinya					
4.	Ketika bersama teman, saya memperlihatkan tutorial <i>make-up</i> yang bagus					
5.	Berlebihan menggunakan <i>make-up</i> membuat saya terlihat lebih tua dari umur saya yang sebenarnya					
6.	Saya berusaha tidak mudah terpengaruh untuk membeli ketika ada <i>make-up</i> keluaran terbaru					
7.	<i>Full make-up</i> membuat saya tampil cantik					
8.	Merasa yakin jika <i>make-up</i> adalah kebutuhan utama saya					
9.	Saya menghargai orang lain yang memberi masukan terhadap penggunaan <i>make-up</i> yang bagus					
10.	Jika <i>make-up</i> yang digunakan orang lain lebih bagus saya akan memujinya					
11.	Saya mencari informasi yang benar tentang <i>make-up</i> yang akan digunakan					
12.	Meski wajah berjerawat saya tetap menggunakan <i>make-up</i>					
13.	Saya termasuk tipe yang susah percaya terhadap penawaran <i>make-up</i> yang murah					
14.	Saya berusaha ber <i>make-up</i> secara natural agar dipuji					
15.	Saya hanya tersenyum ketika orang lain membicarakan cara ber <i>make-up</i> saya					
16.	<i>Make-up</i> membuat wajah saya terlihat menawan					

17.	Jika teman saya berbisik-bisik dibelakang, artinya <i>make-up</i> yang saya gunakan tidak bagus					
18.	Merasa bahwa kemampuan <i>bermake-up</i> saya sangat rapi dan cantik					
19.	Percaya bahwa <i>make-up</i> membuat saya berani tampil di depan umum					
20.	Saya berusaha membuat orang lain senang dengan <i>make-up</i> yang digunakan					
21.	Saya tidak merasa malu bertanya kepada orang lain tentang <i>make-up</i> yang dibeli					
22.	Saya sering menghamburkan uang untuk membeli <i>make-up</i> terbaru					
23.	Saya menolak mengganti <i>make-up</i> yang telah saya rusak					
24.	Saya tidak menerima saran apapun dari teman saat membeli <i>make-up</i>					
25.	Terkadang sulit bagi saya untuk berbagai tips <i>bermake-up</i> dengan teman					
26.	Saya merasa penampilan saya kurang menarik dibandingkan orang lain					
27.	Saya tidak peduli merk <i>make-up</i> apa yang ditawarkan tetap membelinya					
28.	Saya merasa tidak yakin ketika tidak menggunakan <i>make-up</i> diluar rumah					
29.	Saya sulit untuk menghargai pendapat orang lain yang mengkritik <i>make-up</i> saya					
30.	Saya sulit menerima hukuman atas masalah yang saya lakukan sendiri					
31.	Saya senang memberikan <i>review</i> palsu tentang <i>make-up</i> yang ingin dibeli orang lain					
32.	Saya tidak suka memuji hasil <i>make-up</i> orang lain ketika lebih bagus					
33.	Saya merasa minder ketika orang lain memberi masukan tentang menggunakan <i>make-up</i> yang lebih bagus					

34.	Saya sering dicibir teman ketika menggunakan <i>make-up</i> untuk menutupi jerawat					
35.	Walaupun <i>make-up</i> murah, saya malas untuk membelinya					
36.	Saya sering malas mendengarkan jika teman saya berbicara tentang <i>make-up</i> saya					
37.	Tidak siap diremehkan oleh orang lain yang menggunakan <i>make-up</i> yang lebih bagus					
38.	Kadang-kadang merasa sedih ketika orang lain membicarakan <i>make-up</i> saya gunakan					
39.	Saya merasa tersinggung apabila teman-teman saya suka berbisik di belakang					
40.	Saya kurang yakin dengan kemampuan <i>bermake-up</i> yang dimiliki					
41.	Merasa sulit untuk tidak menggunakan <i>make-up</i> ketika berhadapan dengan orang banyak					
42.	Tetap menggunakan <i>make-up</i> ketika orang lain menganggap jelek <i>make-up</i> saya					
43.	Saya malu bertanya kepada orang lain tentang <i>make-up</i> karna akan ditertawakan dan diejek					

V. Skala 2 (*Body Dissatisfaction*)

No.	Pernyataan	SS	S	AS	TS	STS
1.	Saya merasa sedih karena saya bosan dengan bentuk tubuh saya					
2.	Saya khawatir terhadap bentuk tubuh saya sehingga memutuskan untuk mengatur pola makan					
3.	Saya tidak puas dengan ukuran paha, panggul, dan bokong saya					
4.	Saya khawatir tubuh saya akan semakin tidak ideal (kurus/gemuk)					
5.	Saya cemas badan saya tidak kencang					
6.	Saya merasa lebih tidak ideal (gemuk/kurus) setelah saya makan					
7.	Saya menangis karena merasa sedih dengan bentuk tubuh saya					
8.	Saya menghindari berlari karena akan menampakkan bentuk tubuh saya					
9.	Saya membandingkan bentuk tubuh saya ketika bersama dengan orang lain					
10.	Saya cemas paha saya akan terlihat tidak ideal (kurus/gemuk) ketika saya sedang duduk					
11.	Saya merasa makan sedikit akan membuat saya lebih tidak ideal (kurus/gemuk)					
12.	Saya merasa bentuk tubuh saya tidak sebagus bentuk tubuh orang lain					
13.	Saya tidak dapat berkonsentrasi dengan baik jika memikirkan tentang bentuk tubuh saya					
14.	Saya merasa tidak puas terhadap bentuk tubuh saya ketika saya tidak					

	menggunakan pakaian, seperti saat mandi					
15.	Saya menghindari menggunakan pakaian yang menampakan bentuk tubuh					
16.	Saya pernah membayangkan membuang bagian tubuh yang tidak ideal					
17.	Saya merasa lebih (gemuk/kurus) apabila mengkonsumsi makanan yang tidak sehat					
18.	Saya memutuskan tidak bersosialisasi karena merasa sedih dengan bentuk tubuh saya					
19.	Saya merasa tubuh saya sangat tidak ideal					
20.	Saya merasa malu dengan bentuk tubuh saya saat ini					
21.	Saya mengatur pola makan karena merasa cemas dengan bentuk tubuh saya					
22.	Saya sangat senang dengan bentuk tubuh saya ketika dalam keadaan perut kosong					
23.	Saya merasa bahwa bentuk tubuh saya saat ini karena ketidakmampuan saya dalam mengendalikan diri					
24.	Saya cemas jika orang lain melihat bagian tubuh saya yang tidak ideal (perut, paha)					
25.	Saya merasa tidak adil jika teman-teman memiliki tubuh yang lebih ideal daripada saya					
26.	Saya sengaja (memasukkan/memuntahkan) makanan					

	agar tubuh saya lebih ideal					
27.	Saya khawatir menghabiskan terlalu banyak ruang (misalnya saat duduk di sofa atau di dalam bus)					
28.	Saya cemas jika badan saya dipenuhi selulit					
29.	Saya merasa bentuk tubuh saya tidak ideal jika melihat pantulan diri di cermin					
30.	Saya pernah mencubit beberapa bagian tubuh untuk mengetahui seberapa banyak lemak yang ada					
31.	Saya menghindari situasi di mana orang lain bisa melihat tubuh saya (misalnya: ruang ganti umum atau kolam renang)					
32.	Saya pernah mengonsumsi obat-obatan agar membuat bentuk tubuh saya ideal					
33.	Saya menyadari bentuk tubuh saya ketika bersama dengan orang lain					
34.	Saya cemas dengan bentuk tubuh saya sehingga saya memutuskan untuk berolahraga					

VI. Skala 3 (*Personal Branding*)

No.	Pernyataan	SS	S	AS	TS	STS
1.	Saya memiliki potensi dalam diri saya					
2.	Saya merasa style yang saya pakai merupakan trend saat ini					
3.	Orang lain mengakui ciri khas saya (ex:berpakaian, berbicara)					
4.	Saya dikucilkan di dalam pertemanan saya					
5.	Saya merasa bahwa gaya pakaian saya sesuai dengan karakter saya					
6.	Saya merasa tidak konsisten dalam mengerjakan semua kegiatan					
7.	Saya tidak memiliki bakat terhadap apapun					
8.	Saya merasa orang lain tidak suka dengan style saya					
9.	Saya berusaha konsisten terhadap apa yang saya kerjakan					
10.	Saya cukup berperan dalam pertemanan saya					
11.	Saya merasa bahwa gaya pakaian saya tidak sesuai dengan karakter saya					
12.	Orang lain menganggap saya tidak memiliki peran dalam kehidupan mereka					
13.	Saya akan melakukan pekerjaan sesuai dengan bakat saya					
14.	Saya tidak menemukan jati diri saya yang sebenarnya					

15.	Saya cukup dihargai dalam forum yang saya ikuti					
16.	Saya merasa tidak berperan dalam kehidupan orang lain					
17.	Kebanyakan dari teman saya memuji style saya					
18.	Saya merasa tidak memiliki prinsip dalam hidup saya					
19.	Teman-teman saya cukup menghargai saya					
20.	Saya bersifat apa adanya dalam bermedia sosial					
21.	Apabila sedang berdiskusi, pendapat saya tidaklah penting					
22.	Saya tidak cukup dipandang dalam pertemanan saya					
23.	Saya tidak mampu menampilkan diri saya yang sebenarnya pada orang lain					
24.	Saya merasa kinerja saya menurun saat berkegiatan					
25.	Saya yakin dengan keterampilan yang saya miliki					
26.	Saya memiliki ciri khas tertentu ketika berbicara dengan orang lain					
27.	Saya memiliki prinsip tersendiri dalam melakukan sesuatu					
28.	Saya tidak yakin terhadap keterampilan yang saya miliki					
29.	Teman-teman saya tidak menyadari ciri khas saya dalam berpakaian					
30.	Saya mampu menyampaikan sifat saya kepada orang lain					

DISTRIBUSI *BODY DISSATISFACTION*

No.	No. Aitem																																						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34					
1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	3		
2	2	1	2	2	2	1	2	3	3	3	1	1	1	2	0	1	3	3	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2	1	2	2				
3	1	2	1	3	3	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	3	0	1	1	2	2	2	1	1	0	0	1	1	2	0	0	1	1	1	1			
4	2	2	2	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2			
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	0	2	2	1	1	1	1	2	0	3	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	1	1	1			
6	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	1	3	3	2	3	1	2	1	2	2	3	3	1	1	2	3	3	3	1	1	3	1	3	1			
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	1	1	1	3	3	1	2	0	3	3	3	3	3	1	2	2	2			
8	1	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	0	2	1	1	0	0	0	1	1	3	2	0	2	1	1	1			
9	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	0	0	1	2	3	1	0	2	1	1	1			
10	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2			
11	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0			
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1			
13	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	2	0	1	2	0	2	1	2	0	2		
14	1	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	2	2	1	3	2	3	2	3	2		
15	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	0	2	2		
16	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	1	1	2	3	3	2	0	3	2	2	2		
17	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
18	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
19	2	2	3	3	3	2	3	0	1	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
20	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2		
21	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	1	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	1	3	2	1	3	2		
22	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	2	3	1	3	2	3	1	3	2	
23	2	2	3	2	3	1	1	3	2	2	3	2	1	2	0	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2		
24	3	2	3	2	3	2	0	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2			
25	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	1	2	1	2	3		
26	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
27	2	3	2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	0	3	2	2	2	2	2		
28	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2		
29	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
30	1	1	1	2	2	1	2	1	2	0	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1		
31	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	1	3	2	2		
32	2	1	3	3	0	1	0	3	2	0	3	0	1	3	2	1	2	3	3	0	3	2	3	0	0	0	2	2	3	3	0	3	1	3	0	3	1		
33	2	2	2	2	2	3	2	0	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
34	2	2	2	2	2	0	0	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
35	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	2	1	3	2	2		
36	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
37	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	0	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	
38	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	0	0	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
39	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	0	2	3	3	3	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	
40	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	0	1	2	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2
41	1	2	3	3	3	1	0	0	0	0	0	3	0	3	0	2	0	1	1	2	0	2	1	1	0	2	2	1	0	1	0	1	2	2	1	0	1	2	2
42	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	3	0	3	3	3	3	
43	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	0	3	3	3	1	2	2	2	2		
44	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	
45	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	0	2	3	3	3	3	3	1	3	2	3	
46	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	2	3	2	2	2	1	3	3	2	0	2	3	2	1	1	2	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	
47	1	3	1	2	2	2	0	1	1	2	1	2	1	1	3	0	2	0	1	1	3	0	1	1	1	0	1	1	1	3	3	0	3	3	0	3	3	3	
48	3	3	3	3	3	0	0	2	0	3	0	3	0	3	2	3	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
49	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	2	1	2	3	2	3
50	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	1	3	2	1	3	0	2	3	2	1	3	0	2	2	0	0	1	2	3	3	0	0	1	3	0	0	1	3	
51	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	1	3	3	3	3	3	1	1	2	3	3	3	1	3	3	1	3		

DISTRIBUSI PERSONAL BRANDING

No.	No. Aitem																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
1	3	3	2	2	2	1	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	0	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	0	2	0	2	2	0	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2		
3	1	1	3	2	3	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	0	2	2	2		
4	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	
5	3	1	2	3	2	1	1	2	1	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	1	1	1	2	0	
6	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3		
7	1	2	3	3	1	1	1	1	1	3	1	2	2	0	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	1	3	1	1	3	2		
8	1	1	0	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	0	1	0	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	
9	2	1	1	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	
10	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	
11	2	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	1	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	
12	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	0	2	1	2	2	2	
13	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	
14	0	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	4	2	2	2	3	3	0	2	3	3	3	3	3	0	3	3	
15	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	0	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	0	3	2		
16	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	
17	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	
18	3	3	3	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	
19	2	1	1	0	3	0	1	3	2	3	1	1	2	0	2	1	2	1	3	2	1	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	
20	3	2	3	0	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	0	3	2	2	2	2	2	3	
21	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	
22	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	
23	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	
24	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	
25	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4	3	2	0	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	
26	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	
27	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
28	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3
29	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
30	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	0	2	1	0	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	
31	1	2	2	2	2	0	1	1	3	2	2	1	3	0	2	2	2	1	3	2	2	1	1	0	2	2	3	1	1	3		
32	2	0	0	3	0	0	2	2	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	0	2	0	1	2	2	0	3	2	2	0	1	0	
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	
34	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	
35	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	
36	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	
37	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	2	2	0	3	3	0	2	2	2	2	
38	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	
39	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	
40	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
41	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	0	3	2	3	1	3	1	3	3	2	1	3	3	3	1	3	3	3	
42	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
43	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	3	0	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	0	2	3	2	3	3	
44	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	1	3	1	2	0	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	0	3	3	2	1	1	2	
46	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1
47	2	1	2	3	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	
48	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	0	1	3	2	2	1	3	1	3	3	3	3	2	3	3	0	3	3	3	
49	3	1	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	0	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	
50	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	1	3	3	0	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
51	2	0	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	0	0	0	1	0	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	

LAMPIRAN 3

RELIABILITAS DAN VALIDITAS HASIL UJI COBA SKALA

Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala *Self Confidence**Reliability Statistics*

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.883	43

No.	Aspek	No Aitem	Nilai Korelasi	Keterangan
1.	Keyakinan	4	0,508	Valid
		7	0,290	Tidak Valid
		10	0,206	Tidak Valid
		17	0,256	Tidak Valid
		25	0,620	Valid
		32	0,217	Tidak Valid
		36	0,537	Valid
		39	0,100	Tidak Valid
2.	Optimis	1	0,124	Tidak Valid
		8	0,524	Valid
		14	0,387	Valid
		18	0,553	Valid
		26	0,555	Valid
		28	0,408	Valid
		33	0,309	Valid
		37	0,319	Valid
		40	0,498	Valid
3.	Objektif	2	0,348	Valid
		9	0,141	Tidak Valid
		11	0,302	Valid
		19	0,369	Valid
		22	0,389	Valid
		29	0,464	Valid

4.	Tanggung jawab	41	0,200	Tidak Valid
		3	0,224	Tidak Valid
		5	0,341	Valid
		12	0,341	Valid
		15	0,543	Valid
		20	0,388	Valid
		23	0,636	Valid
		30	0,427	Valid
		34	0,258	Tidak Valid
		38	0,376	Valid
5.	Rasional dan realistis	42	0,209	Tidak Valid
		6	0,197	Tidak Valid
		13	0,495	Valid
		16	0,484	Valid
		21	0,385	Valid
		24	0,492	Valid
		27	0,470	Valid
		31	0,097	Tidak Valid
		35	0,563	Valid
		43	0,313	Valid
Total Aitem		43		

Item-Total Statistics

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
V1	87.73	195.843	.124	.885
V2	87.80	190.641	.348	.881
V3	87.65	194.273	.224	.883
V4	87.92	186.554	.508	.878
V5	87.86	190.961	.341	.881
V6	88.06	193.976	.197	.884
V7	88.92	190.914	.290	.882
V8	88.00	187.840	.524	.878

V9	87.69	196.380	.141	.884
V10	87.71	195.292	.206	.883
V11	87.67	191.987	.302	.882
V12	88.92	188.714	.341	.882
V13	89.02	188.180	.495	.879
V14	88.16	188.975	.387	.880
V15	88.10	187.490	.543	.878
V16	87.75	189.834	.484	.879
V17	88.51	192.415	.256	.883
V18	88.00	186.840	.553	.878
V19	87.80	190.761	.369	.881
V20	87.88	190.626	.388	.881
V21	87.78	190.693	.385	.881
V22	88.08	190.434	.389	.881
V23	87.84	185.975	.636	.877
V24	87.82	187.548	.492	.879
V25	87.96	184.278	.620	.876
V26	88.96	188.758	.555	.878
V27	88.04	188.478	.470	.879
V28	88.37	184.958	.408	.880
V29	88.18	187.028	.464	.879
V30	88.47	187.134	.427	.880
V31	87.57	196.890	.097	.885
V32	87.63	195.078	.217	.883
V33	87.90	192.570	.309	.882
V34	87.86	193.441	.258	.882
V35	87.94	188.456	.563	.878
V36	87.94	188.016	.537	.878
V37	87.90	193.610	.319	.882
V38	88.24	189.864	.376	.881
V39	88.24	194.784	.100	.887

V40	88.49	187.295	.498	.879
V41	87.55	193.693	.200	.884
V42	87.53	193.854	.209	.883
V43	88.33	191.587	.313	.882

Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala *Body Dissatisfaction*

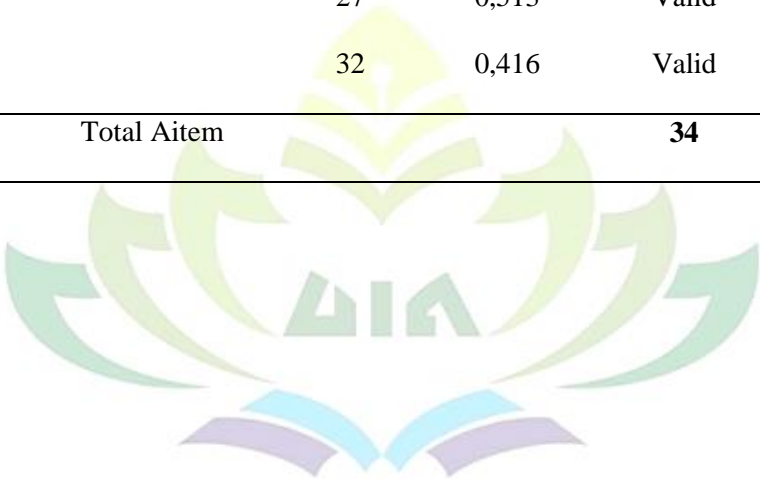
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.957	34

No.	Aspek	No Aitem	Nilai Korelasi	Keterangan
1.	<i>Self perception of body shape</i>	1	0,742	Valid
		3	0,712	Valid
		6	0,680	Valid
		10	0,685	Valid
		19	0,770	Valid
		20	0,715	Valid
		24	0,776	Valid
		28	0,537	Valid
		29	0,826	Valid
		30	0,569	Valid
		31	0,566	Valid

2.	<i>Comparative perception of body image</i>	9	0,775	Valid
		12	0,721	Valid
		18	0,592	Valid
		25	0,680	Valid
		33	0,642	Valid
3.	<i>Attitude concerning body image alteration</i>	2	0,704	Valid
		7	0,572	Valid
		8	0,589	Valid
		13	0,585	Valid
		15	0,309	Valid
		21	0,627	Valid
		22	0,636	Valid
		23	0,560	Valid
		26	0,496	Valid
34	0,558	Valid		

4.	<i>Severe</i>	4	0,620	Valid
	<i>alteration in</i>	5	0,578	Valid
	<i>body</i>	11	0,553	Valid
	<i>perception</i>	14	0,718	Valid
		16	0,435	Valid
		17	0,530	Valid
		27	0,513	Valid
		32	0,416	Valid
<hr/>				
	Total Aitem			34
<hr/>				



Item-Total Statistics

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
V1	64.61	312.243	.742	.955
V2	64.29	312.332	.704	.955
V3	64.35	312.113	.712	.955
V4	64.24	315.344	.620	.956
V5	64.18	317.228	.578	.956
V6	64.35	312.393	.680	.955
V7	64.57	311.770	.572	.956
V8	64.63	311.558	.589	.956
V9	64.27	308.843	.775	.954
V10	64.47	305.254	.685	.955
V11	64.69	315.500	.553	.956
V12	64.14	312.681	.721	.955
V13	65.10	319.210	.585	.956
V14	64.31	311.500	.718	.955
V15	64.20	322.961	.309	.958
V16	64.94	320.536	.435	.957
V17	64.29	320.492	.530	.956
V18	64.67	310.707	.592	.956
V19	64.41	309.967	.770	.954
V20	64.51	309.895	.715	.955
V21	64.37	312.998	.627	.955
V22	64.61	308.763	.636	.955
V23	64.43	315.090	.560	.956
V24	64.35	309.673	.776	.954
V25	64.67	308.187	.680	.955
V26	65.53	319.614	.496	.956
V27	65.31	319.860	.513	.956

V28	64.45	316.973	.537	.956
V29	64.39	308.123	.826	.954
V30	64.29	314.532	.569	.956
V31	64.29	314.132	.566	.956
V32	65.49	321.615	.416	.957
V33	64.29	316.572	.642	.955
V34	64.47	317.734	.558	.956

Hasil Uji Coba Reliabilitas Skala *Personal Branding*

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.942	30

No.	Aspek	No Aitem	Nilai Korelasi	Keterangan
1.	Kompetensi atau Kemampuan Individu	1	0,466	Valid
		4	0,265	Tidak Valid
		7	0,598	Valid
		10	0,665	Valid
		13	0,376	Valid
		16	0,583	Valid
		19	0,551	Valid
		22	0,589	Valid
		25	0,579	Valid

		28	0,469	Valid
2.	<i>Style</i> atau	2	0,744	Valid
	<i>gaya</i>	5	0,679	Valid
		8	0,627	Valid
		11	0,492	Valid
		14	0,695	Valid
		17	0,778	Valid
		20	0,606	Valid
		23	0,657	Valid
		26	0,489	Valid
		29	0,657	Valid
3.	<i>Standar</i>	3	0,555	Valid
		6	0,532	Valid
		9	0,660	Valid
		12	0,680	Valid
		15	0,644	Valid
		18	0,389	Valid
		21	0,738	Valid
		24	0,468	Valid
		27	0,466	Valid

30 0,611 Valid

 Total Aitem **30**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
V1	61.59	202.447	.466	.941
V2	61.86	194.201	.744	.938
V3	61.65	201.113	.555	.940
V4	61.71	206.972	.265	.943
V5	61.71	199.412	.679	.939
V6	62.29	203.852	.532	.941
V7	61.94	200.696	.598	.940
V8	61.80	200.161	.627	.940
V9	61.75	196.634	.660	.939
V10	61.61	199.163	.665	.939

V11	61.80	204.201	.492	.941
V12	61.90	197.530	.680	.939
V13	61.76	204.144	.376	.942
V14	62.27	192.363	.695	.939
V15	61.80	197.001	.644	.939
V16	61.71	196.052	.583	.940
V17	61.86	191.961	.778	.938
V18	62.29	207.172	.389	.942
V19	61.69	201.380	.551	.940
V20	61.63	199.958	.606	.940
V21	61.86	197.441	.738	.939
V22	61.94	199.936	.589	.940
V23	61.84	199.415	.657	.939
V24	61.98	200.540	.468	.941
V25	61.78	198.813	.579	.940
V26	61.57	203.930	.489	.941
V27	61.61	203.243	.466	.941
V28	62.18	201.548	.469	.941
V29	61.82	200.868	.657	.939
V30	61.65	199.953	.611	.940

LAMPIRAN 4

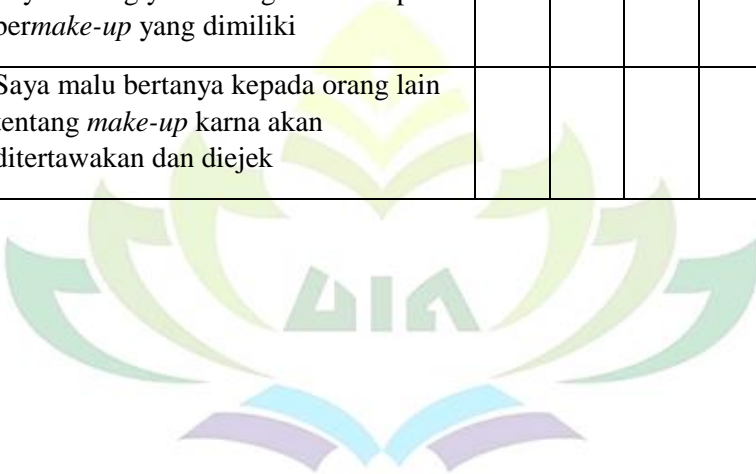
SKALA PENELITIAN

I. Skala *Self Confidence*

No.	Pernyataan	SS	S	AS	TS	STS
1.	Saya suka menggunakan <i>make-up brand</i> lokal maupun <i>brand</i> impor					
2.	Ketika bersama teman, saya memperlihatkan tutorial <i>make-up</i> yang bagus					
3.	Berlebihan menggunakan <i>make-up</i> membuat saya terlihat lebih tua dari umur saya yang sebenarnya					
4.	Merasa yakin jika <i>make-up</i> adalah kebutuhan utama saya					
5.	Saya mencari informasi yang benar tentang <i>make-up</i> yang akan digunakan					
6.	Meski wajah berjerawat saya tetap menggunakan <i>make-up</i>					
7.	Saya termasuk tipe yang susah percaya terhadap penawaran <i>make-up</i> yang murah					
8.	Saya berusaha bermake-up secara natural agar dipuji					
9.	Saya hanya tersenyum ketika orang lain membicarakan cara bermake-up saya					
10.	<i>Make-up</i> membuat wajah saya terlihat menawan					
11.	Merasa bahwa kemampuan bermake-up saya sangat rapi dan cantik					
12.	Percaya bahwa <i>make-up</i> membuat saya					

	berani tampil di depan umum					
13.	Saya berusaha membuat orang lain senang dengan <i>make-up</i> yang digunakan					
14.	Saya tidak merasa malu bertanya kepada orang lain tentang <i>make-up</i> yang dibeli					
15.	Saya sering menghamburkan uang untuk membeli <i>make-up</i> terbaru					
16.	Saya menolak mengganti <i>make-up</i> yang telah saya rusak					
17.	Saya tidak menerima saran apapun dari teman saat membeli <i>make-up</i>					
18.	Terkadang sulit bagi saya untuk berbagai tips <i>bermake-up</i> dengan teman					
19.	Saya merasa penampilan saya kurang menarik dibandingkan orang lain					
20.	Saya tidak peduli merk <i>make-up</i> apa yang ditawarkan tetap membelinya					
21.	Saya merasa tidak yakin ketika tidak menggunakan <i>make-up</i> diluar rumah					
22.	Saya sulit untuk menghargai pendapat orang lain yang mengkritik <i>make-up</i> saya					
23.	Saya sulit menerima hukuman atas masalah yang saya lakukan sendiri					
24.	Saya merasa minder ketika orang lain memberi masukan tentang menggunakan <i>make-up</i> yang lebih bagus					
25.	Walaupun <i>make-up</i> murah, saya malas untuk membelinya					

26.	Saya sering malas mendengarkan jika teman saya berbicara tentang <i>make-up</i> saya					
27.	Tidak siap diremehkan oleh orang lain yang menggunakan <i>make-up</i> yang lebih bagus					
28.	Kadang-kadang merasa sedih ketika orang lain membicarakan <i>make-up</i> saya gunakan					
29.	Saya kurang yakin dengan kemampuan <i>bermake-up</i> yang dimiliki					
30.	Saya malu bertanya kepada orang lain tentang <i>make-up</i> karna akan ditertawakan dan diejek					



II. Skala 2 *Body Dissatisfaction*

No.	Pernyataan	SS	S	AS	TS	STS
1.	Saya merasa sedih karena saya bosan dengan bentuk tubuh saya					
2.	Saya khawatir terhadap bentuk tubuh saya sehingga memutuskan untuk mengatur pola makan					
3.	Saya tidak puas dengan ukuran paha, panggul, dan bokong saya					
4.	Saya khawatir tubuh saya akan semakin tidak ideal (kurus/gemuk)					
5.	Saya cemas badan saya tidak kencang					
6.	Saya merasa lebih tidak ideal (gemuk/kurus) setelah saya makan					
7.	Saya menangis karena merasa sedih dengan bentuk tubuh saya					
8.	Saya menghindari berlari karena akan menampakkan bentuk tubuh saya					
9.	Saya membandingkan bentuk tubuh saya ketika bersama dengan orang lain					
10.	Saya cemas paha saya akan terlihat tidak ideal (kurus/gemuk) ketika saya sedang duduk					
11.	Saya merasa makan sedikit akan membuat saya lebih tidak ideal (kurus/gemuk)					
12.	Saya merasa bentuk tubuh saya tidak sebagus bentuk tubuh orang lain					
13.	Saya tidak dapat berkonsentrasi					

	dengan baik jika memikirkan tentang bentuk tubuh saya					
14.	Saya merasa tidak puas terhadap bentuk tubuh saya ketika saya tidak menggunakan pakaian, seperti saat mandi					
15.	Saya menghindari menggunakan pakaian yang menampakan bentuk tubuh					
16.	Saya pernah membayangkan membuang bagian tubuh yang tidak ideal					
17.	Saya merasa lebih (gemuk/kurus) apabila mengkonsumsi makanan yang tidak sehat					
18.	Saya memutuskan tidak bersosialisasi karena merasa sedih dengan bentuk tubuh saya					
19.	Saya merasa tubuh saya sangat tidak ideal					
20.	Saya merasa malu dengan bentuk tubuh saya saat ini					
21.	Saya mengatur pola makan karena merasa cemas dengan bentuk tubuh saya					
22.	Saya sangat senang dengan bentuk tubuh saya ketika dalam keadaan perut kosong					
23.	Saya merasa bahwa bentuk tubuh saya saat ini karena ketidakmampuan saya dalam mengendalikan diri					
24.	Saya cemas jika orang lain melihat bagian tubuh saya yang tidak ideal (perut, paha)					

25.	Saya merasa tidak adil jika teman-teman memiliki tubuh yang lebih ideal daripada saya					
26.	Saya sengaja (memasukan/memuntahkan) makanan agar tubuh saya lebih ideal					
27.	Saya khawatir menghabiskan terlalu banyak ruang (misalnya saat duduk di sofa atau di dalam bus)					
28.	Saya cemas jika badan saya dipenuhi selulit					
29.	Saya merasa bentuk tubuh saya tidak ideal jika melihat pantulan diri di cermin					
30.	Saya pernah mencubit beberapa bagian tubuh untuk mengetahui seberapa banyak lemak yang ada					
31.	Saya menghindari situasi di mana orang lain bisa melihat tubuh saya (misalnya: ruang ganti umum atau kolam renang)					
32.	Saya pernah mengonsumsi obat-obatan agar membuat bentuk tubuh saya ideal					
33.	Saya menyadari bentuk tubuh saya ketika bersama dengan orang lain					
34.	Saya cemas dengan bentuk tubuh saya sehingga saya memutuskan untuk berolahraga					

III. Skala 3

No.	Pernyataan	SS	S	AS	TS	STS
1.	Saya memiliki potensi dalam diri saya					
2.	Saya merasa style yang saya pakai merupakan trend saat ini					
3.	Orang lain mengakui ciri khas saya (ex:berpakaian, berbicara)					
4.	Saya merasa bahwa gaya pakaian saya sesuai dengan karakter saya					
5.	Saya merasa tidak konsisten dalam mengerjakan semua kegiatan					
6.	Saya tidak memiliki bakat terhadap apapun					
7.	Saya merasa orang lain tidak suka dengan style saya					
8.	Saya berusaha konsisten terhadap apa yang saya kerjakan					
9.	Saya cukup berperan dalam pertemanan saya					
10.	Saya merasa bahwa gaya pakaian saya tidak sesuai dengan karakter saya					
11.	Orang lain menganggap saya tidak memiliki peran dalam kehidupan mereka					
12.	Saya akan melakukan pekerjaan sesuai dengan bakat saya					
13.	Saya tidak menemukan jati diri saya yang sebenarnya					
14.	Saya cukup dihargai dalam forum yang saya ikuti					
15.	Saya merasa tidak berperan dalam					

	kehidupan orang lain					
16.	Kebanyakan dari teman saya memuji style saya					
17.	Saya merasa tidak memiliki prinsip dalam hidup saya					
18.	Teman-teman saya cukup menghargai saya					
19.	Saya bersifat apa adanya dalam bermedia sosial					
20.	Apabila sedang berdiskusi, pendapat saya tidaklah penting					
21.	Saya tidak cukup dipandang dalam pertemanan saya					
22.	Saya tidak mampu menampilkan diri saya yang sebenarnya pada orang lain					
23.	Saya merasa kinerja saya menurun saat berkegiatan					
24.	Saya yakin dengan keterampilan yang saya miliki					
25.	Saya memiliki ciri khas tertentu ketika berbicara dengan orang lain					
26.	Saya memiliki prinsip tersendiri dalam melakukan sesuatu					
27.	Saya tidak yakin terhadap keterampilan yang saya miliki					
28.	Teman-teman saya tidak menyadari ciri khas saya dalam berpakaian					
29.	Saya mampu menyampaikan sifat saya kepada orang lain					

LAMPIRAN 5

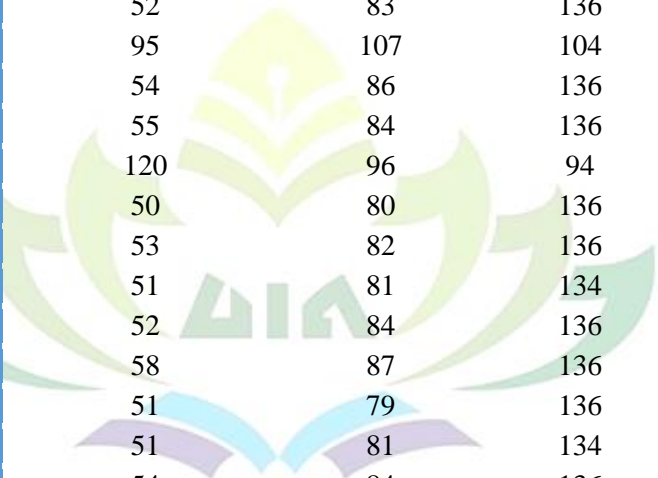
TABULASI DATA PENELITIAN

No.	BODY DISSATISFACTION	PERSONAL BRANDING	SELF CONFIDENCE
1	67	101	92
2	34	89	82
3	87	110	122
4	82	105	102
5	76	95	105
6	145	112	119
7	127	113	103
8	68	88	86
9	83	108	113
10	91	103	115
11	104	118	108
12	90	97	114
13	72	88	90
14	141	98	92
15	90	90	104
16	150	126	95
17	154	122	117
18	43	113	114
19	128	132	116
20	108	116	91
21	59	88	110
22	107	105	110
23	71	93	107
24	63	87	82
25	77	91	96
26	132	104	105
27	120	112	105
28	45	88	90
29	113	110	98
30	102	101	105
31	116	123	109

32	117	121	121
33	70	76	84
34	80	77	88
35	75	99	106
36	104	80	86
37	112	145	136
38	106	109	116
39	154	128	126
40	133	125	113
41	71	100	100
42	124	89	83
43	117	102	111
44	134	93	90
45	115	102	103
46	107	101	105
47	108	105	91
48	90	90	101
49	99	101	108
50	126	100	98
51	128	91	106
52	115	102	117
53	112	86	93
54	108	99	119
55	123	105	100
56	68	85	87
57	166	145	134
58	61	95	84
59	118	109	109
60	43	107	114
61	112	114	104
62	103	109	113
63	120	107	96
64	110	120	97
65	105	119	117
66	55	97	109

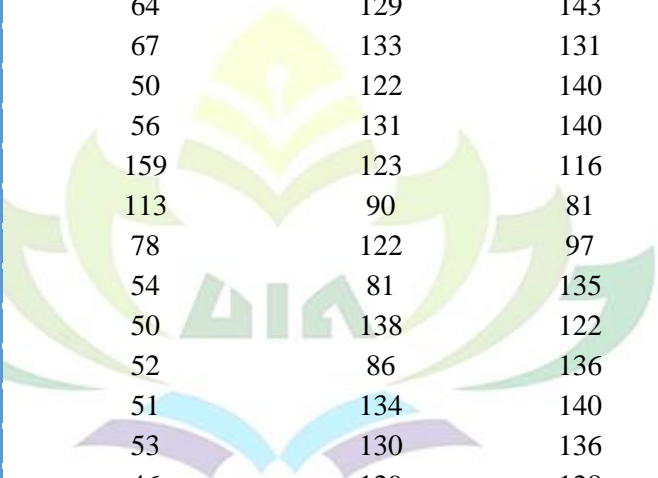
67	63	88	96
68	104	84	90
69	59	74	91
70	133	101	86
71	90	92	86
72	105	85	91
73	90	114	116
74	109	91	95
75	101	85	91
76	56	120	107
77	119	88	101
78	40	84	88
79	126	116	112
80	51	95	78
81	93	113	110
82	92	75	100
83	75	104	99
84	104	108	110
85	77	94	95
86	51	132	138
87	57	134	142
88	60	134	145
89	77	116	141
90	102	87	86
91	89	110	105
92	68	88	86
93	68	88	86
94	73	88	88
95	92	123	114
96	105	104	107
97	53	140	127
98	134	102	115
99	53	136	137
100	54	125	118
101	51	126	145

102	47	126	144
103	96	145	113
104	92	103	106
105	93	113	103
106	114	79	107
107	51	132	136
108	51	136	139
109	62	90	147
110	77	132	133
111	51	133	139
112	52	106	116
113	90	112	112
114	38	93	93
115	88	101	112
116	114	96	102
117	144	115	119
118	100	109	112
119	48	86	136
120	54	81	136
121	51	82	136
122	53	82	135
123	110	113	113
124	49	86	136
125	52	83	135
126	52	82	135
127	50	82	119
128	114	131	125
129	46	89	136
130	50	85	136
131	54	81	134
132	50	83	135
133	53	82	133
134	55	83	133
135	54	83	131
136	50	82	136




137	52	83	135
138	54	81	135
139	54	82	135
140	54	83	135
141	52	81	134
142	52	82	135
143	90	116	96
144	50	82	136
145	50	81	134
146	53	97	134
147	52	83	136
148	95	107	104
149	54	86	136
150	55	84	136
151	120	96	94
152	50	80	136
153	53	82	136
154	51	81	134
155	52	84	136
156	58	87	136
157	51	79	136
158	51	81	134
159	54	84	136
160	51	81	135
161	51	79	136
162	51	80	125
163	51	79	133
164	131	120	112
165	131	117	109
166	135	107	112
167	75	113	114
168	65	105	114
169	64	76	105
170	59	126	136
171	68	89	94

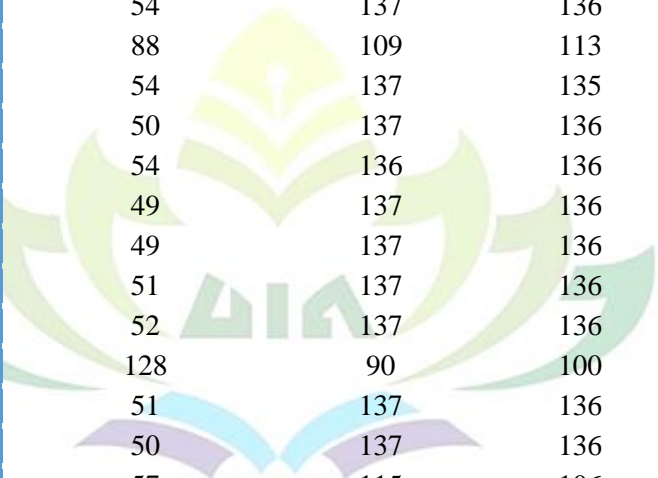
172	68	89	86
173	50	91	136
174	61	94	136
175	57	98	136
176	53	86	136
177	54	83	135
178	49	83	136
179	52	81	137
180	51	80	134
181	50	89	136
182	52	136	136
183	99	96	104
184	51	89	82
185	51	85	86
186	52	85	136
187	54	85	135
188	52	80	134
189	58	90	136
190	47	85	136
191	49	85	136
192	53	90	136
193	51	109	122
194	132	115	101
195	49	84	136
196	111	107	111
197	46	85	136
198	50	101	136
199	48	83	136
200	53	87	136
201	51	83	136
202	52	130	136
203	54	122	136
204	50	86	136
205	53	88	135
206	81	103	106



207	119	103	104
208	95	114	112
209	109	110	111
210	49	98	135
211	127	116	106
212	54	94	136
213	75	99	106
214	55	92	126
215	85	86	91
216	50	86	136
217	64	129	143
218	67	133	131
219	50	122	140
220	56	131	140
221	159	123	116
222	113	90	81
223	78	122	97
224	54	81	135
225	50	138	122
226	52	86	136
227	51	134	140
228	53	130	136
229	46	129	128
230	60	107	117
231	46	131	141
232	49	131	138
233	51	137	141
234	43	95	100
235	51	125	100
236	51	137	136
237	52	137	136
238	53	137	136
239	134	118	115
240	55	137	136
241	61	137	136

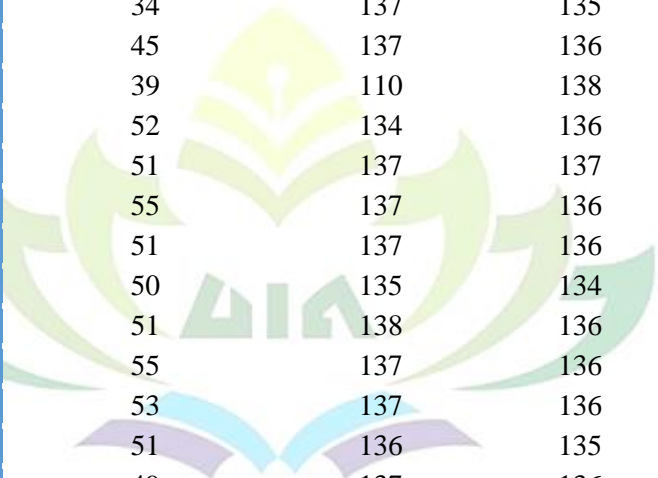


242	46	137	136
243	51	137	135
244	106	121	100
245	50	137	136
246	55	137	136
247	49	137	136
248	53	137	136
249	50	137	136
250	49	137	136
251	54	137	136
252	85	96	99
253	108	88	98
254	58	137	136
255	137	112	103
256	52	137	136
257	53	137	136
258	108	115	98
259	57	135	136
260	51	137	136
261	51	137	136
262	52	137	136
263	59	137	136
264	50	137	136
265	52	137	136
266	54	137	136
267	54	137	136
268	52	137	136
269	62	137	129
270	49	137	136
271	51	137	136
272	53	137	136
273	52	137	136
274	53	137	136
275	53	137	136
276	55	137	136

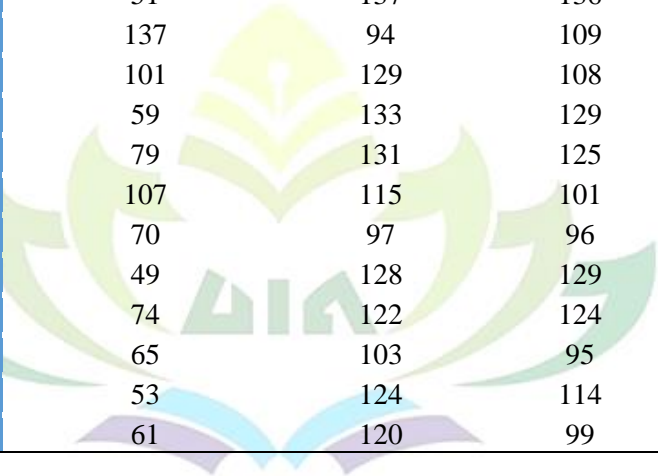


277	89	111	103
278	47	137	136
279	47	118	136
280	112	112	105
281	46	127	136
282	67	107	123
283	45	137	135
284	59	114	112
285	37	99	106
286	49	137	136
287	54	137	136
288	88	109	113
289	54	137	135
290	50	137	136
291	54	136	136
292	49	137	136
293	49	137	136
294	51	137	136
295	52	137	136
296	128	90	100
297	51	137	136
298	50	137	136
299	57	115	106
300	49	137	136
301	34	89	84
302	46	137	133
303	51	137	136
304	51	134	136
305	50	137	136
306	47	137	136
307	48	136	136
308	52	137	136
309	87	108	92
310	51	137	136
311	52	137	136

312	51	137	136
313	50	135	136
314	50	137	136
315	52	137	136
316	52	137	136
317	51	137	136
318	51	137	136
319	52	137	136
320	51	137	136
321	74	87	95
322	128	98	104
323	34	89	82
324	108	120	117
325	106	128	117
326	141	113	112
327	93	113	106
328	102	113	112
329	61	88	115
330	87	86	93
331	108	102	108
332	118	92	109
333	163	129	113
334	124	111	105
335	43	139	145
336	48	136	144
337	42	130	141
338	38	133	146
339	53	128	143
340	68	139	114
341	41	143	140
342	48	138	132
343	62	128	138
344	60	131	140
345	55	122	135
346	39	135	139



347	131	108	106
348	57	139	139
349	47	132	141
350	77	120	115
351	46	138	140
352	57	132	138
353	106	100	102
354	62	92	80
355	102	81	92
356	50	137	136
357	34	137	135
358	45	137	136
359	39	110	138
360	52	134	136
361	51	137	137
362	55	137	136
363	51	137	136
364	50	135	134
365	51	138	136
366	55	137	136
367	53	137	136
368	51	136	135
369	49	137	136
370	52	137	135
371	50	136	135
372	51	137	136
373	52	137	135
374	52	137	136
375	52	137	136
376	51	137	136
377	62	88	91
378	54	137	136
379	52	137	136
380	52	137	136
381	56	137	128



382	54	137	132
383	61	137	136
384	52	137	136
385	51	134	127
386	51	131	121
387	51	134	124
388	53	137	135
389	50	136	134
390	50	137	136
391	51	137	136
392	137	94	109
393	101	129	108
394	59	133	129
395	79	131	125
396	107	115	101
397	70	97	96
398	49	128	129
399	74	122	124
400	65	103	95
401	53	124	114
402	61	120	99

LAMPIRAN 6
HASIL UJI ASUMSI
Uji Normalitas
Deskripsi Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized

Residual

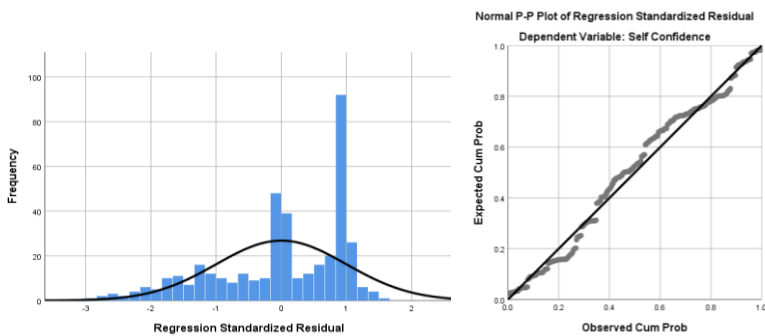
N		402
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	18.55143811
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.093
	Negative	-.129
Test Statistic		.129
Asymp. Sig. (2-tailed)		.230 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

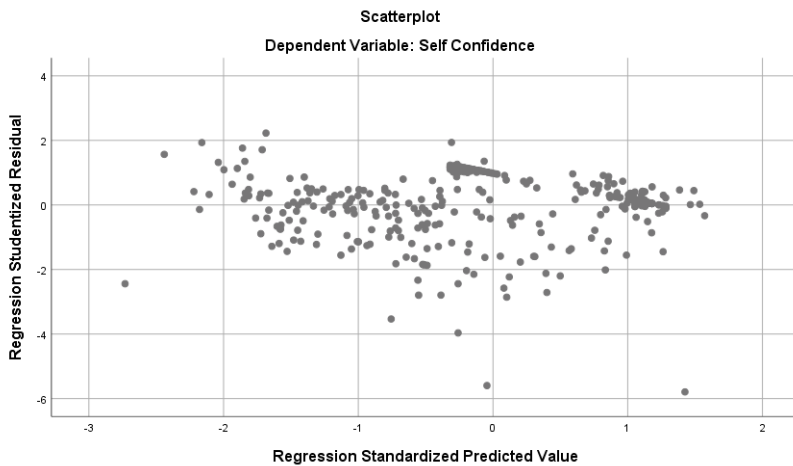
Visual Uji Normalitas



Uji Multikolinearitas

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
<i>(Constant)</i>		
<i>Body_Dissatisfaction</i>	.980	1.021
<i>Personal_Branding</i>	.980	1.021

Uji Heterokedastisitas



LAMPIRAN 7

HASIL UJI HIPOTESIS

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	R	R Square	F	Sig.
<i>Self Confidence</i>	0,672	0,451	164,058	0,000
<i>*Body dissatisfaction*</i>				
<i>*Personal Branding*</i>				

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	107.725	4.150			29.955	.000
<i>Body Dissatisfaction</i>	-.310	.023	-.505		-13.477	.000
<i>Personal Branding</i>	.317	.031	.377		10.061	.000

a. Dependent Variable: *Self Confidence*

LAMPIRAN 8
HASIL SUMBANGAN EFEKTIF
Sumbangan Efektif Masing-Masing Variabel

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi	Sumbangan Efektif
<i>Body dissatisfaction</i>	-0,505	-0,559	28,2%
<i>Personal branding</i>	0,377	0,449	16,9%
Jumlah			45,1%

Sumbangan efektif

1. **Sumbangan efektif (SE) variabel *body dissatisfaction* terhadap variabel *self confidence***

$$SEX1\% = \text{Beta}X1 \times r_{xy} \times 100\%$$

$$SEX1 = -0,505 \times -0,559 \times 100\%$$

$$SEX1 = 28,2\%$$

2. **Sumbangan efektif (SE) variabel *personal branding* terhadap variabel *self confidence***

$$SEX2\% = \text{Beta}X2 \times r_{xy} \times 100\%$$

$$SEX2 = 0,377 \times 0,449 \times 100\%$$

$$SEX2 = 16,9\%$$

3. Sumbangan efektif total (SE)

$$SE_{total}\% = SEX1\% + SEX2\%$$

$$SE_{total}\% = 28,2\% + 16,9\%$$

$$SE_{total}\% = 45,1\%$$

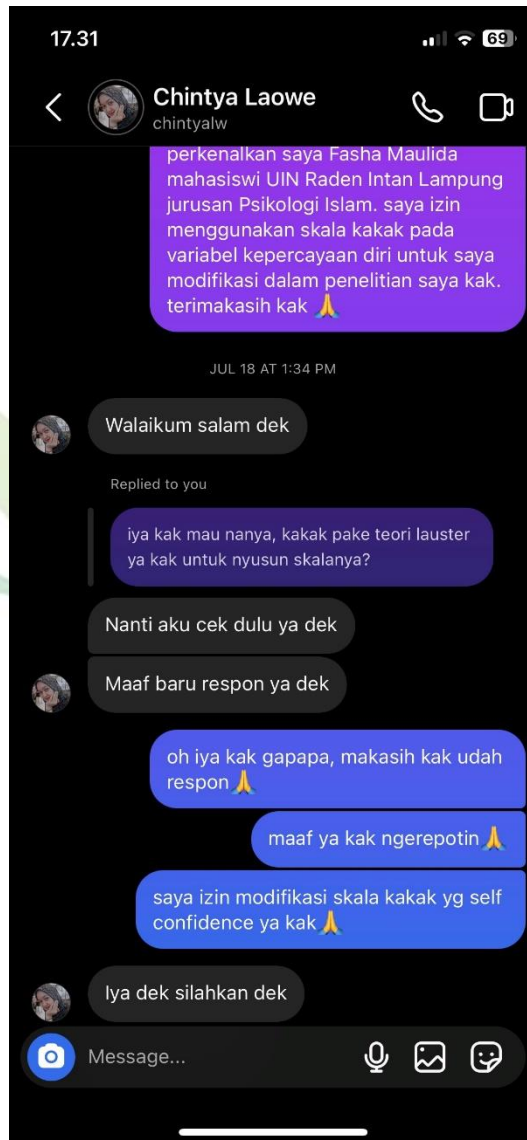
Sumbangan Efektif

Model	R	R Square	F	Sig
<i>Self Confidence *Body dissatisfaction* *Personal Branding*</i>	0,672	0,451	164,058	0,000



LAMPIRAN 9
BUKTI IZIN MENGGUNAKAN ALAT UKUR

Self Confidence



Body Dissatisfaction

LAMPIRAN 10

BUKTI PENELITIAN

The image shows a mobile screenshot of a Google Docs survey. The survey title is "Penelitian Hubungan Antara Body Diss". The "Tahap Screening" section contains three questions, each with a 100% "Ya" response rate. The first question is "Saya merupakan remaja putri berusia 18-21 tahun". The second question is "Saya merupakan remaja putri yang aktif menggunakan make-up". The third question is "Ketika saya beraktivitas di luar rumah (berkuliah, bekerja, dll), saya selalu menggunakan make-up". The respondent's name is SITI TIANA and their age is 18 years.

16.15 .id .id 9:00 50

docs.google.com

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Tahap Screening

Saya merupakan remaja putri berusia 18-21 tahun 402 jawaban

100% Ya

Saya merupakan remaja putri yang aktif menggunakan make-up 402 jawaban

100% Ya

Ketika saya beraktivitas di luar rumah (berkuliah, bekerja, dll), saya selalu menggunakan make-up 402 jawaban

100% Ya

Identitas Responden

Nama/Inisial *

SITI TIANA

Usia *

18 tahun

19 tahun

20 tahun

21 tahun

16.10 docs.google.com 16.16 docs.google.com

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Tahap Screening

Saya merupakan remaja putri berusia 18-21 tahun
402 jawaban

Ya

100%

Salin

Saya merupakan remaja putri yang aktif menggunakan *make-up*
402 jawaban

Ya

100%

Salin

Ketika saya beraktivitas di luar rumah (berkuliah, bekerja, dll), saya selalu menggunakan *make-up*
402 jawaban

Ya

100%

Salin

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya suka menggunakan *make-up brand* lokal maupun *brand* impor *

SS

S

AS

TS

STS

Ketika bersama teman, saya memperlihatkan tutorial *make-up* yang bagus *

SS

S

AS

TS

STS

Berlebih menggunakan *make-up* membuat saya terlihat lebih tua dari umur saya yang sebenarnya *

SS

S

AS

TS

STS

16.18 .all .all 11.8 docs.google.com + [S] ⋮

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya termasuk tipe yang susah percaya * terhadap penawaran *make-up* yang murah

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya berusaha *bermake-up* secara natural agar dipuji *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya hanya tersenyum ketika orang lain * membicarakan cara *bermake-up* saya.

SS
 S
 AS
 TS
 STS

16.17 .all .all 1.00 docs.google.com + [S] ⋮

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Merasa yakin jika *make-up* adalah kebutuhan utama saya *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya mencari informasi yang benar * tentang *make-up* yang akan digunakan

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Meski wajah berjerawat saya tetap menggunakan *make-up* *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

16.19 .lll .lll 5.43 16.23 .lll .lll 1.00

docs.google.com docs.google.com

Penelitian Hubungan Antara Body Diss Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Make-up membuat wajah saya terlihat menawan *

SS

S

AS

TS

STS

Merasa bahwa kemampuan **bermake-up** saya sangat rapi dan cantik *

SS

S

AS

TS

STS

Percaya bahwa **make-up** membuat saya berani tampil di depan umum *

SS

S

AS

TS

STS

Saya menolak mengganti **make-up** yang telah saya rusak *

SS

S

AS

TS

STS

Saya tidak menerima saran apapun dari teman saat membeli **make-up** *

SS

S

AS

TS

STS

Terkadang sulit bagi saya untuk berbagai tips **bermake-up** dengan teman *

SS

S

AS

TS

STS

16.22 .ad .id 17.8 KB/s @ 3G+ 16.23 .ad .id 2.00 KB/s @ 3G+

docs.google.com + [5] : docs.google.com + [5] :

Penelitian Hubungan Antara Body Diss Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya berusaha membuat orang lain senang dengan *make-up* yang digunakan *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya merasa penampilan saya kurang menarik dibandingkan orang lain *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya tidak merasa malu bertanya kepada orang lain tentang *make-up* yang dibeli *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya tidak peduli merk *make-up* apa yang ditawarkan tetap membelinya *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya sering menghamburkan uang untuk membeli *make-up* terbaru *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya merasa tidak yakin ketika tidak menggunakan *make-up* diluar rumah *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Penelitian Hubungan Antara Body Diss	Penelitian Hubungan Antara Body Diss
Pertanyaan Jawaban 402 Setelan	Pertanyaan Jawaban 402 Setelan
<p>Saya sulit untuk menghargai pendapat orang lain yang mengkritik <i>make-up</i> saya *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> AS</p> <p><input checked="" type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>Walaupun <i>make-up</i> murah, saya malas untuk membelinya *</p> <p><input checked="" type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> AS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>
<p>Saya sulit menerima hukuman atas masalah yang saya lakukan sendiri *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input checked="" type="radio"/> AS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>Saya sering malas mendengarkan jika teman saya berbicara tentang <i>make-up</i> saya *</p> <p><input checked="" type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input type="radio"/> AS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>
<p>Saya merasa minder ketika orang lain memberi masukan tentang menggunakan <i>make-up</i> yang lebih bagus *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input checked="" type="radio"/> AS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>	<p>Tidak siap diremehkan oleh orang lain yang menggunakan <i>make-up</i> yang lebih bagus *</p> <p><input type="radio"/> SS</p> <p><input type="radio"/> S</p> <p><input checked="" type="radio"/> AS</p> <p><input type="radio"/> TS</p> <p><input type="radio"/> STS</p>

Penelitian Hubungan Antara Body Diss	
Pertanyaan	Jawaban 402 Setelan
Kadang-kadang merasa sedih ketika orang lain membicarakan <i>make-up</i> saya gunakan *	<input checked="" type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS
Saya merasa sedih karena saya bosan dengan bentuk tubuh saya *	<input checked="" type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS
Saya kurang yakin dengan kemampuan <i>bermake-up</i> yang dimiliki *	<input type="radio"/> SS <input checked="" type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS
Saya khawatir terhadap bentuk tubuh saya sehingga memutuskan untuk mengatur pola makan *	<input checked="" type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS
Saya malu bertanya kepada orang lain tentang <i>make-up</i> karna akan ditertawakan dan diejek *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS
Saya tidak puas dengan ukuran paha, panggul, dan bokong saya *	<input checked="" type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS

16.26 .it .it 5.13 16.26 .it .it 0.05

docs.google.com docs.google.com

Penelitian Hubungan Antara Body Diss Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya khawatir tubuh saya akan semakin tidak ideal (kurus/gemuk) *

SS

S

AS

TS

STS

Saya menangis karena merasa sedih dengan bentuk tubuh saya *

SS

S

AS

TS

STS

Saya cemas badan saya tidak kencang *

SS

S

AS

TS

STS

Saya menghindari berlari karena akan menampakkan bentuk tubuh saya *

SS

S

AS

TS

STS

Saya merasa lebih tidak ideal (gemuk/kurus) setelah saya makan *

SS

S

AS

TS

STS

Saya membandingkan bentuk tubuh saya ketika bersama dengan orang lain *

SS

S

AS

TS

STS

16.27 .af .af 93% 16.27 .af .af 52%

docs.google.com + S : docs.google.com + S :

Penelitian Hubungan Antara Body Diss Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya cemas paha saya akan terlihat tidak ideal (kurus/gemuk) ketika saya sedang duduk *

SS

S

AS

TS

STS

Saya pernah membayangkan membuang bagian tubuh yang tidak ideal *

SS

S

AS

TS

STS

Saya merasa makan sedikit akan membuat saya lebih tidak ideal (kurus/gemuk) *

SS

S

AS

TS

STS

Saya merasa lebih (gemuk/kurus) apabila mengkonsumsi makanan yang tidak sehat *

SS

S

AS

TS

STS

Saya merasa bentuk tubuh saya tidak sebagus bentuk tubuh orang lain *

SS

S

AS

TS

STS

Saya memutuskan tidak bersosialisasi karena merasa sedih dengan bentuk tubuh saya *

SS

S

AS

TS

STS

16.27 docs.google.com + [5] ⋮

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban **402** Setelan

Saya tidak dapat berkonsentrasi dengan baik jika memikirkan tentang bentuk tubuh saya *

SS

S

AS

TS

STS

Saya merasa tidak puas terhadap bentuk tubuh saya ketika saya tidak menggunakan pakaian, seperti saat mandi *

SS

S

AS

TS

STS

Saya menghindari menggunakan pakaian yang menampakan bentuk tubuh *

SS

S

AS

TS

STS

16.28 docs.google.com + [5] ⋮

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban **402** Setelan

Saya merasa tubuh saya sangat tidak ideal *

SS

S

AS

TS

STS

Saya merasa malu dengan bentuk tubuh saya saat ini *

SS

S

AS

TS

STS

Saya mengatur pola makan karena merasa cemas dengan bentuk tubuh saya *

SS

S

AS

TS

STS

16.29 100% 16.28 100%

docs.google.com + S : docs.google.com + S :

Penelitian Hubungan Antara Body Diss Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya merasa tidak adil jika teman-teman memiliki tubuh yang lebih ideal daripada saya *

SS

S

AS

TS

STS

Saya sangat senang dengan bentuk tubuh saya ketika dalam keadaan perut kosong *

SS

S

AS

TS

STS

Saya sengaja (memasukan/memuntahkan) makanan agar tubuh saya lebih ideal *

SS

S

AS

TS

STS

Saya merasa bahwa bentuk tubuh saya saat ini karena ketidakmampuan saya dalam mengendalikan diri *

SS

S

AS

TS

STS

Saya khawatir menghabiskan terlalu banyak tempat (misalnya saat duduk di sofa atau di dalam bus) *

SS

S

AS

TS

STS

Saya cemas jika orang lain melihat bagian tubuh saya yang tidak ideal (misalnya perut/paha) *

SS

S

AS

TS

STS

16.29 100% 16.29 docs.google.com + 5 : 16.30 100% 16.30 docs.google.com + 5 :

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya merasa bentuk tubuh saya tidak ideal jika melihat pantulan diri di cermin *

SS

S

AS

TS

STS

Saya pernah mencubit beberapa bagian tubuh untuk mengetahui seberapa banyak lemak yang ada *

SS

S

AS

TS

STS

Saya menghindari situasi di mana orang lain bisa melihat tubuh saya (misalnya: ruang ganti umum atau kolam renang) *

SS

S

AS

TS

STS

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya memiliki potensi dalam diri saya *

SS

S

AS

TS

STS

Saya merasa style yang saya pakai merupakan trend saat ini *

SS

S

AS

TS

STS

Orang lain mengakui ciri khas saya (misalnya dalam berpakaian/berbicara) *

SS

S

AS

TS

STS

16.29 .ll .ll .ll 8.00 8.00
docs.google.com + [5] : docs.google.com + [5] :

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya pernah mengonsumsi obat-obatan agar membuat bentuk tubuh saya ideal *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya menyadari bentuk tubuh saya ketika bersama dengan orang lain *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya cemas dengan bentuk tubuh saya sehingga saya memutuskan untuk berolahraga *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya merasa bahwa gaya pakaian saya sesuai dengan karakter saya *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya merasa tidak konsisten dalam mengerjakan semua kegiatan *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Saya tidak memiliki bakat terhadap apapun *

SS
 S
 AS
 TS
 STS

Penelitian Hubungan Antara Body Diss		Penelitian Hubungan Antara Body Diss	
Pertanyaan	Jawaban 402	Pertanyaan	Jawaban 402
Saya merasa orang lain tidak suka dengan style saya *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	Saya merasa bahwa gaya pakailan saya tidak sesuai dengan karakter saya *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS
Saya berusaha konsisten terhadap apa yang saya kerjakan *	<input type="radio"/> SS <input checked="" type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	Orang lain menganggap saya tidak memiliki peran dalam kehidupan mereka *	<input type="radio"/> SS <input checked="" type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS
Saya cukup berperan dalam pertemanan saya *	<input type="radio"/> SS <input checked="" type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	Saya akan melakukan pekerjaan sesuai dengan bakat saya *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS

Penelitian Hubungan Antara Body Diss		
Pertanyaan	Jawaban 402	Setelan
Saya tidak menemukan jati diri saya yang sebenarnya *	<input type="radio"/> SS <input checked="" type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Saya cukup dihargai dalam forum yang saya ikuti *	<input checked="" type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Saya merasa tidak berperan dalam kehidupan orang lain *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Saya bersifat apa adanya dalam bermedia sosial *	<input type="radio"/> SS <input checked="" type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Apabila sedang berdiskusi, pendapat saya tidaklah penting *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input checked="" type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Saya tidak cukup dipandang dalam pertemanan saya *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input checked="" type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	

Penelitian Hubungan Antara Body Diss		
Pertanyaan	Jawaban 402	Setelan
Kebanyakan dari teman saya memuji style saya *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Saya merasa tidak memiliki prinsip dalam hidup saya *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input checked="" type="radio"/> STS	
Teman-teman saya cukup menghargai saya *	<input type="radio"/> SS <input checked="" type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Saya tidak mampu menampilkan diri saya yang sebenarnya pada orang lain *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Saya merasa kinerja saya menurun saat berkegiatan *	<input type="radio"/> SS <input type="radio"/> S <input checked="" type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	
Saya yakin dengan keterampilan yang saya miliki *	<input type="radio"/> SS <input checked="" type="radio"/> S <input type="radio"/> AS <input type="radio"/> TS <input type="radio"/> STS	

16.32 . . . 0.30

docs.google.com

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Saya memiliki ciri khas tertentu ketika berbicara dengan orang lain *

- SS
- S
- AS
- TS
- STS

Saya memiliki prinsip tersendiri dalam melakukan sesuatu *

- SS
- S
- AS
- TS
- STS

Saya tidak yakin terhadap keterampilan yang saya miliki *

- SS
- S
- AS
- TS
- STS

16.32 . . . 0.19

docs.google.com

Penelitian Hubungan Antara Body Diss

Pertanyaan Jawaban 402 Setelan

Teman-teman saya tidak menyadari ciri khas saya dalam berpakaian *

- SS
- S
- AS
- TS
- STS

Saya mampu menyampaikan sifat saya kepada orang lain *

- SS
- S
- AS
- TS
- STS

LAMPIRAN 11

TURNITIN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
 Telp.(0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 2379 /Un.16 / P1 /KT/ X/ 2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
 NIP : 197308291998031003
 Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**HUBUNGAN ANTARA BODY DISSATISFACTION DAN PERSONAL
 BRANDING DENGAN SELF CONFIDENCE PADA REMAJA PUTRI PENGGUNA MAKE-UP**
 Karya :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
FASHA MAULIDA	1931080311	FUSA/ PSI

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 14 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 13 Oktober 2023
 Kepala Pusat Perpustakaan

Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
 NIP.1973082.391998031003

Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

HUBUNGAN ANTARA BODY DISSATISFACTION DAN PERSONAL BRANDING DENGAN SELF CONFIDENCE PADA REMAJA PUTRI PENGGUNA MAKE-UP

ORIGINALITY REPORT

14%	14%	7%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.umg.ac.id Internet Source	3%
2	www.jptam.org Internet Source	2%
3	fpsi.um.ac.id Internet Source	1%
4	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
5	repository.upi.edu Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
7	karyailmiah.unisba.ac.id Internet Source	1%
8	repository.stieykpn.ac.id Internet Source	1%
9	ojs.unm.ac.id Internet Source	1%
10	proceedings.unisba.ac.id Internet Source	1%
11	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	1%
12	repository.unwim.ac.id Internet Source	