



**PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

**ANALISIS *BEAUTY PRIVILEGE* TERHADAP *SELF – ESTEEM* PADA  
KLIEN KLINIK KECANTIKAN  
KOTA SIGLI TAHUN 2025**

**OLEH:  
MENA KOMARIA  
2307210045**

**PROGRAM STUDI MAGISTER KESEHATAN MASYARAKAT  
PASCASARJANA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH  
BANDA ACEH  
2025**



**PASCASARJANA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

***ANALISIS BEAUTY PRIVILEGE TERHADAP SELF – ESTEEM PADA  
KLIEN KLINIK KECANTIKAN  
KOTA SIGLI TAHUN 2025***

Tesis ini diajukan sebagai  
salah satu syarat memperoleh gelar  
MAGISTER KESEHATAN MASYARAKAT

**OLEH:  
MENA KOMARIA  
2307210045**

**PROGRAM STUDI MAGISTER KESEHATAN MASYARAKAT  
PASCASARJANA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH  
BANDA ACEH  
2025**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mena Komaria

NPM : 2307210045

Program Studi : Magister Kesehatan Masyarakat

Peminatan : Administrasi Kebijakan dan Kesehatan

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul "**Analisis *Beauty Privallege Terhadap Self Esteem* Pada Klien Klinik Kecantikan Kota Sigli Tahun 2025**" benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar.

Apabila dikemudian hari diketahui bahwa tesis ini merupakan hasil dibuat oleh pihak-pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan oleh Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA), termasuk pembatalan hasil sidang tesis atau pembatalan hak atas gelar magister saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya dan tanpa ada paksaan.

Terima kasih,  
Banda Aceh, 8 Agustus 2025

**Mena Komaria**  
2307210045

## ABSTRAK

*Beauty privilege* mencerminkan ketidakadilan sosial berbasis penampilan, di mana individu yang sesuai standar kecantikan ideal mendapat perlakuan lebih baik, peluang lebih besar, dan akses lebih mudah ke sumber daya sosial, yang meningkatkan kepercayaan diri mereka. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi hubungan *beauty privilege*, karakteristik (usia, pendidikan, pendapatan), dan penggunaan internet terhadap tingkat *self-esteem* pada klien di klinik kecantikan. Penelitian ini menggunakan metode analitik observasional dengan pendekatan *cross-sectional* yang melibatkan 121 orang yang melakukan treatment kecantikan di klinik kecantikan di Kota Sigli dengan usia dari 17 sampai 40 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner BDDQ (*beauty privilege*), RSES (*self-esteem*) dan IAT (pengguna internet). Analisis menggunakan regresi logistik dengan uji bivariat dan multivariat. Hasil analisis menunjukkan *internet addiction* memiliki hubungan yang sangat besar terhadap tingkat *self-esteem* dimana memiliki nilai odd rasio sebesar 21,57 kali (CI=4,776-97,417; p=0,001), sedangkan untuk usia 17-20 tahun OR 17,24 kali (CI=2,18-136,325; p=0,007). OR preokupasi rendah terhadap *beauty privilege* sebesar 12,83 (CI=3,121-52,777; p=0,001). Latar belakang pendidikan SMA menunjukkan OR sebesar 11,84 (CI=2,733-51,309; p=0,001) dan untuk tingkat pendapatan rendah menunjukkan OR sebesar 6,40 (1,620-25,317; p=0,008). Kesimpulan menunjukkan bahwa. Disarankan masyarakat perlu menilai individu berdasarkan kemampuan, bukan fisik semata. Dukungan terhadap representasi inklusif juga perlu diperkuat dan juga penting meningkatkan kesadaran akan keberagaman penampilan.

.

### **Kata Kunci :**

*Beauty privilege*, standar kecantikan, *self-esteem*.

## ABSTRACT

*Beauty privilege reflects social injustice based on physical appearance. Individuals who meet idealized beauty standards often receive better treatment, such as greater social acceptance, better career opportunities, and easier access to various social resources that make a person more confident. The purpose of this study is to identify the relationship of beauty privilege, characteristics (age, education, income), and internet addiction to the level of self-esteem in clients at beauty clinics. This study used an observational analytic method with a cross-sectional approach involving 121 people who performed beauty treatments at beauty clinics in Sigli City with ages from 17 to 40 years. Data were collected through BDDQ (beauty privilege), RSES (self-esteem) and IAT (internet addiction) questionnaires. The analysis used logistic regression with bivariate and multivariate tests. The results of the analysis showed that internet addiction has a large relationship with the level of self-esteem which has an odds ratio of 21.57 (CI=4,776-97,417; p=0,001), while for ages 17-20 years the OR is 17.24 (CI=2,18-136,325; p=0,007). The OR of low preoccupation with beauty privilege is 12.83 (CI=3,121-52,777; p=0,001). High school educational background shows an OR of 11.84 (CI=2,733-51,309; p=0,001) and for low income level shows an OR of 6.40 (1,620-25,317; p=0,008).. The conclusion shows that age, education, income, beauty privilege, and internet addiction are significantly associated with self-esteem levels. It is recommended that society assess individuals based on their abilities, not solely on their physical appearance. Support for inclusive representation also needs to be strengthened, and it is important to raise awareness of diversity in appearance.*

**Keywords:**

*Beauty privilege, beauty standards, self-esteem.*

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

### ANALISIS BEAUTY PRIVILEGE TERHADAP SELF ESTEEM PADA KLIEN KLINIK KECANTIKAN KOTA SIGLI TAHUN 2025

Oleh:  
**MENA KOMARIA**  
NPM: 2307210045

Banda Aceh, 28 Juli 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



**Meutia Zahara, M.Sc, Ph.D**  
NIDN. 1303128301

Pembimbing II



**Dr. rer. med Marthoenis, M.Sc, MPH**  
NIP. 19830729 201609 1 001

Disahkan oleh:  
Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh



**Prof. Dr. Ir. Hafnidar A. Rani S.T, M.M., IPU., ASEAN Eng., ACPE., APEC Eng.**  
NIK. 19700314 200004 2 001

## PENGESAHAN KOMITE SEMINAR PROPOSAL

Tesis Dengan Judul:

### **ANALISIS BEAUTY PRIVILEGE TERHADAP SELF ESTEEM PADA KLIEN KLINIK KECANTIKAN KOTA SIGLI TAHUN 2025**

Oleh:

**MENA KOMARIA**  
NPM: 2307210045

Tesis ini telah disetujui, diperiksa dan dipertahankan di hadapan Komite Sidang Seminar Proposal Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh

Banda Aceh, 28 Juli 2025

Disetujui Oleh Komite Seminar Proposal

Ketua : **Meutia Zahara, M.Sc, Ph.D**  
NIDN. 1303128301

(  )

Penguji I : **Dr.rer.med Marthoenis, M.Sc, MPH**  
NIP. 19830729 201609 1 001

(  )

Penguji II : **Dr. Farrah Fahdhienie, SKM, MPH**  
NIK. 19861211 200906 20 001

(  )

Penguji III : **Dr. Radhiah Zakaria, MSc**  
NIK. 19681026 201912 2 001

(  )

Mengetahui

Direktur Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh



**Prof. Dr. Ir. Hafnidar A. Rani S.T, M.M., IPU., ASEAN Eng., ACPE., APEC Eng.**  
NIK. 19700314 200004 2 001

## **BIODATA**

Nama : Mena Komaria  
Tempat/Tgl. Lahir : Caleue, 23 Mei 1984  
Alamat : Desa Dayah Caleue, Kec. Indrajaaya,  
Kab. Pidie  
Pendidikan yang ditempuh (S1) : Sarjana Keperawatan

Banda Aceh, 2025

**Mena Komaria**  
NPM: 2307210045

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah *Subhnahu Wa Ta'ala* atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal tesis dengan judul ***“Analisis Beauty Privilege Terhadap Self Esteem Pada Klien Klinik Kecantikan Kota Sigli Tahun 2025”***, shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah *Shallahu Wa ‘Alaihi Wasalam* yang menjadi suri tauladan dan panutan kita dunia akhirat.

Tesis ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Magister Kesehatan Masyarakat di Program Studi MKM-Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh dan secara khusus penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada Ayahanda dan Ibunda yang selalu memberikan dukungan dan selalu memberikan doa dalam setiap langkah kehidupan penulis.

Selanjutnya penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Aslam Nur, MA selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Bapak Prof. Dr. Ir, Hafnidar A. Rani S.T, M.M., IPU., ASEAN Eng., ACPE., APEC Eng. selaku Direktur Universitas Muhammadiyah Aceh;
3. Ibu Dr. Maidar, M.Kes, selaku Ketua Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh;
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Kesehatan Masyarakat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas segala ilmu dan pengarahan yang telah diberikan kepada penulis.
5. Ayahnda dan Ibunda tercinta yang telah memberikan semangat serta doa untuk penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Suami dan anak-anakku tercinta, terima kasih atas segala dukungan dan pengertiannya selama kuliah dan dalam penyelesaian tesis ini.
7. Teman-teman satu angkatan terima kasih atas segala kebaikan, kebersamaan dan doa serta dukungan moril yang diberikan selama kuliah dan dalam penyelesaian tesis ini.

8. Semua pihak yang telah mendukung proposal tesis ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulisan tesis ini masih banyak kekurangan yang sangat membutuhkan saran serta kritik untuk perbaikan tulisan ini. Akhirnya kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* saja semua urusan kita serahkan dan Dia Maha Kuasa atas segala sesuatu.

Terima kasih,

Banda Aceh, 13 April 2025

**Mena Komaria**

2307210045

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	I
ABSTRAK .....	II
ABSTRACT .....	III
LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....	IV
PENGESAHAN KOMITE SEMINAR PROPOSAL .....	V
BIODATA .....	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR .....	XII
DAFTAR LAMPIRAN .....	XIII
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN .....	5
1.4 TUJUAN PENELITIAN .....	5
1.4.1 Tujuan Umum Penelitian.....	5
1.4.2 Tujuan Khusus Penelitian .....	6
1.5 RUANG LINGKUP PENELITIAN .....	6
1.6 MANFAAT PENELITIAN .....	6
1.6.1 Manfaat Praktis .....	6
1.6.2 Manfaat Teoritis.....	7
1.7 ORIGINALITAS PENELITIAN .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 <i>SELF-ESTEEM</i> .....	9
2.1.1 Definisi <i>Self-esteem</i> .....	9
2.1.3 Dampak <i>Self-esteem</i> terhadap Kesehatan Mental.....	12
2.2 KECANTIKAN .....	14
2.2.1 Definisi Kecantikan .....	14
2.2.2 Konsep Kecantikan .....	15
2.3 <i>BEAUTY PRIVILEGE</i> .....	15
2.3.1 <i>Beauty Privilege</i> dan Konsep Daya Tarik .....	15
2.3.2 Hak Istimewa Berdasarkan Daya Tarik.....	16
2.3.3 Kelemahan Daya Tarik Fisik.....	17
2.3.4 <i>Beauty Privilege</i> dan Tuntutan Sosial.....	17
2.4 HUBUNGAN ANTARA <i>BEAUTY PRIVILEGE</i> DAN <i>SELF-ESTEEM</i> .....	19
2.4.1 Pengaruh Positif <i>Beauty Privilege</i> .....	19
2.4.2 Pengaruh Negatif <i>Beauty Privilege</i> .....	19
2.5 <i>INTERNET ADDICTION</i> .....	20
2.6 KERANGKA TEORI.....	21
<b>BAB III KERANGKA KONSEP .....</b>	<b>24</b>
3.1 KERANGKA KONSEP .....	24
3.2 HIPOTESIS PENELITIAN .....	24
3.3.1 Variable Penelitian .....	25
3.3.2 Variable Dependen.....	25
3.3.3 Variable Independen .....	25
3.4 DEFINISI OPERATIONAL .....	26

<b>BAB IV METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
4.1 DESAIN PENELITIAN .....	28
4.2 LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN.....	28
4.2.1 Justifikasi Pemilihan Lokasi Penelitian .....	28
4.3 POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN.....	29
4.3.1 Populasi .....	29
4.3.2 Sampel .....	30
4.4 METODE PENGUMPULAN DATA.....	33
4.5 <i>ETHICAL CLEARANCE</i> (ETIKA PENELITIAN).....	36
4.6 RANCANGAN ANALISIS DATA.....	37
4.6.1 Rancangan Analisis Data Univariat.....	37
4.6.2 Rancangan Analisis Data Bivariat .....	37
4.6.3 Rancangan Analisis Data Multivariat.....	38
4.7 JADWAL PENELITIAN .....	38
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
5.1 GAMBARAN UMUM .....	39
5.2 HASIL PENELITIAN .....	39
5.2.1 Analisis Univariat.....	40
5.2.2 Analisis Bivariat .....	41
5.2.3 Analisis Multivariat.....	43
<b>BAB VI PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
6.1 HUBUNGAN UMUR DENGAN <i>SELF-ESTEEM</i> .....	46
6.2 HUBUNGAN TINGKAT PENDIDIKAN DENGAN <i>SELF-ESTEEM</i> .....	47
6.3 HUBUNGAN PENDAPATAN DENGAN <i>SELF-ESTEEM</i> .....	48
6.4 HUBUNGAN <i>BEAUTY PRIVIEGE</i> DENGAN <i>SELF-ESTEEM</i> .....	50
6.7 HUBUNGAN <i>INTERNED ADDICTION</i> DENGAN <i>SELF-ESTEEM</i> .....	50
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
7.1 KESIMPULAN.....	53
7.2 SARAN .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Originalitas Penelitian .....	8
Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	26
Tabel 4.1 Rekapitulasi Jumlah Pengunjung Klinik A dan B Bulan Mei 2025 .....	30
Tabel 4.2 Jadwal Penelitian .....	63
Tabel 5.2. 1 Analisis Univariat .....	40
Tabel 5.2. 2 Analisis Bivariat.....	41
Tabel 5.2. 3 Analisis Multivariat .....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Integrated Model of Risk and Resilience Factors for Body .....	22
Gambar 2. 2 <i>Sociometer Theory</i> .....	23
Gambar 3. 1 Kerangka Konsep .....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Informed Consent .....	64
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian .....	65
Lampiran 3. Sertifikat Etik Penelitian .....	70
Lampiran 4. Surat izin penelitian .....	71
Lampiran 5. Surat Balasan Penelitian .....	73
Lampiran 6. Mater Tabel .....	75
Lampiran 7. Hasil Analisa Data Menggunakan Stata .....	93
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian .....	100

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam masyarakat modern, penampilan fisik memainkan teknologi dan media sosial, standar kecantikan telah menjadi peran penting dalam interaksi sosial dan profesional. Seiring berkembangnya semakin dominan dan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan individu (Mahmud, 2024; Wilmanda & Hariyanti, 2025). Penampilan fisik tidak hanya menjadi ukuran kecantikan, tetapi juga menjadi simbol status sosial, yang sering kali menentukan bagaimana seseorang diperlakukan oleh orang lain (Effendy et al., 2024). Dalam konteks ini, konsep *beauty privilege* muncul sebagai fenomena di mana individu yang dianggap menarik secara fisik mendapatkan perlakuan istimewa dan berbagai keuntungan yang tidak selalu terkait dengan kemampuan atau kualitas mereka yang lain (Suhag & Rauniyar, 2024)

*Beauty privilege* mencerminkan ketidakadilan sosial yang didasarkan pada penampilan fisik (Mukarramah et al., 2024). Individu yang memenuhi standar kecantikan yang diidealkan sering kali menerima perlakuan yang lebih baik, seperti penerimaan sosial yang lebih besar, peluang karir yang lebih baik, dan akses yang lebih mudah ke berbagai sumber daya sosial (Amrizon et al., 2022). Sebaliknya, mereka yang tidak memenuhi standar ini sering kali mengalami diskriminasi, penolakan, dan marginalisasi. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan bias sosial yang kuat, tetapi juga menunjukkan bagaimana penampilan fisik dapat mempengaruhi kesejahteraan individu, termasuk kesehatan mental mereka (Sitompul et al., 2024).

Standar kecantikan yang dibentuk oleh norma budaya, media, industri fashion, dan selebriti sering menekankan pada kulit cerah, tubuh langsing, dan wajah simetris (Wilmanda & Hariyanti, 2025). Standar yang tidak realistis ini menimbulkan tekanan sosial, terutama bagi perempuan, yang dapat menyebabkan rendahnya harga diri dan masalah kesehatan mental (Najiba et al., 2025). Media massa dan media sosial memperkuat standar ini melalui citra ideal yang

dimanipulasi dengan filter dan aplikasi kecantikan, sehingga memicu ketidakpuasan tubuh dan meningkatkan risiko depresi, kecemasan, serta stres sosial (Choukas-Bradley et al., 2022; Mironica et al., 2024).

Beauty privilege, meskipun tampak menguntungkan, memiliki dampak kompleks terhadap kesehatan mental. Mereka yang memenuhi standar kecantikan mungkin menikmati harga diri dan dukungan sosial yang lebih tinggi, namun juga menghadapi tekanan untuk mempertahankan penampilan, yang dapat memicu kecemasan dan stres (Heriyani et al., 2025; Funk et al., 2023). Sebaliknya, individu yang tidak memiliki *beauty privilege* sering mengalami pengabaian, penolakan, dan perlakuan merendahkan yang berdampak pada rendah diri, depresi, dan gangguan mental lainnya (Mady et al., 2022). Diskriminasi berbasis penampilan, atau lookism, sering diabaikan namun berdampak besar pada kesejahteraan individu, termasuk risiko pengucilan sosial, ketidakadilan di tempat kerja, dan perundungan (Forbes et al., 2023).

Menurut laporan WorldMetrics, 44 % perempuan melaporkan mengalami peningkatan tingkat kecemasan dan stres yang signifikan akibat tekanan untuk tampil sesuai standar kecantikan industri. Sementara itu, meski 74 % perempuan dengan penampilan “rata-rata” atau di bawah rata-rata merasa kehidupan mereka secara umum memuaskan, hampir sepertiganya (27 %) mengaku bahwa upaya terus-menerus mempertahankan penampilan mulai dari memilih pakaian hingga merias wajah telah menguras “otak dan waktu” mereka, menambah beban psikologis dalam rutinitas sehari-hari (Vall-Roqué et al., 2021; Mallaram et al., 2023).

Berdasarkan survei penelitian yang dibuat oleh akun instagram @goodstats.id tentang suku atau wilayah dengan perempuan paling cantik di Indonesia, posisi pertama diduduki oleh perempuan Sunda dengan skor 77%, posisi kedua ditempati oleh perempuan daerah campuran Cina Indonesia dengan skor 65%. posisi ketiga ditempati oleh perempuan Manado dengan skor 45%, posisi keempat oleh perempuan Dayak dengan skor 24%, posisi kelima ditempati oleh perempuan Aceh 22%. survei ini dibuat melalui dari perwakilan responden dalam Forum Group Discussion (FGD) (Alfanny et al., 2024)

Data tingkat insecure wanita Indonesia dalam menilai kecantikan yaitu (a) 50,10% wanita merasa insecure terhadap kulit wajahnya, (b) 44,90% wanita merasa insecure terhadap bentuk tubuh atau berat badan karena merasa terlalu gemuk atau terlalu kurus, kurang langsing, tidak berbentuk, (c) 39,70% minder dengan perut, (d) 33,20% minder dengan gigi tidak rata dan berjejal, (e) 22,10% Merasa tidak percaya diri dengan ukuran payudara dan payudara yang kecil, (f) 21,80%. Merasa tidak percaya diri dengan rambut kusam, rontok, sulit diatur, dan pecah-pecah, (g) 20,90% Merasa tidak percaya diri dengan bentuk hidung dan simetri hidung, (h) 19,20% merasa tidak yakin dengan ukuran payudara yang lebih kecil tinggi badan ideal, (i) 15,80% merasa minder jika mengamati bentuk wajah secara keseluruhan, (j) 11,20% merasa minder dengan pipi gemuk atau masalah pipi, (k) 9,10% merasa minder dengan matanya, dan (l) 9,10% merasa minder dengan bentuk dan volume bibirnya (Garbett et al., 2023; Tasya et al., 2022)

Beberapa faktor utama mempengaruhi sejauh mana tekanan standar kecantikan ini berdampak pada kecemasan dan stres perempuan. Paparan konten seksualisasi dari influencer di media sosial misalnya kerap memicu perbandingan penampilan dan self-objectification, yang berujung pada peningkatan mood negatif serta ketidakpuasan tubuh (McComb & Mills, 2021). Selain itu, kemudahan menggunakan filter dan aplikasi edit foto menciptakan ekspektasi kecantikan yang tidak realistis, sehingga menurunkan harga diri dan memicu kecemasan terkait penampilan (Rutina & Christiana, 2023). Perbandingan sosial di berbagai konteks mulai dari kewajiban berdandan agar terlihat profesional di tempat kerja hingga dinamika persahabatan yang memuji penampilan semakin memperburuk ketidakpuasan citra tubuh dan memicu perilaku tidak sehat (Pellizzer & Wade, 2023). Terakhir, masa lockdown COVID-19 memperparah kecenderungan ini dengan meningkatkan penggunaan media sosial, yang secara tidak langsung memperkuat drive for thinness dan body dissatisfaction, sehingga menaikkan tingkat kecemasan (Vall-Roqué et al., 2021)

Ketidakamanan (*insecurity*) yang dialami individu, khususnya perempuan, dapat memengaruhi persepsi terhadap definisi kecantikan. Banyak perempuan Indonesia memiliki ekspektasi pribadi terhadap penampilan ideal, namun seringkali

terhalang oleh kondisi sosial, ekonomi, dan psikologis yang menyulitkan mereka untuk mencapai standar kecantikan yang diinginkan. Ketika rasa tidak aman menjadi bagian dari keseharian seorang perempuan, maka secara sosial dan psikologis hal tersebut dapat membentuk pola pikir serta perilaku yang merugikan dirinya, termasuk kecenderungan untuk membandingkan diri secara berlebihan, menurunnnya harga diri, dan munculnya tekanan emosional (Cynthia & Simanungkalit, 2022; Wowiling et al., 2024).

Penelitian dari (Lukman, Muis, & Hamid, 2024) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berhubungan signifikan dengan ketidakpuasan citra tubuh pada wanita dewasa muda di Indonesia, karena paparan terus-menerus terhadap standar kecantikan ideal meningkatkan tekanan psikologis (Lukman et al., 2023). Temuan serupa diperkuat oleh (Mallaram et al., 2023), yang menyimpulkan bahwa persepsi body image yang negatif berkorelasi dengan gangguan pola makan dan peningkatan tingkat stres pada mahasiswa. Selain itu, faktor perbandingan sosial dan rendahnya kepercayaan diri (*self-esteem*) turut memberikan pengaruh signifikan terhadap citra tubuh remaja perempuan, yang menegaskan pentingnya peran dimensi psikososial dalam membentuk persepsi terhadap kecantikan.

Ketidakadilan sosial yang muncul akibat perlakuan berbeda terhadap individu berdasarkan penampilan fisik. Mereka yang memenuhi standar kecantikan ideal sering kali memperoleh berbagai keuntungan sosial, seperti penerimaan yang lebih besar, peluang kerja yang lebih luas, serta akses yang lebih mudah ke sumber daya tertentu. Kondisi ini dapat memengaruhi tingkat *self-esteem*, di mana individu yang merasa tidak memenuhi standar tersebut cenderung memiliki kepercayaan diri dan penghargaan diri yang lebih rendah.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *beauty privilege* terhadap tingkat *self-esteem* pada klien di klinik kecantikan. Urgensi penelitian ini semakin meningkat seiring dengan tren perawatan kecantikan yang terus berkembang di kalangan masyarakat, terutama di kota-kota besar. Fenomena meningkatnya jumlah klinik kecantikan dan tingginya minat individu terhadap prosedur estetika menunjukkan adanya tekanan sosial yang kuat untuk

tampil sesuai standar ideal, sehingga penting untuk memahami dampaknya terhadap kondisi psikologis, khususnya rasa percaya diri.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam masyarakat modern, penampilan fisik memainkan peran penting dalam interaksi sosial dan profesional. *Beauty privilege* mencerminkan ketidakadilan sosial yang didasarkan pada penampilan fisik, individu yang memenuhi standar kecantikan yang diidealkan sering kali menerima perlakuan yang lebih baik, seperti penerimaan sosial yang lebih besar, peluang karir yang lebih baik, dan akses yang lebih mudah ke berbagai sumber daya sosial. Standar yang tidak realistis ini menimbulkan tekanan sosial, terutama bagi perempuan, yang dapat menyebabkan rendahnya harga diri dan masalah kesehatan mental. Tingkat ketidakpercayaan diri (*insecure*) perempuan dalam menilai kecantikan masih cukup tinggi, merasa *insecure* terhadap bentuk tubuh atau berat badan karena merasa terlalu gemuk, terlalu kurus, kurang langsing, atau tidak proporsional. Beberapa faktor utama mempengaruhi sejauh mana tekanan standar kecantikan ini berdampak pada kecemasan dan stres perempuan. Paparan konten seksualisasi dari influencer di media sosial misalnya kerap memicu perbandingan penampilan dan self-objectification, yang berujung pada peningkatan mood negatif serta ketidakpuasan tubuh. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh *beauty privilege* terhadap tingkat *self-esteem* pada klien di klinik kecantikan.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Pertanyaan penelitian adalah “Bagaimana pengaruh *beauty privilege* terhadap tingkat *self-esteem* pada perempuan pengguna layanan klinik kecantikan?”

## **1.4 Tujuan Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Umum Penelitian**

Tujuan umum penelitian ini adalah mengidentifikasi pengaruh *beauty privilege* dan karakteristik klien klinik kecantikan terhadap tingkat *self-esteem*.

### **1.4.2 Tujuan Khusus Penelitian**

Adapun tujuan khusus dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan usia dengan *self esteem*
2. Untuk mengetahui hubungan pendidikan dengan *self esteem*
3. Untuk mengetahui hubungan pendapatan dengan *self esteem*
4. Untuk mengetahui hubungan *beauty privilege* dengan *self esteem*
5. Untuk mengetahui hubungan *internet addiction* dengan *self esteem*

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *beauty privilege* terhadap tingkat *self-esteem* pada perempuan yang menjadi klien di klinik kecantikan. Ruang lingkup penelitian mencakup aspek psikososial yang berkaitan dengan persepsi kecantikan, pengalaman sosial yang diperoleh akibat penampilan fisik, serta bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi rasa percaya diri individu.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

#### **1.6.1 Manfaat Praktis**

1. Perbaikan Kebijakan Kesehatan Mental

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang atau memperbaiki kebijakan serta program dukungan kesehatan mental, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan isu *beauty privilege* dan dampaknya terhadap *self-esteem*.

2. Dukungan bagi Klien

Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi kesehatan mental terkait *beauty privilege*, penelitian ini dapat membantu dalam perancangan intervensi yang lebih efektif, seperti layanan konseling atau program kesejahteraan yang disesuaikan dengan kebutuhan individu.

3. Pengurangan Stigma dan Diskriminasi

Temuan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam mengurangi stigma dan diskriminasi yang dialami oleh individu yang tidak memiliki

*beauty privilege*, serta mendorong terciptanya lingkungan sosial yang lebih inklusif, setara, dan adil.

### **1.6.2 Manfaat Teoritis**

#### **4. Pengembangan Teori Psikososial**

Penelitian ini berpotensi memperkaya pengembangan teori psikososial dengan menambah pemahaman tentang bagaimana *beauty privilege* memengaruhi kesehatan mental, khususnya dalam konteks lingkungan kerja. Temuan ini juga memperluas perspektif teoritis mengenai konsep *self-esteem*, peran penampilan fisik, serta dampaknya terhadap kesejahteraan psikologis individu.

#### **5. Kontribusi terhadap Literatur Ilmiah**

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur ilmiah dengan menyajikan data empiris baru mengenai pengaruh *beauty privilege* terhadap kesehatan mental. Hasil studi ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta mendorong diskusi akademis yang lebih luas dan mendalam mengenai hubungan antara faktor-faktor sosial, seperti standar kecantikan, dan kesejahteraan psikologis dalam konteks profesional.

### **1.7 Originalitas Penelitian**

Penelitian ini berbeda secara signifikan karena mengusung pendekatan kuantitatif korelasional, dengan fokus khusus pada hubungan antara *beauty privilege* dan *self-esteem* pada klien dewasa di klinik kecantikan, yang belum banyak dikaji secara empiris dalam konteks Indonesia.

**Tabel 1. 1 Originalitas Penelitian**

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Kesimpulan Penelitian	Perbedaan
1	(Ahmad & Yuliantari, 2025)	Hubungan antara <i>Beauty Privilege</i> dengan Self-Esteem Remaja Perempuan di SMA Negeri 6 Mataram	Kuantitatif korelasional, teknik stratified probability sampling, uji korelasi Spearman	Terdapat hubungan signifikan antara <i>beauty privilege</i> dan self-esteem pada remaja perempuan	Fokus pada hubungan <i>beauty privilege</i> dengan self-esteem siswa SMA
2	(Kolawole & Togonu-Bickersteth, 2022)	<i>Self-Perception of Physical Attractiveness among Secondary School Adolescents</i>	Kuantitatif, survei cross-sectional, multistage sampling, t-test dan regresi berganda	Citra tubuh dan jenis kelamin memengaruhi persepsi daya tarik fisik pada remaja	Fokus pada perbedaan gender dan persepsi daya tarik diri remaja Nigeria
3	(Rohanah et al., 2023)	<i>Beauty Privilege Discrimination Analysis in the Field of Student Organizations</i>	Kualitatif, studi kasus, wawancara dengan 6 narasumber organisasi mahasiswa UNY	<i>Beauty privilege</i> memunculkan diskriminasi nyata dalam organisasi mahasiswa berdasarkan standar kecantikan	Menyoroti diskriminasi berbasis kecantikan dalam organisasi kampus
4	(Pratami et al., 2023)	Tingkat Kepercayaan Diri pada Wanita Dewasa Awal dengan Adanya Tren <i>Beauty Privilege</i>	Deskriptif kuantitatif, non-probability sampling (convenience sampling), analisis univariat	Mayoritas wanita dewasa awal memiliki kepercayaan diri rendah akibat tren <i>beauty privilege</i>	Meneliti dampak tren <i>beauty privilege</i> terhadap tingkat kepercayaan diri wanita dewasa awal

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *Self-esteem*

##### 2.1.1 Definisi *Self-esteem*

*Self-esteem*, atau harga diri, merupakan evaluasi subjektif seseorang terhadap diri sendiri—sejauh mana individu merasa layak, berharga, dan percaya diri—yang mencerminkan penerimaan dan penghargaan pada dirinya sendiri. Morris Rosenberg, dalam *Rosenberg Self-esteem Scale (RSES)*, mendefinisikan *self-esteem* sebagai sikap positif atau negatif terhadap diri secara keseluruhan; skala ini terdiri dari 10 pernyataan dan telah terbukti reliabel serta valid melalui penggunaan global termasuk di banyak budaya. *Self-esteem* tinggi ditandai oleh rasa percaya diri dan harga diri yang positif, sedangkan *self-esteem* rendah sering berhubungan dengan pemikiran negatif tentang diri dan perasaan tidak berharga (Bouih et al., 2022; Muris & Otgaar, 2023).

##### 2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Self-esteem*

Harga diri atau *self-esteem* adalah evaluasi keseluruhan yang dimiliki seseorang terhadap nilai dirinya (Muris & Otgaar, 2023). Ini adalah bagaimana kita memandang dan menghargai diri kita sendiri. Tingkat harga diri yang sehat sangat penting untuk kesejahteraan mental dan emosional, serta kesuksesan dalam berbagai aspek kehidupan (Ferris, 2014). Ada banyak faktor yang dapat memengaruhi harga diri seseorang, baik dari dalam diri (internal) maupun dari luar diri (eksternal).

###### 1. Faktor Internal

Faktor internal adalah elemen-elemen yang berasal dari dalam diri individu dan berkontribusi pada pembentukan harga diri mereka. Salah satu fondasi utama harga diri internal adalah perkembangan kepercayaan diri sejak masa kanak-kanak. Menurut (Cedeno Nadal et al., 2023; Bülow et al., 2022) pengalaman awal ini sangat berpengaruh:

- a. Penghargaan dari Orang Tua: Cara orang tua berinteraksi dengan anak-anak mereka, memberikan pujian yang tulus, dukungan, dan penerimaan tanpa syarat, sangat memengaruhi bagaimana anak memandang dirinya. Anak-anak yang sering dipuji atas usaha dan pencapaian mereka, serta merasa dicintai dan diterima apa adanya, cenderung mengembangkan dasar harga diri yang kuat. Sebaliknya, kritik yang berlebihan, penolakan, atau kurangnya perhatian dapat merusak fondasi ini.
- b. Lingkungan Keluarga: Selain interaksi langsung dengan orang tua, dinamika keseluruhan dalam keluarga juga berperan. Lingkungan keluarga yang stabil, suportif, dan penuh kasih sayang membantu anak merasa aman dan berharga. Konflik yang sering terjadi, kurangnya komunikasi, atau pengabaian emosional dapat berdampak negatif pada harga diri anak.
- c. Pencapaian Diri: Pengalaman keberhasilan dan pencapaian, meskipun kecil, memberikan rasa kompetensi dan keyakinan pada kemampuan diri. Ketika seseorang merasa mampu mengatasi tantangan, belajar hal baru, atau mencapai tujuan, ini meningkatkan persepsi positif terhadap diri mereka sendiri. Misalnya, seorang anak yang berhasil menguasai pelajaran baru di sekolah atau memenangkan lomba kecil akan merasa lebih percaya diri.

## 2. Faktor Eksternal

Selain faktor internal, ada juga berbagai elemen eksternal yang berasal dari lingkungan sekitar yang dapat membentuk atau memengaruhi harga diri seseorang. Menurut (Prichard et al., 2020; Revranche et al., 2022; Ahmad et al., 2024), berikut beberapa faktor yang dominan:

- a. Dukungan Sosial: Hubungan positif dengan teman, keluarga, guru, atau komunitas memberikan rasa memiliki dan penerimaan. Mendapatkan umpan balik yang positif, dorongan, dan perasaan dihargai dari orang lain dapat sangat meningkatkan harga diri. Sebaliknya, isolasi sosial, penolakan, atau bullying dapat merusak harga diri secara signifikan.
- b. Media Massa: Media massa, terutama media sosial, memiliki dampak yang semakin besar pada harga diri di era digital ini. Paparan konstan

terhadap standar kecantikan dan kesuksesan yang ideal dan seringkali tidak realistis dapat menyebabkan perbandingan sosial yang merugikan. Ketika individu membandingkan diri mereka dengan gambar-gambar yang diedit sempurna atau narasi kehidupan yang glamor di media sosial, hal ini dapat menurunkan harga diri dengan meningkatkan ketidakpuasan tubuh (*body dissatisfaction*) atau perasaan tidak mampu mencapai standar tersebut. Kampanye iklan yang menekankan citra tubuh tertentu juga dapat memperburuk masalah ini.

- c. Perbandingan Sosial: Manusia secara alami cenderung membandingkan diri dengan orang lain. Namun, jenis perbandingan ini dapat memiliki dua sisi. Perbandingan ke atas (membandingkan diri dengan seseorang yang dianggap lebih baik) dapat memotivasi, tetapi juga dapat menimbulkan perasaan tidak memadai dan iri hati, yang pada gilirannya dapat menurunkan harga diri. Sebaliknya, perbandingan ke bawah (membandingkan diri dengan seseorang yang dianggap kurang beruntung) dapat meningkatkan harga diri, tetapi juga bisa mengarah pada rasa superioritas yang tidak sehat. Dalam konteks media sosial, perbandingan ke atas seringkali mendominasi, karena orang cenderung menampilkan versi terbaik dari diri mereka secara daring.

Satu aspek penting lainnya terkait faktor eksternal adalah konsep "contingent self-worth" atau harga diri yang bergantung. Ini terjadi ketika harga diri seseorang sangat terikat pada faktor eksternal tertentu, seperti penampilan fisik, kekayaan, status sosial, atau pujian dari orang lain. Individu yang terlalu bergantung pada penampilan fisik untuk menerima pujian atau penghargaan, misalnya, sering mengalami harga diri yang rapuh. Jika mereka tidak menerima pujian yang diharapkan, atau jika penampilan mereka tidak sesuai dengan standar yang diidealkan, harga diri mereka akan anjlok. Kerapuhan ini menjadikan mereka rentan terhadap kritik atau kegagalan dalam area-area yang mereka anggap krusial untuk validasi diri (Jiajun et al., 2023; Yıldırım et al., 2024).

### 2.1.3 Dampak *Self-esteem* terhadap Kesehatan Mental

Harga diri (*self-esteem*) bukan sekadar tentang merasa "baik" terhadap diri sendiri; ia adalah pilar fundamental bagi kesehatan mental seseorang. Tingkat harga diri yang sehat dan stabil sangat penting untuk menjalani hidup yang utuh dan produktif, sementara harga diri yang rendah dapat menjadi pintu gerbang bagi berbagai masalah kejiwaan yang serius (Haehner et al., 2024; Orth & Robins, 2022).

#### 1. Harga Diri Rendah: Faktor Risiko Utama Gangguan Mental

Berbagai penelitian telah secara konsisten menunjukkan bahwa harga diri yang rendah merupakan faktor risiko utama untuk sejumlah besar gangguan mental. Ini bukan sekadar kebetulan, melainkan hubungan sebab-akibat yang sering kali diperkuat oleh lingkaran setan antara cara seseorang memandang dirinya dan kondisi mental yang dialaminya. Menurut (Yin et al., 2025; Ning, 2024; Nguyen et al., 2019) beberapa gangguan mental yang sangat terkait dengan harga diri rendah meliputi:

- a. Depresi: Individu dengan harga diri rendah cenderung merasa tidak berharga, putus asa, dan pesimis terhadap masa depan. Perasaan-perasaan ini adalah inti dari depresi. Meta-analisis longitudinal secara kuat mengonfirmasi bahwa harga diri rendah memang memprediksi timbulnya episode depresi di kemudian hari. Artinya, jika seseorang memiliki harga diri yang rendah saat ini, kemungkinan besar mereka akan mengalami depresi di masa depan (ditunjukkan dengan koefisien beta  $\beta = -.16$ , yang mengindikasikan hubungan negatif yang signifikan: semakin rendah harga diri, semakin tinggi kemungkinan depresi).
- b. Kecemasan: Harga diri yang rendah sering kali diiringi oleh rasa takut akan penilaian orang lain, ketidakmampuan, dan kekhawatiran yang berlebihan. Ini bisa bermanifestasi sebagai kecemasan umum, fobia sosial, atau gangguan panik. Studi juga menunjukkan bahwa harga diri rendah memprediksi kejadian kecemasan ( $\beta = -.10$ ), meski hubungannya sedikit lebih lemah dibanding depresi.

- c. Gangguan Makan: Masalah harga diri, terutama yang sangat terkait dengan citra tubuh dan penampilan, adalah inti dari banyak gangguan makan seperti anoreksia nervosa dan bulimia nervosa. Individu dengan harga diri rendah mungkin mencari validasi melalui kontrol ekstrem atas makanan dan berat badan.
  - d. Ideasi Bunuh Diri: Dalam kasus yang paling ekstrem, harga diri yang rendah dapat menyebabkan perasaan tidak berarti, terisolasi, dan putus asa yang begitu mendalam sehingga memunculkan pikiran untuk bunuh diri (ideasi bunuh diri). Hal ini menjadi perhatian serius dan memerlukan intervensi profesional segera.
2. Harga Diri Tinggi: Pelindung dan Pendorong Kesejahteraan
- Sebaliknya, memiliki harga diri yang tinggi dan stabil bertindak sebagai pelindung yang kuat terhadap berbagai masalah kesehatan mental. Menurut (De Ruiter, 2023; Enwere & Iloakasia, 2024) menjelaskan bahwa bukan berarti orang dengan harga diri tinggi kebal terhadap tantangan hidup, tetapi mereka memiliki sumber daya internal yang lebih baik untuk menghadapinya:
- a. Perlindungan Terhadap Gejala Kecemasan/Depresi: Dalam lingkungan klinis dan populasi umum, harga diri yang sehat terbukti mengurangi kerentanan terhadap gejala kecemasan dan depresi di masa depan. Individu dengan harga diri tinggi cenderung memiliki pandangan yang lebih positif tentang diri mereka sendiri, yang membantu mereka menghadapi stres dan kemunduran tanpa terjebak dalam lingkaran pikiran negatif.
  - b. Pencegahan Masalah Perhatian: Menariknya, harga diri yang tinggi juga dikaitkan dengan pengurangan masalah perhatian. Ini mungkin karena individu yang merasa kompeten dan percaya diri lebih mampu fokus pada tugas dan tujuan mereka.
  - c. Mendorong Ketahanan Psikologis (Resilience): Harga diri yang stabil dan kuat adalah komponen kunci dari ketahanan psikologis. Ini adalah kemampuan untuk bangkit kembali dari kesulitan,

beradaptasi dengan perubahan, dan menghadapi tantangan hidup dengan cara yang konstruktif. Ketika seseorang percaya pada kemampuan mereka untuk mengatasi rintangan, mereka lebih mungkin untuk melakukannya.

- d. Pengelolaan Stres Adaptif: Individu dengan harga diri yang sehat cenderung menggunakan strategi pengelolaan stres yang lebih adaptif. Mereka tidak mudah kewalahan oleh stres, melainkan mencari solusi, meminta bantuan jika diperlukan, dan mempertahankan perspektif yang lebih seimbang.
- e. Kemampuan Interaksi Sosial yang Positif: Harga diri yang tinggi juga memfasilitasi interaksi sosial yang positif. Orang yang menghargai dirinya sendiri cenderung lebih percaya diri dalam bersosialisasi, mampu membangun hubungan yang sehat, dan kurang rentan terhadap tekanan kelompok. Ini, pada gilirannya, memberikan dukungan sosial yang penting, yang juga berkontribusi pada kesehatan mental yang baik.

Singkatnya, harga diri adalah elemen vital dalam arsitektur kesehatan mental kita. Ia tidak hanya memengaruhi cara kita berpikir dan merasa tentang diri sendiri, tetapi juga bagaimana kita berinteraksi dengan dunia dan mengatasi kesulitan. Membangun dan memelihara harga diri yang sehat adalah investasi penting dalam kesejahteraan mental jangka panjang, mengurangi risiko berbagai gangguan, dan memberdayakan kita untuk menjalani hidup yang lebih penuh dan memuaskan.

## **2.2 Kecantikan**

### **2.2.1 Definisi Kecantikan**

Kecantikan identik dengan fisik yang diwujudkan dengan kulit yang bersih dan cerah, tubuh yang proporsional, wajah yang menawan, dan kecantikan dari dalam yaitu hati dan pola pikir yang baik (Suhag & Rauniyar, 2024).

Hal ini penting bagi para wanita, hal ini dikarenakan kecantikan menjadikan dirinya lebih percaya diri dalam berpenampilan, karena penampilan mempengaruhi

kesehariannya, selain itu yang dimaksud dengan cantik bukan hanya wajah mulus atau penampilan terupdate, namun juga kecantikan batin dan kecerdasan. , kepercayaan diri dan keunikannya di dalam (Juliana, 2022).

### **2.2.2 Konsep Kecantikan**

Konsep kecantikan terdiri dari dua bagian, yaitu kecantikan tradisional dan kecantikan modern (Pratiwi et al., 2019). Kecantikan tradisional dapat didasarkan pada tradisi atau budaya masyarakat tertentu, seperti suku Dayak Kalimantan yang menganggap wanita cantik berdasarkan panjang daun telinganya. Jadi kecantikan modern ditentukan oleh pengaruh media mereka yang menganggap wanita cantik memiliki fitur wajah tirus, kulit bersih dan bulu mata panjang (Pratiwi et al., 2019).

### **2.3 Beauty Privilege**

Keistimewaan mengacu pada keistimewaan khusus yang diperoleh dari berbagai aspek. Faktor sosial seperti: jenis kelamin, kemampuan fisik, pendidikan, etnis Hanya sedikit orang lain yang memilikinya (Juliana, 2022). Berikut adalah uraian yang lebih rinci mengenai konsep *beauty privilege*, hak istimewa berdasarkan daya tarik, serta dampak sosialnya, termasuk perspektif yang mendasarinya (Wijaya & Iman, 2023)

#### **2.3.1 Beauty Privilege dan Konsep Daya Tarik**

*Beauty privilege* mengacu pada keuntungan sosial dan perlakuan istimewa yang diterima individu yang dianggap menarik secara fisik. Konsep ini didasarkan pada tiga premis utama, sebagaimana dijelaskan oleh (Wijaya & Iman, 2023).

1. Hak Istimewa Sebagai Kebaikan dari Penindasan:

Orang-orang yang tidak memenuhi standar kecantikan yang diterima secara umum cenderung mengalami penindasan atau marginalisasi. Sebaliknya, mereka yang dianggap menarik cenderung menerima hak istimewa, seperti penerimaan sosial yang lebih besar, peluang karir yang lebih baik, dan perlakuan yang lebih menguntungkan. Ini mencerminkan ketidakadilan sosial yang terstruktur berdasarkan penampilan fisik (Wijaya & Iman, 2023).

## 2. Standar Objektif Daya Tarik:

Orang sering kali menilai orang lain berdasarkan standar objektif daya tarik fisik. Penilaian ini dapat bersifat sadar maupun tidak sadar dan memengaruhi bagaimana seseorang diperlakukan dalam berbagai situasi sosial. Daya tarik fisik sering dijadikan ukuran pertama dalam menilai orang lain, sebelum mempertimbangkan kualitas internal atau kemampuan mereka (Juliana, 2022).

## 3. Perlakuan Lebih Baik Terhadap yang Rupawan:

Orang yang dianggap rupawan sering kali diperlakukan lebih baik dalam interaksi sosial dan profesional. Hal ini dapat terjadi karena kecenderungan masyarakat untuk mengasosiasikan penampilan menarik dengan sifat-sifat positif lainnya, seperti kecerdasan, kebaikan, dan kompetensi. dan kesejahteraan psikologis seseorang (Muhiddin et al., 2022)

### 2.3.2 Hak Istimewa Berdasarkan Daya Tarik

Menurut DH (2023), *Beauty privilege* memberikan berbagai keuntungan yang berbeda bagi individu yang dianggap menarik, yang dapat dilihat dari beberapa perspektif:

#### 1. Perspektif Positif:

Orang cenderung menilai individu yang memiliki paras menarik sebagai orang yang memiliki aura positif. Ini berarti bahwa individu yang dianggap cantik atau tampan lebih mungkin dilihat sebagai pribadi yang menyenangkan, mudah didekati, dan layak untuk diperlakukan dengan baik. Penampilan yang menarik sering kali dikaitkan dengan sifat-sifat yang diinginkan, seperti kepercayaan diri dan kemampuan sosial (Josua, 2023).

#### 2. Pandangan Sosial:

Dalam interaksi sosial, orang lebih cenderung memilih berteman atau bergaul dengan individu yang memiliki penampilan menarik. Hal ini tidak hanya berlaku dalam hubungan pribadi, tetapi juga dalam lingkungan profesional, di mana orang yang menarik mungkin lebih mudah membangun jaringan atau mendapatkan dukungan sosial (DH, 2023).

### 3. Perlakuan yang Menguntungkan:

Individu dengan penampilan menarik sering kali dipandang dan diterima lebih baik dalam lingkungan masyarakat. Mereka mungkin lebih mudah mendapatkan kesempatan kerja, promosi, atau perlakuan istimewa dalam layanan publik. Perlakuan ini tidak hanya didasarkan pada daya tarik fisik, tetapi juga pada asumsi bahwa orang yang menarik memiliki kualitas lain yang diinginkan (Muhiddin et al., 2022).

#### 2.3.3 Kelemahan Daya Tarik Fisik

Meskipun memiliki penampilan yang menarik dapat membawa banyak keuntungan, ada juga kelemahan yang terkait dengan daya tarik fisik:

##### 1. Stereotip Negatif:

Ada pandangan bahwa orang yang sangat menarik secara fisik sering kali dihadapkan pada stereotip negatif. Misalnya, mereka mungkin dianggap sombong, dangkal, atau kurang cerdas. Terkadang, orang menarik menghadapi ekspektasi yang tidak realistis dari orang lain, yang bisa menyebabkan tekanan untuk memenuhi standar yang tidak selalu sesuai dengan kepribadian mereka yang sebenarnya.

##### 2. Tingkah Laku Tidak Sesuai dengan Penampilan:

Tidak jarang orang yang menarik secara fisik menghadapi kritik atau penghakiman ketika tingkah laku mereka tidak sesuai dengan penampilan mereka. Misalnya, jika seseorang yang cantik atau tampan bertindak dengan cara yang dianggap tidak sopan atau tidak pantas, mereka mungkin menghadapi reaksi yang lebih keras dibandingkan dengan mereka yang dianggap kurang menarik.

#### 3.4 Beauty Privilege dan Tuntutan Sosial

Menurut Zulfiyah (2019), *Beauty privilege* sering kali dikaitkan dengan tuntutan sosial yang membebani, terutama bagi perempuan:

##### 1. Tuntutan Sosial pada Perempuan:

Masyarakat sering kali menuntut perempuan untuk memiliki fisik yang menarik sesuai dengan standar kecantikan yang diidealkan. Tuntutan ini

dapat menyebabkan penyimpangan sosial terhadap perempuan yang tidak mampu memenuhi standar tersebut. Mereka yang dianggap tidak menarik atau tidak memenuhi standar kecantikan ini sering kali diperlakukan berbeda, yang dapat mengakibatkan diskriminasi, penolakan sosial, dan bahkan pengucilan (Oktaviani, 2022).

2. Dampak pada Kesehatan Mental:

Diskriminasi berdasarkan penampilan fisik dapat berdampak negatif pada kesehatan mental individu. Perempuan yang merasa tidak memenuhi standar kecantikan yang diharapkan mungkin mengalami kecemasan, rendah diri, dan stres yang berkelanjutan. Perasaan ini diperburuk ketika standar kecantikan yang ada dianggap sebagai sesuatu yang buruk atau tidak dapat dicapai, menyebabkan mereka mempertanyakan nilai diri mereka dan merasa tertekan untuk mengubah penampilan fisik mereka (Ihsan, 2024).

3. Upaya Menjadi Cantik dan Dampaknya:

Bagi banyak perempuan, upaya untuk mencapai dan mempertahankan penampilan yang cantik telah menjadi kebutuhan yang mendasar, didorong oleh keinginan untuk diterima dan diakui oleh masyarakat. Namun, tekanan untuk terus memenuhi standar kecantikan ini dapat menjadi sumber stres yang signifikan, yang mempengaruhi kesejahteraan psikologis dan sosial mereka (Wijaya & Iman, 2023).

Fenomena *beauty privilege* membuat perempuan berupaya untuk memperbaiki penampilan yang ada sehingga memunculkan konsep standar kecantikan (Zulfiyah, 2019). Menurut Ibnu Jalir, dalam masyarakat dan budaya, perempuan berkulit gelap dianggap tidak menarik. Menyesuaikan diri dengan standar kecantikan sehingga semakin menjauhkan perempuan dari esensi kecantikan dan penampilan. Hal ini tidak hanya berasal dari faktor internal seperti rasa tidak aman (rendah diri) dan kurang percaya diri saat bertemu wanita cantik, tetapi juga dari faktor lain. Secara eksternal, misalnya ada lowongan pekerjaan namun standarnya mengharuskan perempuan berpenampilan menarik (Ihsan, 2024).

## **2.4 Hubungan antara *Beauty Privilege* dan *Self-esteem***

*Beauty privilege* merujuk pada keuntungan sosial, profesional, dan pribadi yang didapatkan individu karena penampilan fisik mereka dianggap menarik sesuai standar kecantikan yang berlaku. Hubungan antara *beauty privilege* dan *self-esteem* ini bersifat kompleks, dengan dampak positif dan negatif.

### **2.4.1 Pengaruh Positif *Beauty Privilege***

Individu yang mendapatkan *beauty privilege* cenderung menikmati penerimaan sosial yang lebih besar, peluang karir yang lebih baik, dan perlakuan yang lebih positif dari orang lain (Funk et al., 2023). Penampilan fisik yang sesuai dengan standar kecantikan yang dominan sering kali meningkatkan rasa percaya diri dan memperkuat citra diri positif individu. Kepercayaan diri yang tinggi, yang umumnya dipicu oleh umpan balik positif terkait penampilan fisik, dapat mengurangi risiko gangguan mental seperti depresi dan kecemasan (Morales-Sánchez et al., 2021). Selain itu, akses yang lebih mudah ke sumber daya sosial dan ekonomi, seperti jaringan sosial yang kuat atau kesempatan kerja yang lebih baik, juga dapat memberikan perlindungan tambahan terhadap stresor kehidupan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesehatan mental yang lebih baik (Frieiro et al., 2022).

### **2.4.2 Pengaruh Negatif *Beauty Privilege***

Meskipun *beauty privilege* menawarkan banyak keuntungan, aspek-aspek tertentu dari fenomena ini dapat berdampak negatif pada kesehatan mental. Individu yang tidak memenuhi standar kecantikan yang berlaku sering kali mengalami diskriminasi, penolakan sosial, dan kritik tajam (Firdaus, 2022). Diskriminasi berdasarkan penampilan dapat menyebabkan individu merasa terasing dan kurang dihargai, yang berakibat pada rendahnya harga diri dan perasaan tidak berharga (Heu, 2025).

Lebih lanjut, tekanan untuk tampil menarik dan terus-menerus sesuai dengan standar kecantikan ideal dapat menjadi beban psikologis yang berat. Bagi mereka yang merasa tidak mampu memenuhi ekspektasi ini, perasaan tidak

berdaya, cemas, dan depresi dapat muncul. Bahkan bagi individu yang memiliki *beauty privilege*, ada tekanan konstan untuk mempertahankan penampilan mereka, yang dapat memicu kecemasan performa dan ketidakpuasan tubuh (Merino et al., 2024). Diskriminasi berbasis penampilan dan tekanan sosial untuk memenuhi standar kecantikan menambah tantangan bagi kesehatan mental, baik bagi mereka yang merasa tidak memenuhi standar tersebut maupun bagi mereka yang berjuang untuk terus memenuhinya.

## **2.5 Internet Addiction**

Adiksi internet (IA), sering juga disebut sebagai penggunaan internet bermasalah (Problematic Internet Use - PIU), kecanduan internet, atau gangguan penggunaan internet (Internet Gaming Disorder - IGD, ketika fokus pada gaming), telah menjadi fenomena global yang menarik perhatian signifikan dalam ranah psikologi, psikiatri, dan kesehatan masyarakat. Meskipun belum secara universal diakui sebagai gangguan diagnostik terpisah dalam Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-5-TR), konsensus tumbuh mengenai sifat adiktif dan konsekuensi negatifnya terhadap fungsi individu (Jia et al., 2024).

Konseptualisasi adiksi internet umumnya merujuk pada pola penggunaan internet yang maladaptif dan berulang yang menyebabkan gangguan atau penderitaan signifikan secara klinis (Tiego et al., 2021). Gejala inti seringkali mencakup preokupasi dengan internet, withdrawal ketika tidak menggunakannya, tolerance (kebutuhan untuk meningkatkan waktu penggunaan untuk mencapai kepuasan yang sama), upaya yang gagal untuk mengontrol penggunaan, hilangnya minat pada aktivitas lain, penggunaan terus-menerus meskipun ada konsekuensi negatif, berbohong tentang penggunaan, dan menggunakan internet sebagai pelarian dari mood negatif (Gong et al., 2024).

Prevalensi adiksi internet bervariasi secara signifikan antar studi, berkisar antara 1% hingga 10% atau lebih, tergantung pada kriteria diagnostik, alat ukur yang digunakan, dan populasi yang diteliti. Remaja dan dewasa muda, khususnya mahasiswa, seringkali dilaporkan memiliki prevalensi yang lebih tinggi (Cai, Z. et al., 2023). Faktor demografis seperti jenis kelamin menunjukkan temuan yang beragam;

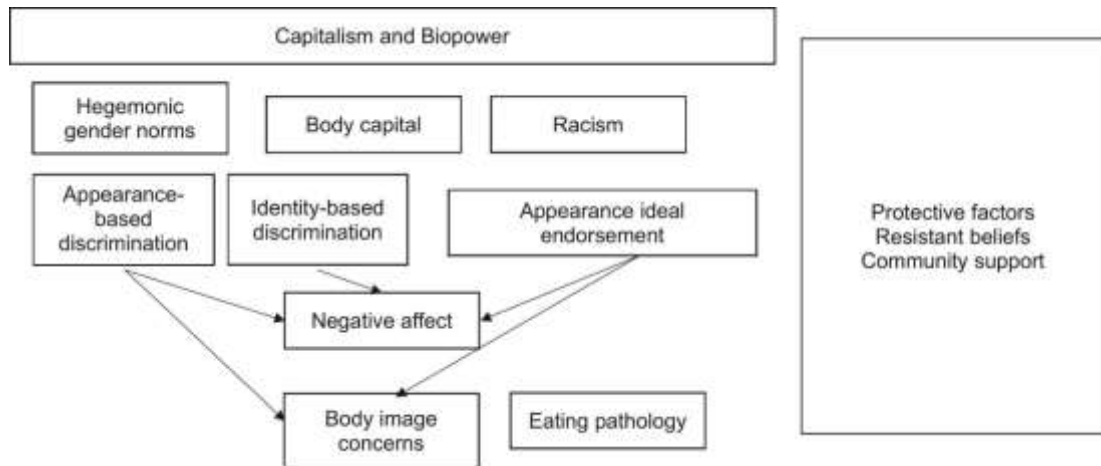
beberapa studi menemukan prevalensi lebih tinggi pada laki-laki (terutama terkait gaming), sementara yang lain tidak menemukan perbedaan signifikan atau bahkan lebih tinggi pada perempuan dalam aspek tertentu dari penggunaan internet (Lichan et al., 2016). Berbagai faktor telah diidentifikasi sebagai prediktor dan faktor risiko untuk adiksi internet:

1. Faktor Psikologis: Gangguan kesehatan mental lainnya, seperti depresi, kecemasan, stres, social anxiety, ADHD, dan rendahnya self-esteem, secara konsisten ditemukan berkorelasi kuat dengan adiksi internet. Individu mungkin menggunakan internet sebagai mekanisme coping maladaptif untuk melarikan diri dari emosi negatif atau masalah psikologis. Perfeksionisme dan neuroticisme juga telah diidentifikasi sebagai predictor (Cai, Zhihui et al., 2023; He et al., 2024).
2. Faktor Sosial: Kurangnya dukungan sosial, isolasi sosial, atau kualitas hubungan interpersonal yang buruk dapat meningkatkan risiko adiksi internet sebagai upaya untuk mencari koneksi atau pengakuan daring (Chen et al., 2022).
3. Faktor Keluarga: Konflik keluarga, pola asuh yang kurang suportif atau terlalu permisif, dan kurangnya komunikasi dalam keluarga dapat berkontribusi pada risiko adiksi internet pada remaja (Doğrusever & Bilgin, 2025).
4. Faktor Konten Internet: Jenis penggunaan internet spesifik memainkan peran krusial. Penggunaan media sosial yang berlebihan, online gaming, dan konten streaming hiburan sering dikaitkan dengan risiko adiksi yang lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan untuk tujuan pendidikan atau pekerjaan (Elosua et al., 2024).

## 2.6 Kerangka Teori

*Integrated Model of Risk and Resilience Factors for Body Model* yang dikutip dari Rodgers, et al memaparkan kerangka integratif yang menghubungkan

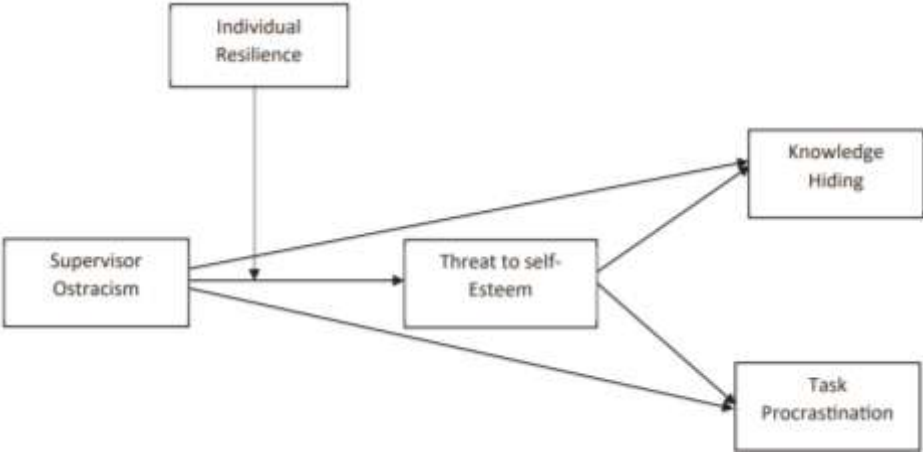
determinan makro seperti kapitalisme, biopower, norma gender hegemoni, modal tubuh, dan rasisme dengan diskriminasi berbasis penampilan dan identitas, serta endorsemen ideal penampilan. Faktor-faktor ini secara kausal memicu afek negatif dan body image concerns, yang kemudian memprediksi eating pathology. Model ini juga menggarisbawahi peran faktor pelindung seperti keyakinan resisten dan dukungan komunitas dalam memitigasi dampak risiko tersebut.



Source: (Rodgers et al., 2025)

**Gambar 2. 1 Integrated Model of Risk and Resilience Factors for Body**

Teori Sosiometer (*Sociometer Theory*), mengilustrasikan bahwa pengucilan oleh atasan (*supervisor ostracism*) memicu ancaman terhadap *self-esteem*, yang merefleksikan fungsi *self-esteem* sebagai sosiometer internal yang mendeteksi penolakan sosial. Ancaman ini kemudian memediasi munculnya respons maladaptif seperti menyembunyikan pengetahuan (*knowledge hiding*) dan prokrastinasi tugas (*task procrastination*). Ketahanan individu (*individual resilience*) memoderasi dampak pengucilan atasan terhadap ancaman *self-esteem*, menunjukkan kapasitas individu untuk mitigasi.



Source: (Sarwar et al., 2025)

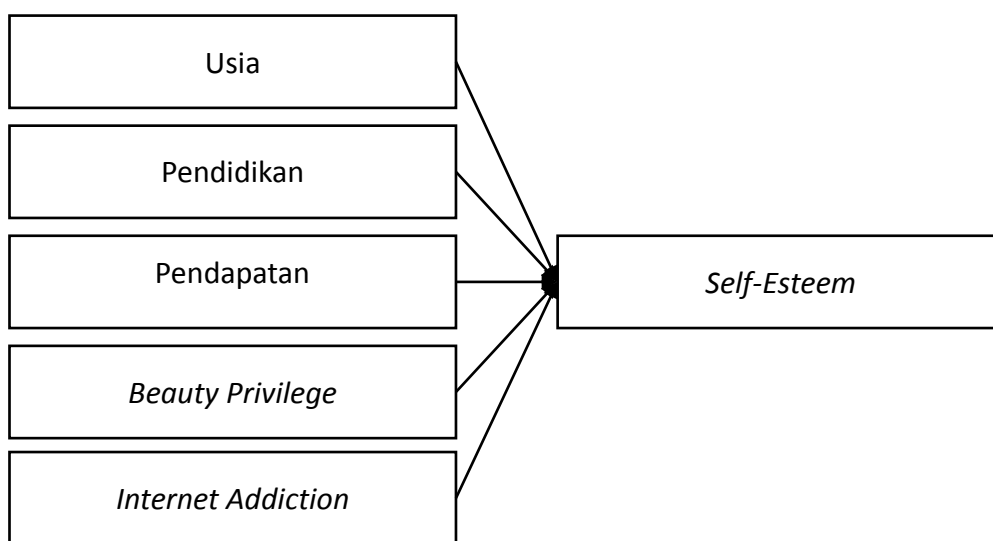
**Gambar 2. 2 Sociometer Theory**

## BAB III

### KERANGKA KONSEP

#### 3.1 Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian ini menjelaskan secara sistematis hubungan yang akan diteliti pada variabel faktor/variabel independen yaitu usia, Pendidikan, pengetahuan, pendapatan, *beauty privilege*, dan *internet addiction* terhadap variabel dependen yaitu *self-esteem*.



**Gambar 3. 1 Kerangka Konsep**

#### 3.2 Hipotesis Penelitian

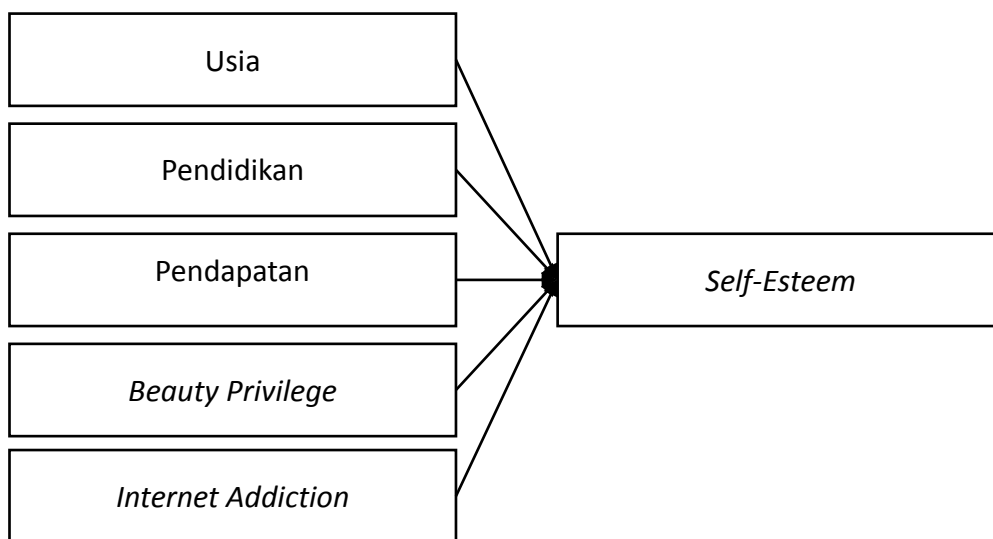
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara usia dengan *self-esteem*
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara pendidikan dengan *self-esteem*
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara pendapatan dengan *self-esteem*
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara *beauty privilege* dengan *self-esteem*
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara *internet addiction* dengan *self-esteem*

## BAB III

### KERANGKA KONSEP

#### 3.1 Kerangka Konsep

Kerangka konsep dalam penelitian ini menjelaskan secara sistematis hubungan yang akan diteliti pada variabel faktor/variabel independen yaitu usia, Pendidikan, pengetahuan, pendapatan, *beauty privilege*, dan *internet addiction* terhadap variabel dependen yaitu *self-esteem*.



**Gambar 3. 1 Kerangka Konsep**

#### 3.2 Hipotesis Penelitian

- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara usia dengan *self-esteem*
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara pendidikan dengan *self-esteem*
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara pendapatan dengan *self-esteem*
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara *beauty privilege* dengan *self-esteem*
- H<sub>a</sub>: Ada hubungan antara *internet addiction* dengan *self-esteem*

### **3.3.1 Variable Penelitian**

Variabel penelitian adalah elemen yang berfungsi sebagai ciri, sifat, atau ukuran yang dimiliki atau diperoleh oleh satuan penelitian untuk menggambarkan suatu konsep atau pengertian tertentu.

### **3.3.2 Variable Dependen**

Variabel terikat (dependen) merupakan jenis variabel yang dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah *self-esteem*.

### **3.3.3 Variable Independen**

Variabel independen adalah jenis variabel yang berfungsi untuk menjelaskan atau memberikan pengaruh terhadap variabel lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi umur, pendidikan, pendapatan, *beauty privilege*, dan *internet addiction*.

### 3.4 Definisi Operasional

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala Ukur
Variabel Dependen						
1.	<i>Self-esteem</i>	Persepsi seseorang terhadap nilai dan kemampuan dirinya sendiri, yang dapat dipengaruhi oleh penampilan.	Wawancara	Kuesioner <i>Rosenberg Self-esteem Scale (RSES)</i>	0. Tinggi (skor $\geq 25$ ) 1 . Rendah (skor $<25$ )	Ordinal
Variabel Independen						
1.	Usia	Jumlah waktu yang dihitung sejak seseorang dilahirkan hingga saat penelitian dihitung.	Wawancara	Kuesioner	0. >35 Tahun 1. 20-35 Tahun 2. 17-20 Tahun	Ordinal
2.	Pendidikan	Jenjang pendidikan formal yang dibuktikan dengan ijazah.	Wawancara	Kuesioner	0. S2 1. S1 2. SMA	Ordinal
3.	Pendapatan	Penghasilan dalam satu bulan berdasarkan UMP Provinsi Aceh (SK) Gubernur Nanggroe	Wawancara	Kuesioner	0. Tinggi $\geq 3,165,031$ 1. Rendah $<3,165,031$	Ordinal

No	Variabel	Definisi Operasional	Cara Ukur	Alat Ukur	Hasil Ukur	Skala Ukur
		Aceh Darussalam No. 569/1526/2020.				
4.	<i>Beauty Privilege</i>	Perlakuan istimewa yang diperoleh seseorang karena dianggap memiliki penampilan fisik yang menarik sesuai standar kecantikan.	Wawancara	Kuesioner <i>Body Dysmorphic Disorder Questionnaire</i> (BDDQ)	0. Preokupasi Tinggi 1. Preokupasi Rendah	Ordinal
5.	<i>Internet Addiction</i>	Mengukur tingkat kecanduan internet berdasarkan dampak negatif pada kehidupan sehari-hari (misalnya, pekerjaan/sekolah, hubungan, tidur), gejala <i>withdrawal, tolerance, dan craving</i> .	Wawancara	<i>Internet Addiction Test</i> (IAT)	0. Normal (skor 0-49) 1. Bermasalah (skor 50-100)	Ordinal

## **BAB IV**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **4.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode analitik observasional dengan pendekatan *cross-sectional*. Metode analitik observasional adalah jenis penelitian yang bertujuan menganalisis dinamika hubungan antara faktor risiko dan faktor dampak. Sedangkan rancangan *cross-sectional* merupakan suatu rancangan penelitian untuk mempelajari dinamika korelasi faktor risiko (*beauty privilege* dan karakteristik klien klinik kecantikan) dengan efek (*self-esteem*) melalui pendekatan, observasi dan pengumpulan data sekaligus pada saat yang bersamaan.

#### **4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di dua fasilitas kecantikan utama yang berlokasi di Kota Sigli, Kabupaten Pidie, yaitu Klinik Kecantikan A dan Klinik Kecantikan B. Pengumpulan data dilakukan selama 9 hari, terhitung sejak tanggal 10 s/d 19 Juli 2025.

##### **4.2.1 Justifikasi Pemilihan Lokasi Penelitian**

Pemilihan lokasi penelitian di Klinik A dan B di Kota Sigli didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis untuk memastikan validitas dan relevansi temuan.

Representasi populasi target menjadi fundamental. Klinik-klinik ini secara mayoritas melayani perempuan pekerja, suatu demografi yang relevan dengan eksplorasi *beauty privilege* dan dampaknya terhadap *self-esteem*. Meskipun penelitian dilakukan di Kota Sigli, klinik-klinik ini memiliki fasilitas dan layanan komprehensif (seperti filler dan tindakan invasif lainnya, bukan hanya facial) yang setara dengan klinik di kota-kota besar seperti Banda Aceh. Hal ini memastikan bahwa populasi yang dilayani memiliki minat dan investasi yang serupa dalam perawatan penampilan yang transformatif, sehingga sampel dari Sigli dapat

memberikan wawasan yang representatif mengenai pengalaman *beauty privilege* dalam konteks perawatan kecantikan modern.

Kualitas dan kelengkapan fasilitas di kedua klinik ini menjadi pertimbangan utama. Klinik A dan B dipilih karena menyediakan layanan estetika yang canggih dan komprehensif, melampaui perawatan dasar. Ketersediaan layanan seperti filler dan prosedur yang dapat mengubah fitur fisik secara signifikan menarik klien yang secara aktif berinvestasi dalam penampilan, menjadikan mereka subjek yang relevan untuk meneliti dampak *beauty privilege* yang diperoleh melalui intervensi semacam itu.

Lokasi strategis dan aksesibilitas kedua klinik berkontribusi pada efisiensi pengumpulan data. Berada di pusat kota Sigli, kedua klinik ini memiliki jangkauan klien yang luas, termasuk mayoritas perempuan pekerja di kota tersebut. Posisi strategis ini tidak hanya mempermudah akses responden, tetapi juga menjamin sampel yang lebih beragam dari segi latar belakang klien yang secara aktif mencari jasa perawatan kecantikan, memperkaya data penelitian.

Secara keseluruhan, kombinasi antara profil klien yang relevan (mayoritas perempuan pekerja), layanan transformatif yang tersedia, dan lokasi strategis kedua klinik, menjadikan A dan B sebagai lokasi penelitian yang ideal untuk menyelidiki hubungan antara karakteristik individu, *beauty privilege*, dan *self-esteem* di lingkungan komunitas Sigli.

### **4.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **4.3.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh klien atau konsumen yang melakukan kunjungan ke Klinik A dan B di Kota Sigli. Berdasarkan data rekapitulasi jumlah pengunjung yang tercatat di Klinik A dan B Kota Sigli untuk periode bulan Mei 2025, terdapat 535 klien yang berkunjung. Berikut adalah data rekapitulasinya.

**Tabel 4. 1 Rekapitulasi Jumlah Pengunjung Klinik A dan B Bulan Mei 2025**

No.	Tanggal	Jumlah Pengunjung		Total
		A	B	
1	03/05/2025	15	12	27
2	05/05/2025	17	10	27
3	06/05/2025	11	15	26
4	07/05/2025	13	12	25
5	08/05/2025	11	12	23
6	09/05/2025	10	13	23
7	10/05/2025	15	15	30
8	14/05/2025	18	17	35
9	15/05/2025	12	13	25
10	16/05/2025	11	18	29
11	17/05/2025	14	17	31
12	19/05/2025	16	13	29
13	21/05/2025	10	10	20
14	22/05/2025	15	10	25
15	23/05/2025	12	17	29
16	24/05/2025	11	14	25
17	26/05/2025	17	14	31
18	27/05/2025	13	11	24
19	28/05/2025	19	12	31
20	31/05/2025	13	17	20
<b>Total</b>		<b>273</b>	<b>262</b>	<b>535</b>

Sumber: Laporan Bulanan Klinik A dan B Tahun 2025

#### 4.3.2 Sampel

Sampel penelitian ini mencakup seluruh klien yang berkunjung ke klinik A dan B Kota Sigli pada saat penelitian dilakukan. Penentuan ukuran sampel yang representatif dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin* untuk memastikan bahwa sampel yang diambil dapat menggambarkan karakteristik populasi secara akurat dengan tingkat kesalahan yang dapat diterima. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari 535 klien yang tercatat di klinik A dan B Kota Sigli, dengan margin of error yang ditetapkan sebesar 8% (0,08). Rumus yang *slovin* yang digunakan adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Di mana :

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = margin of error (ditetapkan 8% atau 0,08)

Dengan demikian :

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\n &= \frac{535}{1 + 535 (0.08)^2} \\n &= \frac{535}{4,424} \\n &= 120,93 \\n &= 121 \text{ (dibulatkan)}\end{aligned}$$

Hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin menghasilkan angka 120,93, yang kemudian dibulatkan menjadi 121. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 121 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* (sampling bertujuan), di mana responden dipilih berdasarkan kriteria sampel yang telah ditentukan. Jumlah ini dianggap representatif untuk menggambarkan populasi klien yang melakukan kunjungan di Klinik A dan B Kota Sigli yang akan dijadikan sebagai responden penelitian.

Pemilihan sampel dilakukan dengan menyesuaikan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan untuk memastikan bahwa sampel memenuhi syarat dan relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria ini dirancang untuk memastikan fokus pada klien yang menjalani perawatan estetika transformatif di klinik A dan B:

1. Kriteria Inklusi

- a. Klien berjenis perempuan yang melakukan kunjungan dan menggunakan jasa perawatan di Klinik A atau Klinik B di Kota Sigli,
- b. Berusia antara 17 hingga 40 tahun,
- c. Responden yang menjalani prosedur perawatan estetika invasif atau semi-invasif yang bertujuan mengubah struktur atau fitur fisik secara signifikan, seperti filler, botox, tanam benang, laser remodeling, atau prosedur kosmetik serupa. Responden juga harus bersedia berpartisipasi dan telah menandatangani lembar persetujuan (*informed consent*).

2. Kriteria Eksklusi

- a. individu yang hanya datang sebagai pengunjung atau pendamping, klien yang hanya menjalani prosedur perawatan estetika non-invasif atau rutin yang tidak bersifat transformatif (misalnya facial wash, masker, pijat wajah, skincare dasar, atau perawatan lain yang bersifat topikal dan temporer),
- b. Responden yang berusia di bawah 17 tahun atau di atas 40 tahun,
- c. Petugas dan staf Klinik A atau B, serta siapa pun yang menolak memberikan persetujuan untuk mengikuti penelitian.

**Tabel 4. 2 Rekapitulasi Jumlah Pengunjung Klinik A dan B Bulan Mei 2025**

No.	Tanggal	Jumlah Pengunjung		Total	Sampel yang Memenuhi Kriteria
		A	B		
1	10/07/2025	17	14	31	13
2	11/07/2025	13	10	23	11
3	12/07/2025	19	16	35	21
4	13/07/2025	-	-	-	-
5	14/07/2025	11	17	28	10
6	15/07/2025	14	11	25	12
7	16/07/2025	14	16	30	11
8	17/07/2025	13	16	29	14
9	18/07/2025	12	10	22	12
10	18/07/2025	18	17	35	17
<b>Total</b>		<b>131</b>	<b>127</b>	<b>258</b>	<b>121</b>

Sumber: Laporan Bulanan Klinik A dan B Tahun 2025

#### 4.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan survei dengan kuesioner yang dibagikan kepada klien yang berkunjung ke klinik. Untuk kelancaran dan akurasi pengumpulan data, penelitian ini akan melibatkan empat (4) enumerator yang memiliki latar belakang pendidikan kesehatan. Sebelum terjun ke lapangan, semua enumerator akan diberikan pelatihan dan pemahaman menyeluruh mengenai tujuan penelitian, isi kuesioner, serta tata cara pengumpulan data yang benar dan etis. Kuesioner akan disebarakan secara langsung di klinik atau melalui platform daring (online) yang relevan, dan data yang terkumpul selanjutnya akan dianalisis untuk menguji hubungan antara *beauty privilege* dan *self-esteem*. Adapun tahapan pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Melakukan Pengurusan Izin untuk Pelaksanaan Penelitian;
2. Menyusun dan Memberikan Briefing kepada Enumerator;
3. Memberikan Lembar Inform Consent dan Wawancara;
4. Memonitor dan Mengawasi Pengisian Kuesioner;
5. Mengumpulkan dan Memeriksa Kuesioner yang Telah Diisi;
6. Melakukan Pengecekan Data dan Pengolahan Awal;
7. Menganalisis Data dan Pengolahan Data;
8. Menafsirkan Hasil dan Menyusun Laporan Penelitian;

##### 4.4.1 Instrumen Penelitian

Peneliti mengumpulkan data dengan cara memberikan lembar kuesioner kepada responden. Kuesioner terdiri dari empat bagian antara lain:

1. Kuesioner data demografi responden yang terdiri dari nama (inisial), usia, pendidikan, dan pendapatan.
2. Kuesioner Rosenberg Self-esteem Scale (RSES)

Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) merupakan instrumen pengukuran harga diri yang dikembangkan oleh Morris Rosenberg pada tahun 1965 dan banyak digunakan di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Kuesioner ini terdiri dari 10 pernyataan yang menggambarkan sikap positif dan negatif terhadap diri sendiri, masing-

masing dijawab dengan skala Likert 4 poin, yaitu sangat setuju (skor 4), setuju (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1) untuk pernyataan positif, serta pembalikan skor untuk pernyataan negatif. Lima butir pernyataan bersifat positif (favorable) dan lima lainnya bersifat negatif (unfavorable). Skor total diperoleh dengan menjumlahkan seluruh skor item, sehingga rentang skor adalah 10–40, di mana skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat harga diri yang lebih tinggi.

Instrumen Rosenberg Self-Esteem Scale (RSES) yang digunakan dalam penelitian ini telah melalui uji validitas dan reliabilitas pada berbagai populasi di Indonesia, sehingga layak dijadikan alat ukur harga diri remaja. Azwar (2022) melaporkan nilai validitas menggunakan korelasi Pearson sebesar 0,703 dan reliabilitas Cronbach's Alpha sebesar 0,892 pada remaja, menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik. Meida & Ariana (2021) dalam penelitiannya pada mahasiswa memperoleh nilai korelasi item-total berkisar antara 0,422–0,635 dengan reliabilitas sebesar 0,70, yang mengindikasikan validitas dan reliabilitas yang memadai. Sementara itu, Subagya *et al.* (2018) melalui analisis Confirmatory Factor Analysis (CFA) menemukan bahwa tujuh dari sepuluh item RSES memiliki kontribusi signifikan terhadap satu faktor harga diri, dengan Construct Reliability (CR) sebesar 0,899 dan Average Variance Extracted (Lekakis *et al.*) sebesar 0,531, menegaskan kekuatan konstruk dan konsistensi pengukuran instrumen ini. Hasil-hasil tersebut memperkuat bukti bahwa RSES versi bahasa Indonesia memiliki validitas dan reliabilitas yang baik untuk mengukur self-esteem pada populasi remaja di berbagai konteks (Azwar, 2022) (Meida & Ariana, 2021) (Subagya *et al.*, 2018).

### 3. Kuesioner Body Dysmorphic Disorder (BDDQ)

Body Dysmorphic Disorder Questionnaire (BDDQ) adalah instrumen skrining yang digunakan untuk mengidentifikasi kemungkinan adanya gangguan dismorfik tubuh, suatu kondisi di mana individu

mengalami kekhawatiran berlebihan terhadap penampilan fisik yang dianggap cacat meskipun secara objektif normal atau hanya memiliki kekurangan kecil. Kuesioner ini berisi pertanyaan terkait intensitas kekhawatiran, durasi pikiran mengenai penampilan, tingkat distress, dan dampaknya terhadap fungsi sosial maupun aktivitas sehari-hari. Format jawaban pada pertanyaan inti bersifat dikotomis (“ya” atau “tidak”), sedangkan beberapa item tambahan menggunakan skala frekuensi atau tingkat gangguan. Skor positif umumnya diberikan apabila responden menjawab “ya” pada kekhawatiran signifikan terhadap penampilan, menghabiskan waktu minimal satu jam per hari untuk memikirkan kekurangan tersebut, mengalami distress yang bermakna, dan terdapat gangguan fungsi sosial atau pekerjaan. Hasil positif BDDQ menunjukkan indikasi kuat adanya Body Dysmorphic Disorder, meskipun diagnosis definitif memerlukan evaluasi klinis oleh profesional kesehatan jiwa.

Penelitian di Iran oleh Jahandideh *et al.* (2021) menerjemahkan dan memvalidasi *Body Dysmorphic Disorder Questionnaire – Aesthetic Surgery version* (BDDQ-AS) ke dalam bahasa Persia untuk digunakan pada pasien rhinoplasty. Hasil uji menunjukkan reliabilitas internal yang sangat baik dengan nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,892 dan uji *split-half* sebesar 0,92. Validitas kriteria dinyatakan kuat melalui korelasi signifikan antara skor BDDQ-AS dan *Body Dysmorphic Disorder – Yale Brown Obsessive Compulsive Scale* (BDD-YBOCS) (Spearman  $r = 0,757$ ;  $p < 0,001$ ). Content Validity Index (CVI) minimum sebesar 0,79 menegaskan bahwa seluruh item memiliki tingkat relevansi, kejelasan, dan keterbacaan yang memadai. Akurasi skrining instrumen ini juga tinggi, dengan sensitivitas 85,71% dan spesifisitas 81%. Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian oleh Lekakis *et al.* (2016) melaporkan reliabilitas internal yang konsisten, dengan Cronbach’s Alpha sebesar 0,83 pada kelompok pasien rhinoplasty dan 0,84 pada kelompok kontrol, menunjukkan konsistensi pengukuran yang baik pada berbagai populasi (Jahandideh *et al.*, 2021) (Lekakis *et al.*, 2016).

#### 4. Kuesioner *Internet Addiction Test* (IAT)

*Internet Addiction Test* (IAT), dikembangkan oleh Young (1998), merupakan instrumen skrining berdasar delapan kriteria awal Young Diagnostic Questionnaire yang diperluas menjadi 20 item dengan skala Likert lima poin (1–5). Skor total berkisar antara 20 hingga 100; semakin tinggi skor menunjukkan tingkat kecanduan internet yang lebih serius. Kategori interpretasi umum yang sering digunakan adalah: 20–39 menunjukkan pengguna internet biasa, 40–69 menunjukkan pengguna dengan risiko masalah, dan 70–100 menandakan kemungkinan kecanduan yang serius.

Berdasarkan meta-analisis terhadap 25 studi ( $n = 18.421$ ), *Internet Addiction Test* menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik dengan nilai Cronbach's alpha pooled sebesar 0,90 untuk mahasiswa dan 0,93 untuk siswa sekolah menengah atas ( $\geq 15$  tahun). Uji retest menampilkan reliabilitas yang tinggi (Spearman's  $\rho \approx 0.83$ ), dan validitas konvergen juga baik (koefisien korelasi 0,62–0,84 terhadap instrumen lain). Struktur konstruk sejauh ini dianggap terdiri dari satu hingga dua faktor, mendukung validitas konstruk IAT dalam berbagai populasi (Moon *et al.*, 2018)

#### 4.5 **Ethical Clearance (Etika Penelitian)**

Penelitian ini dilaksanakan dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip etika penelitian yang bertujuan untuk melindungi hak, martabat, dan privasi partisipan. Terdapat empat aspek utama etika penelitian yang diterapkan, yaitu *informed choice*, *informed consent*, *anonymity*, dan *confidentiality*.

1. *Informed Choice*. Peneliti memberikan kebebasan sepenuhnya kepada calon responden untuk memutuskan apakah mereka bersedia atau tidak berpartisipasi dalam penelitian ini. Tujuan penelitian dijelaskan secara rinci sebelum proses pengumpulan data. Jika responden memilih untuk tidak ikut serta, maka peneliti tidak akan melakukan tekanan dalam bentuk apa pun, dan hak responden untuk menolak tetap dihormati sepenuhnya. Bagi

responden yang menyatakan kesediaan, peneliti akan menjelaskan seluruh tahapan penelitian secara terbuka dan mendetail sebelum melanjutkan ke proses pengambilan data.

2. *Informed Consent*. Persetujuan berdasarkan informasi diperoleh melalui penyampaian penjelasan yang komprehensif mengenai maksud, tujuan, prosedur, potensi risiko, serta manfaat dari penelitian. Peneliti memastikan bahwa partisipasi bersifat sukarela tanpa adanya paksaan, ancaman, atau tekanan dari pihak mana pun. Setiap responden akan diminta untuk menandatangani lembar informed consent sebagai bentuk persetujuan tertulis setelah memahami informasi yang disampaikan secara jelas.
3. *Anonymity*. Untuk menjaga anonimitas responden, peneliti tidak akan mencatat nama asli atau informasi identitas pribadi lainnya pada instrumen penelitian. Sebagai gantinya, peneliti akan menggunakan sistem pengkodean numerik atau huruf tertentu guna mengidentifikasi data secara internal. Dengan demikian, identitas responden tidak dapat dilacak kembali dari hasil laporan maupun publikasi.
4. *Confidentiality* (Kerahasiaan). Kerahasiaan data dijaga secara ketat. Informasi yang diperoleh dari partisipan hanya digunakan untuk keperluan analisis dan penyusunan laporan penelitian, dan tidak akan dibagikan kepada pihak lain yang tidak berkepentingan.

## **4.6 Rancangan Analisis Data**

### **4.6.1 Rancangan Analisis Data Univariat**

Analisis data univariat menghasilkan tabel distribusi frekuensi untuk setiap variabel baik variabel independen maupun variabel dependen dengan tujuan untuk dapat melihat besarnya masalah penelitian.

### **4.6.2 Rancangan Analisis Data Bivariat**

Analisis data bivariat bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menggunakan *Logistic Regression* dengan software STATA MP 17.

#### **4.6.3 Rancangan Analisis Data Multivariat**

Dalam analisis multivariat ini bertujuan untuk melihat faktor dominan antar variabel independen dengan variabel dependen yang menggunakan uji regresi logistic berganda dengan software STATA MP 17.

#### **4.7 Jadwal Penelitian**

Jadwal penelitian ini dimulai dari proses penentuan topik dan penyusunan bahan yang terkait dengan ide penelitian. Jadwal penelitian ini di rancang untuk membantu peneliti agar dapat mengatur jadwal pelaksanaan tesis dengan sebaik mungkin.

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **5.1 Gambaran Umum**

Penelitian ini dilakukan di dua klinik kecantikan yang ada di Kota Sigli Kabupaten Pidie. Dimana salah satunya merupakan klinik yang sudah berjalan selama enam tahun. Klinik ini mempunyai dua dokter, empat perawat, dua bidan dan satu admin yang bertugas. Sedangkan klinik yang satunya lagi baru beroperasi selama satu tahun. Terdiri dari satu dokter, dua perawat dan dua admin.

Pegawai pada kedua klinik ini termasuk responsive pada saat konsumen masuk ke klinik, konsumen juga disambut dengan keramahan dari pegawainya. Klinik ini memberikan sistem pesan waktu perawatan dari telepon dalam melaksanakan kegiatan ataupun berdiskusi tanya jawab mengenai produk dan *treatment-treatment* yang disediakan. Selain itu, ruangan untuk tindakan treatment sudah dilengkapi alat-alat yang steril dan bersih, serta ruangan yang luas dan nyaman. Di kedua klinik tersebut menyediakan berbagai jenis *treatment* perawatan wajah, namun peneliti hanya berfokus pada konsumen yang melakukan *treatment* berat seperti mesoterapi, filler hidung, filler dagu, filler pipi.

#### **5.2 Hasil Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan pengambilan data langsung pada dua klinik di Kota Sigli Kabupaten Pidie dilakukan dari tanggal 10 s/d 19 juli 2025 terhadap pasien yang datang untuk melakukan treatment yang berjumlah 121 orang. Pengumpulan data diperoleh berdasarkan wawancara dan observasi langsung yang akan di analisis untuk mengidentifikasi hubungan antara *beauty privilege* dan karakteristik klien dengan *self-esteem*.

### 5.2.1 Analisis Univariat

Tabel 5.2. 1 Analisis Univariat

Variabel	Frekuensi	Persentase
<b>Self-Esteem</b>		
Rendah	55	45,45
Tinggi	66	54,55
<b>Umur</b>		
17-20 Tahun		14,88
20-35 Tahun	79	65,29
>35 Tahun	24	19,83
<b>Pendidikan</b>		
SMA	35	28,93
S1	47	38,84
S2	39	32,23
<b>Pendapatan</b>		
Rendah	46	38,02
Tinggi	75	61,98
<b>Beauty Privilege</b>		
Preokupasi Rendah	59	48,76
Preokupasi Tinggi	62	51,24
<b>Internet Addiction</b>		
Bermasalah	49	40,50
Normal	72	59,50

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil analisis univariat terhadap 121 responden, diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat *self-esteem* yang tinggi, yaitu sebanyak 66 orang (54,55%), sedangkan sisanya sebanyak 55 orang (45,45%) memiliki tingkat *self-esteem* yang rendah. Distribusi umur menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif awal, yaitu 20–35 tahun sebanyak 79 orang (65,29%). Sementara itu, responden yang berusia di 17-20 tahun hanya berjumlah 18 orang (14,88%) dan yang berusia di atas 35 tahun sebanyak 24 orang (19,83%). Berdasarkan tingkat pendidikan, responden terbanyak berasal dari kelompok lulusan sarjana (S1) dan pascasarjana (S2), masing-masing sebanyak 47 orang (38,84%) dan 39 orang (32,23%), sedangkan lulusan SMA sebanyak 35 orang (28,93%).

Dalam hal pendapatan, lebih dari separuh responden tergolong dalam kategori pendapatan tinggi, yaitu sebanyak 75 orang (61,98%), dan sisanya

sebanyak 46 orang (38,02%) memiliki pendapatan rendah. Adapun dalam hal persepsi terhadap *beauty privilege*, terdapat distribusi yang relatif seimbang, dengan 62 responden (51,24%) menunjukkan tingkat preokupasi tinggi terhadap *beauty privilege*, dan 59 responden (48,76%) memiliki preokupasi yang rendah.

Berdasarkan klasifikasi penggunaan internet, ditemukan bahwa hampir separuh responden mengalami kecanduan internet atau penggunaan internet yang problematis, yaitu sebanyak 49 orang (40,50%), sedangkan sisanya sebanyak 72 orang (59,50%) berada dalam kategori penggunaan internet normal.

### 5.2.2 Analisis Bivariat

Hasil analisis bivariat menunjukkan bahwa beberapa variabel independen memiliki hubungan yang signifikan secara statistik terhadap tingkat *self-esteem* responden. Hubungan masing-masing variabel dengan *self-esteem* dapat dilihat pada table di bawah ini.

**Tabel 5.2. 2 Analisis Bivariat**

Variabel Independen	<i>Self-Esteem</i>				Total		OR	CI 95%	P
	Rendah		Tinggi		n	%			
	n	%	n	%					
<b>Umur</b>									
17-20 Tahun	14	77,78	4	22,22	18	100	4,13	1,05-16,29	0,042
20-35 Tahun	30	37,97	49	62,03	79	100	0,73	0,28-1,82	0,492
>35 Tahun	11	45,83	13	54,17	24	100			
Total	55	45,45	66	54,45	121	100			
<b>Pendidikan</b>									
SMA	30	85,71	5	14,29	35	100	10,71	3,38-33,86	0,001
S1	11	23,40	36	76,60	47	100	0,54	0,21-1,39	0,207
S2	14	35,90	25	64,10	39	100			
Total	55	45,45	66	54,45	121	100			
<b>Pendapatan</b>									
Rendah	36	78,26	10	21,74	46	100	10,61	4,43-25,39	0,001
Tinggi	19	25,33	56	74,67	75	100			
Total	55	45,45	66	54,45	121	100			
<b><i>Beauty Privilege</i></b>									
Preokupasi Rendah	44	74,58	15	25,42	59	100	13,6	5,66-32,66	0,001
Preokupasi Tinggi	11	17,74	51	82,26	62	100			
Total	55	45,45	66	54,45	121	100			

Variabel Independen	<i>Self-Esteem</i>				Total		OR	CI 95%	P
	Rendah		Tinggi		n	%			
	n	%	n	%					
<b><i>Internet Addiction</i></b>									
Bermasalah	38	77,55	11	22,45	49	100	11,17	4,17-26,51	0,001
Normal	17	23,61	55	76,39	72	100			
Total	55	45,45	66	54,45	121	100			

Sumber : Data Primer, 2025

Pada table di atas didapatkan bahwa responden yang berusia 17-20 tahun memiliki risiko sebesar 4,13 kali lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan kelompok usia >35 tahun (OR=4,13; 95% CI=1,05-16,29; p=0,042). Hal ini menunjukkan bahwa semakin muda usia responden, semakin tinggi kecenderungan memiliki harga diri yang rendah. Sebaliknya, kelompok usia 20–35 tahun tidak menunjukkan asosiasi yang signifikan terhadap harga diri (OR=0,72; 95% CI=0,28-1,82; p=0,492).

Dari aspek pendidikan, responden dengan latar belakang pendidikan SMA berisiko 10,71 kali lebih besar memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan kelompok pendidikan S2 (OR=10,71; 95% CI=3,38-33,86; p=0,001). Sebaliknya, responden lulusan S1 cenderung memiliki kemungkinan lebih rendah untuk memiliki *self-esteem* rendah (OR=0,54; 95% CI=0,21-1,39), namun secara statistik tidak signifikan (p=0,207). Secara umum, temuan ini mengindikasikan adanya tren bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin besar kemungkinan individu memiliki *self-esteem* yang tinggi. Pada variabel pendapatan, responden dengan pendapatan rendah menunjukkan risiko 10,61 kali lebih besar memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan yang berpendapatan tinggi (OR=10,61; 95% CI=4,43-25,39; p=0,001). Hubungan ini signifikan secara statistik, meskipun terdapat kecenderungan yang relevan secara klinis atau praktis.

Selanjutnya, variabel *beauty privilege* menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan signifikan dengan *self-esteem*. Responden dengan preokupasi rendah terhadap *beauty privilege* memiliki risiko 13,6 kali lebih besar untuk mengalami *self-esteem* rendah dibandingkan dengan mereka yang memiliki preokupasi tinggi terhadap aspek tersebut (OR=13,6; 95% CI=5,66–32,6; p=0,001). Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi dan perhatian tinggi terhadap privilege kecantikan

mungkin berkorelasi dengan peningkatan harga diri. Selain itu, *internet addiction* juga terbukti memiliki asosiasi yang signifikan terhadap *self-esteem*. Responden dengan penggunaan internet bermasalah memiliki risiko 11,17 kali lebih besar untuk mengalami *self-esteem* rendah dibandingkan dengan mereka yang menggunakan internet secara normal (OR=11,17; 95% CI=4,711; p=0,001). Artinya, kecanduan internet dapat menjadi faktor risiko penting terhadap rendahnya harga diri individu.

### 5.2.3 Analisis Multivariat

Hasil analisis multivariat dengan metode stepwise menunjukkan bahwa terdapat lima variabel independen yang secara signifikan berhubungan dengan tingkat *self-esteem* responden, yaitu umur, pendidikan, pendapatan, *beauty privilege*, dan kecanduan internet (*internet addiction*). Masing-masing variabel yang berhubungan dapat dilihat pada table di bawah ini.

**Tabel 5.2. 3 Analisis Multivariat**

<i>Self-Esteem</i>	OR	95% CI Lower-Upper	P
<i>Internet Addiction</i> (Bermasalah)	21,57	4,776-97,417	0,001
Umur (17-20 Tahun)	17,24	2,18-136,325	0,007
<i>Beauty Privilege</i> (Rendah)	12,83	3,121-52,777	0,001
Pendidikan (SMA)	11,84	2,733-51,309	0,001
Pendapatan (Rendah)	6,40	1,620-25,317	0,008

Pseudo R2 = 0.6289

Berdasarkan tabel di atas didapatkan bahwa penggunaan internet menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap *self-esteem*. Dimana penggunaan internet yang tergolong bermasalah atau adiktif secara signifikan meningkatkan kemungkinan seseorang memiliki *self-esteem* rendah. Responden yang mengalami *internet addiction* memiliki risiko 21,57 kali lebih besar untuk memiliki harga diri rendah dibandingkan dengan mereka yang menggunakan internet secara normal (OR=21,57; 95% CI=4,776-97,417; p=0,001). Temuan ini menegaskan bahwa

ketergantungan terhadap internet dapat menjadi faktor risiko terhadap gangguan psikososial, termasuk penurunan harga diri.

Dan untuk variabel umur menjadi faktor kedua yang mempengaruhi tingkat *self-esteem*. Untuk kelompok usia 17-20 tahun memiliki risiko 17,24 kali (OR=17,24; 95% CI=2,18-136,325; p=0,007) untuk memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan responden usia >35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa usia dewasa muda cenderung menjadi faktor protektif terhadap harga diri yang rendah. Hal ini disebabkan pada umur dewasa awal seseorang sedang mencari jati dirinya sehingga hal ini menyebabkan seseorang memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah, dengan sosial media menjadi patokan utama kecantikan, hal ini membuat seseorang semakin tidak percaya diri dan memiliki keinginan untuk lebih mempercantik diri, sehingga banyak dari mereka yang melakukan berbagai treatment kecantikan pada klinik kecantikan.

Maka dari itu variabel *beauty privilege* menjadi prediktor yang paling kuat dalam model ini. Responden dengan preokupasi rendah terhadap *beauty privilege* memiliki risiko 12,83 kali lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan responden yang menunjukkan preokupasi tinggi terhadap aspek tersebut (OR=12,83; 95% CI=3,121-52,777; p=0,001). Ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap keistimewaan sosial yang terkait dengan penampilan fisik berkontribusi signifikan terhadap pembentukan harga diri.

Selanjutnya, pada variabel tingkat pendidikan, responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMA menunjukkan risiko yang lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah, yaitu 11,84 kali dibandingkan dengan responden berpendidikan pascasarjana (S2) (OR=11,84; 95% CI=2,733-51,309; p=0,001). Temuan ini mengindikasikan bahwa latar belakang pendidikan SMA secara signifikan terkait dengan harga diri yang lebih rendah dibandingkan dengan pendidikan pascasarjana (S2) yang kemungkinan dipengaruhi oleh pencapaian akademik, peran sosial, atau kepercayaan diri dalam dunia kerja.

Dan untuk variabel pendapatan, responden yang memiliki pendapatan rendah menunjukkan risiko yang lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah, yaitu 6,40 kali dibandingkan dengan responden berpenghasilan tinggi (OR= 6,40;

95% CI=1,620-25,317;  $p=0,008$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa pendapatan rendah secara signifikan terkait dengan harga diri yang lebih rendah dibandingkan dengan pendapatan tinggi.

Nilai Pseudo  $R^2$  sebesar 0,6289 dalam model regresi logistik ini menunjukkan bahwa sekitar 62,89% variasi atau keragaman dalam status *self-esteem* responden dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel-variabel independen yang masuk dalam model akhir, yaitu umur, tingkat pendidikan, pendapatan, preokupasi terhadap *beauty privilege*, dan kecanduan internet. Meskipun Pseudo  $R^2$  tidak dapat diinterpretasikan secara langsung sama seperti  $R^2$  pada regresi linear, nilai ini tetap memberikan indikasi mengenai "kekuatan penjelas" (*explained variance*) dari model logistik terhadap variabel dependen.

## BAB VI

### PEMBAHASAN

#### 6.1 Hubungan Umur dengan *Self-Esteem*

Kepercayaan diri seseorang dipengaruhi oleh penampilan yang ada pada dirinya. Penampilan yang menarik dapat menjadikan seseorang lebih percaya diri. Wanita usia dewasa awal lebih memperhatikan penampilan untuk terlihat menarik dalam menunjang aktifitasnya. Tingkat kepercayaan diri responden yang melakukan treatment kecantikan di dua klinik kecantikan di Kota Sigli yaitu 54,55% dalam kategori tinggi dan 45,45% dalam kategori rendah. Tingkat kepercayaan diri yang rendah menjadi masalah yang dapat menyebabkan individu menilai dirinya secara negatif dan akan merasa cemas sehingga melakukan perawatan kecantikan untuk meningkatkan kepercayaan diri.

Berdasarkan hasil penelitian usia responden yang diikutsertakan dalam penelitian yaitu usia dari 17 sampai 40 tahun, dimana dikategorikan menjadi 3 kategori yaitu 17-20 tahun, 20-35 tahun, dan >35 tahun. Kategori usia responden dalam penelitian ini sebagian besar yang berusia 20-35 tahun (65,29%). Wanita yang memasuki masa dewasa awal seringkali lebih memerhatikan penampilannya agar dapat lebih menunjang dalam aktifitas sehari-hari. Penampilan sangat berhubungan dalam kehidupan sosial sehari-hari seseorang. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepercayaan diri wanita usia 17-20 menunjukkan 77,78% tingkat *self-esteem* rendah dan 22,22% tinggi. Dimana nilai Odds ratio sebesar 4,13 dengan nilai signifikansinya 0.042, hal ini menunjukkan bahwa wanita usia 17-20 Tahun 4,13 kali lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan kelompok usia >35 tahun. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin muda usia responden, semakin tinggi kecenderungan memiliki harga diri yang rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pratami et al., 2023) yang menyatakan mayoritas wanita dewasa awal memiliki kepercayaan diri rendah akibat tren *beauty privilege*.

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso, MV., Fauzia, R and Rusli (2020) menerangkan bahwa wanita yang memasuki masa dewasa awal

seringkali lebih memperhatikan penampilannya agar dapat lebih menunjang dalam aktifitas sehari-hari. Penampilan sangat berpengaruh dan mendukung kehidupan sehari-hari seseorang. Dan menurut Afradilam H dan Indriana (2014) menerangkan bahwa wanita dewasa awal mesti tampil cantik dalam menunjang semakin kompleknya berbagai tugas perkembangan dan juga dilakukan untuk mewujudkan eksistensi sosial yang ada.

Dewasa awal dalam masa pencarian jati dirinya mulai perlahan-lahan menilai mengenai dirinya sendiri, membandingkan dirinya dengan orang lain dan perlahan-lahan juga dapat menimbulkan rasa *insecure* disaat melihat individu lain yang sebaya dengan dirinya memiliki banyak kelebihan dibandingkan dirinya. Hal ini tentunya mempengaruhi dalam proses dewasa awal memupuk rasa kepercayaan diri mereka dalam menerima kelebihan ataupun kekurangan dalam dirinya.

## **6.2 Hubungan Tingkat Pendidikan dengan *Self-Esteem***

Pendidikan memiliki peran penting dalam membentuk kepribadian dan pola pikir seseorang. Secara umum tingkat pendidikan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri individu, dimana individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi karena merasa lebih mampu dan kompeten dalam berbagai aspek di kehidupan. Semakin tinggi tingkat pendidikan semakin banyak pengetahuan, wawasan dan keterampilan yang dimiliki, sehingga akan membuat individu lebih siap dalam menjalani kehidupannya. Pendidikan dapat memberi risiko bagi individu dalam mendapatkan pekerjaan yang lebih baik, pendapatan yang lebih tinggi, serta pengakuan sosial yang lebih besar. Keberhasilan ini dapat menjadikan harga diri dan dapat mendorongnya kepercayaan diri terhadap kemampuan yang dimiliki.

Berdasarkan hasil penelitian tingkat pendidikan yang dikategorikan menjadi 3 yaitu SMA, Sarjana (S1), dan Pascasarjana (S2) menunjukkan bahwa responden dengan latar belakang pendidikan SMA berisiko 10,71 kali lebih besar memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan kelompok pendidikan S2 dengan nilai signifikansinya 0,000. Sebaliknya, responden lulusan S1 cenderung memiliki kemungkinan lebih rendah untuk memiliki *self-esteem* rendah 0,54 kali dibandingkan dengan

pendidikan Pascasarjana, namun secara statistik tidak signifikan  $p=0,207$ . Hasil penelitian individu dengan pendidikan terakhir SMA menyatakan 85,71% memiliki tingkat *self-esteem* rendah dan hanya 14,29% yang memiliki nilai *self-esteem* tinggi. Sedangkan pendidikan sarjana dan pasca sarjana cenderung lebih banyak yang memiliki *self-esteem* tinggi dibandingkan dengan *self-esteem* rendah, dimana pada tingkat sarjana 64,10% individu memiliki *self-esteem* tinggi sedangkan untuk pascasarjana 76,60% individu dengan tingkat *self-esteem* tinggi. Secara umum, temuan ini mengindikasikan adanya tren bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin besar kemungkinan individu memiliki *self-esteem* yang tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2023) yang menyatakan semakin tinggi tingkat *self-esteem* semakin baik prestastasi belajarnya.

Banyak penelitian yang menyakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin tinggi juga tingkat *self-esteem*nya, hal ini disebabkan karena pengetahuan dan keterampilan, pengakuan sosial, dan kesempatan kerja. Dimana pendidikan dapat memberikan seseorang pengetahuan dan keterampilan yang dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam menjalani kehidupan sosial. Begitu juga dengan pengakuan dilingkungan sekitarnya, dimana pendidikan yang lebih tinggi seringkali dikaitkan dengan status sosial yang lebih tinggi yang memberikan validasi dan penghargaan dari lingkungan sosial. Dan dengan pendidikan membuka peluang kerja yang lebih baik yang bisa meningkatkan kepuasan diri dan harga diri, ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Orth et all. 2012) dalam studi logitudinalnya yang menunjukkan bahwa *self-esteem* meningkat seiring bertambah usia, dan tingkat pendidikan.

### **6.3 Hubungan pendapatan dengan *Self-Esteem***

Pendapatan menjadi salah satu indikator dalam status sosial ekonomi yang dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan individu, termasuk *self-esteem*. Banyak penelitian yang menunjukkan bahwa tingkat pendapatan seseorang memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat *self-esteem* yang dimilikinya. Pendapatan yang tinggi memungkinkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti

makanan, tempat tinggal dan kesehatan, selain itu kebutuhan psikologis seperti rasa aman dan penerimaan sosial. Ketika kedua kebutuhan ini terpenuhi, individu merasa lebih berharga dan percaya diri, sehingga membuat nilai *self-esteem* meningkat.

Selain itu dalam masyarakat pendapatan sering dikaitkan dengan status dan pencapaian, seseorang dengan penghasilan tinggi cenderung mendapatkan pengakuan sosial yang lebih besar, baik itu di tempat kerja maupun lingkungan sosial. Kenaikan pendapatan menjadikan peningkatan *self-esteem* karena peningkatan sumber daya meningkatkan control diri dan rasa kompetensi. Hasil penelitian menunjukkan responden dengan pendapatan rendah menunjukkan risiko 10,61 kali lebih besar memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan yang berpendapatan tinggi dengan nilai signifikansinya 0,000. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bleidom et al., 2023) yang menunjukkan adanya hubungan antara pendapatan dan harga diri. Hubungan ini berlaku ketika analisis mengendalikan status pekerjaan, jenis kelamin, usia, dan latar belakang pendidikan.

Pendapatan merupakan salah satu indikator status sosial ekonomi yang mempengaruhi banyak aspek psikologis individu, termasuk *self-esteem*, dimana banyak studi yang menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang, cenderung semakin tinggi juga tingkat *self-esteem*nya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Orth et al. 2012) yang menunjukkan bahwa tingkat pendapatan mempengaruhi *self-esteem* melalui rasa control dan pencapaian pribadi. Dimana individu dengan pendapatan lebih tinggi cenderung mengalami peningkatan *self-esteem* karena merasa lebih kompeten, dihargai, dan mampu memenuhi kebutuhan hidup. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Twenge, et al, 2002) menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif moderat antara status sosial ekonomi (termasuk pendapatan) dengan *self-esteem*. Hal ini terjadi karena pendapatan yang lebih tinggi dapat memberikan akses pada sumber daya yang dapat meningkatkan rasa percaya diri seperti pendidikan, perumahan layak, dan kesehatan.

#### **6.4 Hubungan *Beauty Privilege* dengan *Self-Esteem***

Penampilan fisik mendapat perhatian yang sangat besar, khususnya melalui media sosial. Standar kecantikan yang terus disebarluaskan lewat platform seperti Instagram, TikTok dan YouTube menciptakan terjadinya kejadian sosial yang dikenal dengan *beauty privilege*. Kejadian ini merujuk pada keuntungan sosial dan psikologis yang diperoleh individu yang dianggap menarik secara fisik oleh masyarakat. Individu yang tergolong menarik menurut konstruksi sosial cenderung mendapatkan perlakuan yang lebih baik, seperti lebih dipercaya dalam pekerjaan dan relasi sosial, mendapatkan lebih banyak pujian atau validasi, memiliki peluang lebih besar di bidang pemasaran hingga pendidikan. Hal ini erat kaitannya dengan kecenderungan orang menganggap bahwa individu yang cantik juga memiliki sifat yang baik lainnya seperti cerdas, rajin dan dapat dipercaya.

Hasil penelitian menunjukkan persepsi terhadap *beauty privilege*, terdapat distribusi yang relatif seimbang, dengan 62 responden (51,24%) memiliki tingkat preokupasi tinggi terhadap *beauty privilege*, dan 59 responden (48,76%) memiliki preokupasi yang rendah. Responden dengan preokupasi rendah terhadap *beauty privilege* memiliki risiko 12,83 kali lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan responden yang menunjukkan preokupasi tinggi terhadap aspek tersebut dengan nilai signifikansinya 0,001. Ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap keistimewaan sosial yang terkait dengan penampilan fisik berkontribusi signifikan terhadap pembentukan harga diri. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad & Yuliantari, 2025) yang menunjukkan hubungan signifikan antara *beauty privilege* dengan *self-esteem* pada remaja perempuan.

#### **6.7 Hubungan *Internet Addiction* dengan *Self-Esteem***

Hasil analisa data didapatkan bahwa nilai OR=21,57 dengan nilai signifikansi 0,001 yang artinya bahwa hipotesis penelitian ini diterima dimana, adanya hubungan antara penggunaan internet terhadap kepercayaan diri seseorang. Berdasarkan hasil tersebut, penggunaan internet dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang terutama pengguna wanita terhadap penampilannya. Menghabiskan waktu di media sosial dengan memajang foto selfie membuat seseorang akan

menurun rasa kepercayaan dirinya terhadap bentuk tubuhnya. Penggunaan internet dapat mempengaruhi kepercayaan diri dan juga menimbulkan banyak permasalahan.

Hasil analisa data menunjukkan ada hubungan erat antara *internet addiction* dengan *self-esteem*. Responden dengan penggunaan internet bermasalah memiliki risiko 11,17 kali lebih besar untuk mengalami *self-esteem* rendah dibandingkan dengan mereka yang menggunakan internet secara normal dengan nilai signifikansinya 0,001 Artinya, kecanduan internet dapat menjadi faktor risiko penting terhadap rendahnya harga diri individu. Temuan ini menegaskan bahwa ketergantungan terhadap internet dapat menjadi faktor risiko terhadap gangguan psikososial, termasuk penurunan harga diri. Hal ini tentunya sangat terlihat jelas bagaimana dampak penggunaan internet dalam proses mereka menemukan dan meningkatkan kepercayaan diri yang dimilikinya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Astaningtias et al., 2023) bahwa, ada hubungan antara intensitas pengguna media sosial dengan kepercayaan diri. Penggunaan media social dapat mempengaruhi kepercayaan diri pada remaja dan juga menimbulkan banyak permasalahan, selain itu, kebanyakan dari remaja beranggapan bahwa semakin aktif dirinya di media social, maka mereka akan semakin dianggap keren dan gaul. Sedangkan remaja yang tidak memiliki media social akan dianggap kurang gaul atau ketinggalan jaman, sehingga hal ini menyebabkan pada tingkat kepercayaan diri seseorang (Suryani, 2014)

Berdasarkan penjabaran diatas maka didapatkan bahwa faktor yang paling dominan dalam meningkat dan menurunnya *self-esteem* adalah penggunaan internet, pada usia dewasa muda, karena pada usia ini seseorang sedang mencari jadi diri dan ingin tampil sempurna, dengan menjadikan internet seperti social media sebagai patokan serta standar hidup seseorang.

Begitu juga dengan tingkat pendidikan dan pendapatan seseorang semakin rendah tingkat pendidikan dan pendapatannya semakin rendah kepercayaan dirinya. Hal ini bisa disebabkan oleh pengalaman, lingkungan serta konsep diri dan pandangan diri. Sehingga mempengaruhi cara seseorang dalam memahami dirinya

sendiri, pengalaman masa lalu, lingkungan social dan budaya, serta pandangan diri dan orang lain kepada dirinya dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri (Bantara, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Satria dan Junaedi, 2022 menyebutkan bahwa pada wanita, penampilan menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam menjadikan seseorang menjadi cantik. Dimana seorang wanita perlu memiliki kepercayaan yang tinggi dengan cara mempunyai kecantikan yang alami, individu dapat diterima dengan baik dilingkungan sosialnya dan juga menjadi pribadi yang lebih cantik dan sukses. Hal ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan pada mahasiswa usia dewasa wal dimana didapatkan hasil yang signifikan mahasiswi memiliki kepercayaan diri yang tinggi ketika menggunakan make up (Syahida, 2021).

## BAB VII

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 7.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa umur, pendidikan, pendapatan, *beauty privilege*, dan kecanduan internet (*internet addiction*) secara signifikan berhubungan dengan tingkat *self-esteem*.

1. *Internet addiction* memiliki risiko 21,57 kali lebih besar untuk memiliki harga diri rendah dibandingkan dengan mereka yang menggunakan internet secara normal.
2. Usia 17-20 tahun memiliki risiko 17,24 kali untuk memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan responden usia >35 tahun.
3. Preokupasi rendah terhadap *beauty privilege* memiliki risiko 12,83 kali lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah dibandingkan dengan responden yang menunjukkan preokupasi tinggi.
4. Latar belakang pendidikan SMA menunjukkan risiko yang lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah, yaitu 11,84 kali dibandingkan dengan responden berpendidikan pascasarjana (S2).
5. Tingkat pendapatan rendah menunjukkan risiko yang lebih besar untuk memiliki *self-esteem* rendah, yaitu 6,40 kali dibandingkan dengan responden berpenghasilan tinggi.

#### 7.2 Saran untuk Klinik

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan layanan klinik kecantikan, pasien dan penelitain selanjutnya:

1. Bagi Klinik kecantikan yang sukses adalah klinik yang memahami kebutuhan konsumen secara mendalam, memberikan layanan yang sesuai, dan membangun kepercayaan melalui kualitas dan transparansi. Jangan hanya mengejar tren, tapi fokus pada solusi yang benar-benar dibutuhkan.

2. Bagi Pasien. Pasien disarankan merawat diri untuk meningkatkan rasa percaya diri, bukan sekadar mengikuti standar kecantikan. Gunakan media sosial dengan bijak agar tidak membandingkan diri secara berlebihan. Mulailah membangun *self-esteem* sejak usia muda, dan pahami bahwa setiap orang punya kecantikan yang unik. Perawatan tidak harus mahaln yang penting rutin dan sesuai kebutuhan.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel penelitian, seperti menambahkan faktor kepribadian, lingkungan sosial, atau penggunaan media sosial secara spesifik untuk memahami pengaruhnya terhadap *self-esteem*. Selain itu, pendekatan kualitatif atau metode campuran dapat digunakan untuk menggali lebih dalam pengalaman individu terkait *beauty privilege* dan perawatan diri. Penelitian dengan cakupan wilayah yang lebih luas dan jumlah responden yang lebih besar juga dianjurkan agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afradhila, H., dan Indriana, Y. (2014). **Hubungan Antara Fanatisme terhadap Produk Perawatan Wajah dengan Citra Diri Fisik Pada Wanita Dewasa Awal.** *Jurnal EMPATI*, 3(4), 224-234
- Ahmad, H. & Yuliantari, N.N.A., **Hubungan Antara Beauty Privilege Dengan Selfesteem Remaja Perempuan di SMA Negeri 6 Mataram,** *Realita: Jurnal Bimbingan dan Konseling (JRbk)*, 2025;10(01):2713-1737.
- Ahmad, R., Hassan, S., Ghazali, N.N. & Al-Mashadani, A.R.F.S., **The Insta-Comparison Game: The Relationship between Social Media Use, Social Comparison, and Depression,** *Procedia Computer Science*, 2024;234:1053-1060.
- Alfanny, S., Deetje, S. & Gloridei, K., **Perspektif Terhadap Beauty Privilege pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan dan Psikologi Universitas Negeri Manado,** *PSIKOPEDIA*, 2024;5:133-144.
- Amrizon, N.A., Ildil, I., Nirwana, H., Zola, N., Fadli, R.P. & Putri, Y.E.J.J.K.D.P., **Studi Pendahuluan; Kecenderungan body dysmorphic disorder (BDD) pada mahasiswa bimbingan dan konseling,** 2022;10(1):87-99.
- Azwar, S., **Penyusunan skala psikologi edisi 2:** Pustaka pelajar; 2022.
- Bouih, A., Nadif, B., Benhima, M. & Benfilali, I., **The Rosenberg Self-esteem Scale: A Confirmatory Factor Analysis Study,** *European Journal of Psychology and Educational Research*, 2022;5:143-160.
- Bülow, A., Neubauer, A.B., Soenens, B., Boele, S., Denissen, J.J.A. & Keijsers, L., **Universal ingredients to parenting teens: parental warmth and autonomy support promote adolescent well-being in most families,** *Sci Rep*, 2022;12(1):16836.
- Cai, Z., Mao, P., Wang, Z., Wang, D., He, J. & Fan, X., **Associations Between Problematic Internet Use and Mental Health Outcomes of Students: A Meta-analytic Review,** *Adolesc Res Rev*, 2023;8:45-62.
- Cai, Z., Mao, P., Wang, Z., Wang, D., He, J. & Fan, X., **Associations Between Problematic Internet Use and Mental Health Outcomes of Students: A Meta-analytic Review,** *Adolesc Res Rev*, 2023;8(1):45-62.
- Chen, I.H., Chen, H.P., Gamble, J.H., Liao, X.L., Chen, X.M., Yang, Y.C., *et al.*, **Evaluating a cross-lagged panel model between problematic internet use**

**and psychological distress and cross-level mediation of school administrator support on problematic internet use: The serial mediating role of psychological needs thwarting of online teaching and psychological distress, *Front Public Health*, 2022;10:987366.**

Choukas-Bradley, S., Roberts, S.R., Maheux, A.J. & Nesi, J., **The Perfect Storm: A Developmental–Sociocultural Framework for the Role of Social Media in Adolescent Girls’ Body Image Concerns and Mental Health, *Clin Child Fam Psychol Rev*, 2022;25(4):681-701.**

Cynthia, H. & Simanungkalit, F., **Hubungan Citra Tubuh, Gangguan Makan dan Tingkat Stres dengan Status Gizi Mahasiswa Program Studi Gizi UPN Veteran Jakarta: The Relationship Between Body Image, Eating Disorders and Stress Levels With Nutritional Status of Nutrition Students UPN Veteran Jakarta, *JURNAL GIZI DAN KESEHATAN*, 2022;15(1):33 - 44.**

De Ruiter, N.M.P., **Practices in State Self-Esteem Research: An Analysis of Enacted Ontologies, *Identity*, 2023;23(1):67-90.**

Dh, A.G., editor **Dampak Standar Kecantikan Bagi Perempuan di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS); 2023.**

Doğrusever, C. & Bilgin, M., **From family social support to problematic internet use: a serial mediation model of hostility and depression, *BMC Psychol*, 2025;13(1):178.**

Effendy, R., Damayanti, M.A., Widayati, S. & Setyaningsih, L.A., **Mendambakan Kecantikan Ideal Sebagai Penindasan: Analisis Resepsi Iklan ImPerfect Beauty Elshe Skin, *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2024;6(1):169-181.**

Elosua, P., Abad, F. & Hernández, A., **Support of the Dimensionality and Internal Consistency of the Generalized Problematic Internet Use Scale-2: Systematic Review and Meta-Analysis, *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 2024;28.**

Enwere, C. & Iloakasia, A., **The role of self-esteem in predicting psychological well-being among senior secondary school adolescents in Anambra state: A gender perspective, *Applied Psychology Research*, 2024;3:1555.**

Ferris, D.L., **127Contingent Self-Esteem: A Review and Applications to Organizational Research. 2014 [cited 6/17/2025]. In: The Oxford Handbook of Work Engagement, Motivation, and Self-Determination Theory [Internet]. Oxford University Press, [cited 6/17/2025]; [0]. Available from: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199794911.013.011>.**

- Firdaus, F., **Eksistensi Alquran Di Era Disrupsi**, *JIQTA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 2022;1(2):85-97.
- Forbes, N., Yang, L.C. & Lim, S., **Intersectional discrimination and its impact on Asian American women's mental health: A mixed-methods scoping review**, *Front Public Health*, 2023;11:993396.
- Frieiro, P., González-Rodríguez, R. & Domínguez-Alonso, J., **Self-esteem and socialisation in social networks as determinants in adolescents' eating disorders**, *Health Soc Care Community*, 2022;30(6):e4416-e4424.
- Funk, L., Krawczyk, M., Cherba, M., Cohen, S.R., Dujela, C., Nichols, C. & Stajduhar, K., **'The beauty and the less beautiful': exploring the meanings of dying at 'home' among community and practitioner representatives and advocates across Canada**, *Palliat Care Soc Pract*, 2023;17:26323524231156944.
- Garbett, K.M., Haywood, S., Craddock, N., Gentili, C., Nasution, K., Saraswati, L.A., *et al.*, **Evaluating the Efficacy of a Social Media-Based Intervention (Warna-Warni Waktu) to Improve Body Image Among Young Indonesian Women: Parallel Randomized Controlled Trial**, *J Med Internet Res*, 2023;25:e42499.
- Gong, F., Gong, Z., Liu, H., Yi, P., Jia, Y., Zhuang, J., *et al.*, **The Impact of Problematic Internet Use on Adolescent Loneliness-Chain Mediation Effects of Social Support and Family Communication**, *Psychol Res Behav Manag*, 2024;17:1903-1916.
- Haehner, P., Driver, C., Hopwood, C., Luhmann, M., Fliedner, K. & Bleidorn, W., **The Dynamics of Self-Esteem and Depressive Symptoms Across Days, Months, and Years**2024.
- He, X., Chen, S., Yu, Q., Yang, P. & Yang, B., **Correlations between problematic internet use and suicidal behavior among Chinese adolescents: a systematic review and meta-analysis**, *Front Psychiatry*, 2024;15:1484809.
- Heriyani, E., Lestari, M., Gahana, N., Azizah, M., Handayani, V. & Aisy, N., **Fenomena Beauty Privilege di Kalangan Gen Z**, *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 2025;8:70-80.
- Heu, L.C., **The Loneliness of the Odd One Out: How Deviations From Social Norms Can Help Explain Loneliness Across Cultures**, *Perspect Psychol Sci*, 2025;20(2):199-218.
- Ihsan, W.J.E.-a.J.P.K.D.T.H., **Beauty Privilege Wanita menurut Pandangan Al-Qur'an (Studi Tafsir Tematik)**, 2024;11(2):182-205.

- Jahandideh, H., Dehghani Firouzabadi, F., Dehghani Firouzabadi, M., Ashouri, A., Haghghi, A. & Roomiani, M., **Persian Validation and Cultural Adaptation of the Body Dysmorphic Disorder Questionnaire-Aesthetic Surgery for Iranian Rhinoplasty Patients**, *World J Plast Surg*, 2021;10(2):55-60.
- Jia, J., Tong, W., Wang, X. & Fang, X., **The comorbidity mechanism of problematic internet use and depression among Chinese college students: A cross-lagged panel network analysis**, *Addict Behav*, 2024;156:108057.
- Jiajun, Z., Xie, L., Luo, Y., Chang, P., Cao, Z. & Li, L., **The relationship between perceived social support and the number of injuries among left-behind children in the Chaoshan region, China: The chain-mediating role of self-esteem and psychological resilience**2023.
- Josua, D.P.J.J.P., **Citizen Science Review: Bagaimana Kecantikan Dipandang Secara Psikososial?**, 2023;16(2):292-314.
- Juliana, F.R.J.E., **“Lapar Mata”: Mahasiswi, Kecantikan, dan Perilaku Konsumtif**, 2022;5(1):1-22.
- Kolawole, K.A. & Togonu-Bickersteth, F., **Beauty is in the Eye of the Beholder: Self-Perception of Physical Attractiveness Among Secondary School Adolescents**, *European Review Of Applied Sociology*, 2022;15(24):30-41.
- Lekakis, G., Picavet, V.A., Gabriëls, L., Grietens, J. & Hellings, P.W., **Body Dysmorphic Disorder in aesthetic rhinoplasty: Validating a new screening tool**, *Laryngoscope*, 2016;126(8):1739-45.
- Lichan, L., Zhou, D., Yuan, C., Shao, A. & Bian, Y., **Gender differences in the relationship between internet addiction and depression: A cross-lagged study in Chinese adolescents**, *Computers in Human Behavior*, 2016;63:463-470.
- Lukman, F.A., Muis, I. & Hamid, A.N., **The Effect of Social Media Use Intensity on Body Image Dissatisfaction in Early Adult Women**, *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2023;8(3):314-324.
- Mady, S., Biswas, D., Dadzie, C.A., Hill, R.P. & Paul, R., **“A Whiter Shade of Pale”: Whiteness, Female Beauty Standards, and Ethical Engagement Across Three Cultures**, *Journal of International Marketing*, 2022;31(1):69-89.
- Mahmud, A., **Krisis identitas di kalangan generasi Z dalam perspektif patologi sosial pada era media sosial**, *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam*, 2024;26(2).

- Mallaram, G.K., Sharma, P., Kattula, D., Singh, S. & Pavuluru, P., **Body image perception, eating disorder behavior, self-esteem and quality of life: a cross-sectional study among female medical students**, *Journal of Eating Disorders*, 2023;11(1):225.
- Mccomb, S.E. & Mills, J.S., **Young women's body image following upwards comparison to Instagram models: The role of physical appearance perfectionism and cognitive emotion regulation**, *Body Image*, 2021;38:49-62.
- Meida, G.Z. & Ariana, A.D., **Hubungan antara self-esteem dengan strategi coping remaja yang mengalami kekerasan emosional masa kanak**, *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental*, 2021;1:1132-40.
- Merino, M., Tornero-Aguilera, J.F., Rubio-Zarapuz, A., Villanueva-Tobaldo, C.V., Martín-Rodríguez, A. & Clemente-Suárez, V.J., **Body Perceptions and Psychological Well-Being: A Review of the Impact of Social Media and Physical Measurements on Self-Esteem and Mental Health with a Focus on Body Image Satisfaction and Its Relationship with Cultural and Gender Factors**, *Healthcare (Basel)*, 2024;12(14).
- Mironica, A., Popescu, C., George, D., Tegzeşiu, A. & Gherman, C., **Social Media Influence on Body Image and Cosmetic Surgery Considerations: A Systematic Review**, *Cureus*, 2024;16.
- Moon, S.J., Hwang, J.S., Kim, J.Y., Shin, A.L., Bae, S.M. & Kim, J.W., **Psychometric Properties of the Internet Addiction Test: A Systematic Review and Meta-Analysis**, *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 2018;21(8):473-484.
- Morales-Sánchez, L., Luque-Ribelles, V., Gil-Olarte, P., Ruiz-González, P. & Guil, R., **Enhancing Self-Esteem and Body Image of Breast Cancer Women through Interventions: A Systematic Review**, *Int J Environ Res Public Health*, 2021;18(4).
- Muhiddin, M., Wibowo, D. & Sari, G.D.J.D., **Hubungan Maloklusi Gigi Terhadap Status Psikososial Remaja (Literature Review)**, 2022;6(3).
- Mukarramah, R., Rachbini, A. & Atmaja, J.N.W., editors. **Analisis Isi Konten YouTube Gita Savitri yang berjudul "Beauty Privilege: Jadi Orang Cakep Lebih Enak| Beropini eps. 69"2024** 2024.
- Muris, P. & Otgaar, H., **Self-Esteem and Self-Compassion: A Narrative Review and Meta-Analysis on Their Links to Psychological Problems and Well-Being**, *Psychol Res Behav Manag*, 2023;16:2961-2975.

- Najiba, N., Nur, H. & Sirajuddin, W., **Tantangan Pengembangan Identitas Diri Remaja di Media Sosial: Telaah Literatur**, *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 2025;2(02):24-32.
- Nguyen, D.T., Wright, E.P., Dedding, C., Pham, T.T. & Bunders, J., **Low Self-Esteem and Its Association With Anxiety, Depression, and Suicidal Ideation in Vietnamese Secondary School Students: A Cross-Sectional Study**, *Frontiers in Psychiatry*, 2019;Volume 10 - 2019.
- Ning, L.N., **The Effect of Self-Esteem on Social Anxiety of College Students: The Mediating Effect of Fear of Positive Evaluation**, *Advances in Psychology*, 2024;14:158-164.
- Oktaviani, J.J.D.G.J.I.H.I., **Fenomena 'colorism' sebagai Bentuk Stratifikasi Sosial Di Kawasan Asia Tenggara**, 2022;7(01):53-83.
- Orth, U. & Robins, R.W., **Is high self-esteem beneficial? Revisiting a classic question**, *Am Psychol*, 2022;77(1):5-17.
- Orth, U., Trzesniewski, K. H., & Robins, R. W. (2012). **Self-esteem development from young adulthood to old age: A cohort-sequential longitudinal study**. *Journal of Personality and Social Psychology*, 102(6), 1271–1289. <https://doi.org/10.1037/a0025558>
- Pellizzer, M.L. & Wade, T.D., **Developing a definition of body neutrality and strategies for an intervention**, *Body Image*, 2023;46:434-442.
- Pratami, V.T., Nuryani, R. & Lindasari, S.W., **Tingkat Kepercayaan Diri Pada Wanita Dewasa Awal Dengan Adanya Tren Beauty Privilege**, *Jurnal Keperawatan*, 2023;15(03):1101-1108.
- Pratiwi, M., Hayati, H. & Wijayanti, I.J.R.J.R.S.P.A., **SEME PEREMPUAN SUMBAWA: Studi Kasus Perempuan di Desa Plampang, Sumbawa**, 2019;1(2):153-168.
- Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K.E., Lim, M.S.C. & Tiggemann, M., **The effect of Instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour**, *Body Image*, 2020;33:1-6.
- Revranché, M., Biscond, M. & Husky, M.M., **[Investigating the relationship between social media use and body image among adolescents: A systematic review]**, *Encephale*, 2022;48(2):206-218.
- Rodgers, R.R., Beccia, A.L., Schaefer, L.M., Hazzard, V.M. & Burke, N.L., **Individuals with minoritized and intersecting identities in the prevention of body**

**image and eating disorder pathology: Grounding theoretical frameworks of resilience and risk**, *Clinical Psychology Review*, 2025;117:102554.

Rohanah, S., Adhani, A.S. & Aini, S.N., **Beauty Privilege Discrimination Analysis in the Field of Student Organizations**, Proceedings of the International Conference of Social Science and Education (ICOSSED 2021)2023. p. 190-194.

Rutina, A. & Christiana, S., **Physical Appearance Comparison and Body Dissatisfaction in Women Users of Tiktok and Instagram**, *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2023;11(4).

Santoso, M.V., Fauzia, R. and Rusli, R. (2020). **Hubungan antara kepuasan citra tubuh dengan kecenderungan body dysmorphic disorder pada wanita dewasa awal di Kota Banjarbaru**. *Jurnal Kognisia*, 2(1), 55–60.

Sarwar, B., Mahasbi, M.H.U., Zulfiqar, S., Sarwar, M.A. & Huo, C., **Silent suffering: exploring the far-reaching impact of supervisor ostracism via sociometer theory**, *Journal of Applied Research in Higher Education*, 2025;17(2):791-806.

Satria, G.D. dan Junaedi, F. (2022). **Representasi Kecantikan Perempuan dalam Iklan Garnier Sakura White dan Wardah White Secret**. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 14(1), 93–119.

Subagya, A.N., Artanty, W. & Hapsari, E.D., **Hubungan harga diri dengan kualitas hidup wanita menopause**, *Jurnal Persatuan Perawat Nasional Indonesia*, 2018;2(3):177-193.

Syahida, K. B. (2021). **Penggunaan Make Up Terhadap Kepercayaan Diri Wanita Dewasa Awal (Study Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta)**. UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.

Sitompul, A.D., Solang, D.J. & Kapahang, G.L.J.P., **Perspektif Terhadap Beauty Privilege Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Dan Psikologi Universitas Negeri Manado**, 2024;5(2):133-144.

Suhag, K. & Rauniyar, S., **Social Media Effects Regarding Eating Disorders and Body Image in Young Adolescents**, *Cureus*, 2024;16(4):e58674.

- Tasya, S., Marita, F. & Isa, N., **Body Image in Female Medical Students: A Descriptive Study**, *The Avicenna Medical Journal*, 2022;03(01):31-36.
- Tiego, J., Lochner, C., Ioannidis, K., Brand, M., Stein, D.J., Yücel, M., *et al.*, **Measurement of the problematic usage of the Internet unidimensional quasitrait continuum with item response theory**, *Psychological Assessment*, 2021;33(7):652-671.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2002). *Self-esteem and socioeconomic status: A meta-analytic review*. *Personality and Social Psychology Review*, 6(1), 59–71.  
[https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0601\\_3](https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0601_3)
- Vall-Roqué, H., Andrés, A. & Saldaña, C., **The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women**, *Prog Neuropsychopharmacol Biol Psychiatry*, 2021;110:110293.
- Wijaya, S.A. & Iman, T.R.J.H.J.I.K.D.S., **Pandangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Terkait Simbol Dalam Standar Kecantikan**, 2023;1(3):86-101.
- Wilmanda, G. & Hariyanti, N., **Shifting Indonesian Beauty Standards on TikTok@ cadburylemonade: A Critical Discourse Analysis Study**, *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2025;13(2):75-89.
- Wowiling, M., Malonda, N. & Kapantouw, N., **Hubungan antara Persepsi Tubuh dengan Kejadian Anemia pada Remaja Putri di Desa Patokaan Kabupaten Minahasa Utara**, *JURNAL BIOS LOGOS*, 2024;14(1):17-23.
- Yıldırım, M., Çağış, Z.G., Aziz, I.A., Rizzo, A., Turan, M.E., Nucera, G., *et al.*, **The mediating role of self-esteem in the relationship between social support and affective experiences among undergraduate students in Turkey**, *Acta Psychol (Amst)*, 2024;250:104540.
- Yin, X., Li, Y., Ye, Y., Wang, Y., Zha, Y., Xu, L., *et al.*, **The mediating roles of interpersonal sensitivity and rumination in the relationship between self-esteem and depression: a longitudinal study on Chinese psychiatric patients**, *BMC Psychol*, 2025;13(1):573.
- Zulfiyah, W., **Pengaruh Sexism dan Self Esteem terhadap Self Objectification pada Mahasiswi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya**: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim; 2019.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Informed Consent

#### INFORMED CONSENT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

No. Sampel :

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

Alamat :

Dengan ini saya secara sukarela dan tanpa paksaan menyatakan bersedia menjawab kuesioner *Body Dysmorphic Disorder Questionnaire* (BDDQ) dan *Rosenberg Self-esteem Scale* (RSES) yang hasilnya akan dijadikan data dalam penelitian yang berjudul “Analisis *Beauty Privilege* Terhadap *Self Esteem* Pada Klien Klinik Kecantikan Kota Sigli Tahun 2025” yang dilakukan oleh Mena Komaria, mahasiswi Magister Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan seperlunya. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Banda Aceh, 2025

( )

## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS *BEAUTY PRIVILEGE* TERHADAP *SELF ESTEEM* PADA KLIEN KLINIK  
KECANTIKAN KOTA SIGLI TAHUN 2025

Nomor :

Tanggal Penelitian :

#### A. Data Demografi (identitas Responden)

Nama (Inisial) :

Alamat/Asal :

Umur :

Pendidikan :

Pendapatan/bulan :

#### B. *Body Dysmorphic Disorder Questionnaire (BDDQ)*

No.	Pertanyaan	Jawaban / Keterangan
1	Apakah Anda khawatir tentang penampilan fisik Anda?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
1a	Jika ya: Apakah Anda sering memikirkan masalah penampilan tersebut dan berharap bisa memikirkannya lebih sedikit?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
1b	Jika ya: Sebutkan bagian tubuh yang tidak Anda sukai:	....
	<i>(Contoh: kulit (jerawat, bekas luka, keriput, pucat, kemerahan), rambut, bentuk/harga hidung, mulut, dagu, bibir, perut, pinggul, tangan, alat kelamin, payudara, dll.)</i>	
2	Apakah kekhawatiran utama Anda tentang penampilan adalah karena Anda merasa belum cukup kurus atau takut menjadi terlalu gemuk?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
3a	Apakah masalah penampilan ini sering membuat Anda sangat sedih atau terganggu?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak

<b>3b</b>	Apakah masalah ini sering mengganggu kegiatan sosial Anda (berteman, berkenan, hubungan dengan orang lain)?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
3b(i)	Jika ya: Jelaskan bagaimana hal ini mengganggu:	....
<b>3c</b>	Apakah masalah ini menyebabkan gangguan pada sekolah, pekerjaan, atau aktivitas lain?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
3c(i)	Jika ya: Sebutkan masalahnya:	....
<b>3d</b>	Apakah ada hal yang Anda hindari karena takut penampilan Anda akan terlihat buruk?	<input type="checkbox"/> Ya <input type="checkbox"/> Tidak
3d(i)	Jika ya: Sebutkan apa yang Anda hindari:	....
<b>4</b>	Rata-rata dalam satu hari, berapa lama waktu yang Anda habiskan memikirkan penampilan Anda?	Pilih salah satu: (a) Kurang dari 1 jam (b) 1–3 jam (c) Lebih dari 3 jam

**Catatan:**

- a. Jika Anda menjawab “Tidak” pada pertanyaan 1 atau 1a, Anda selesai mengisi kuesioner ini.
- b. Isilah kolom keterangan jika memilih “Ya” pada setiap sub - pertanyaan yang meminta penjelasan.

**Interpretasi Skor:**

Kode	Kategori	Kriteria Penilaian
<b>0</b>	Preokupasi Tinggi	1. Menjawab “Ya” pada <b>Pertanyaan 1</b> (khawatir tentang penampilan) <b>dan</b> 2. Menjawab “Ya” pada <b>setidaknya satu</b> dari sub-pertanyaan <b>3a, 3b, 3c,</b> atau <b>3d</b> (ada gangguan emosional, sosial, pekerjaan/sekolah, atau menghindari situasi).
<b>1</b>	Preokupasi Rendah	1. Menjawab “Tidak” pada <b>Pertanyaan 1</b> , atau 2. Menjawab “Ya” pada <b>Pertanyaan 1</b> tetapi “Tidak” pada semua sub-pertanyaan <b>3a–3d</b> (tidak ada gangguan/emosi/sosial/aktivitas).

**C. Rosenberg Self-esteem Scale (RSES)**

Petunjuk Pengisian:

Pilih satu jawaban di setiap baris yang paling menggambarkan perasaan Anda saat ini. Skor setiap item sesuai angka dalam kurung: 1 = Sangat Tidak Setuju; 2 = Tidak Setuju; 3 = Setuju; 4 = Sangat Setuju

No.	Pernyataan	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1	Secara keseluruhan, saya puas dengan diri saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Kadang-kadang saya berpikir saya sama sekali tidak berguna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya merasa memiliki beberapa kualitas baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya mampu melakukan hal-hal sama baiknya dengan kebanyakan orang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya merasa tidak banyak hal yang bisa saya banggakan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Saya terkadang benar-benar merasa tidak berguna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Saya merasa bahwa saya adalah orang yang berharga.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Saya berharap saya bisa lebih menghormati diri saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Pada akhirnya, saya cenderung berpikir bahwa saya adalah seorang kegagalan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Saya mengambil sikap positif terhadap diri saya.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Catatan:**

Pertanyaan negatif diperlukan untuk membalikkan nilai (item 2,5,6,8,9)

**Interpretasi Skor:**

- 0. Tinggi (Apabila skor akhir diperoleh  $\geq 25$ )
- 1. Rendah (Apabila skor akhir diperoleh  $<25$ )

**D. Internet Addiction Test (IAT)**

Kuesioner ini berisi 20 pernyataan tentang kebiasaan Anda menggunakan internet selama sebulan terakhir. Setelah membaca setiap pernyataan, pilih satu jawaban pada skala 0–5 yang paling sesuai dengan kondisi Anda.

Skor	Frekuensi
0	Tidak Berlaku
1	Jarang
2	Kadang-kadang
3	Sering
4	Sangat Sering
5	Selalu

1. Seberapa sering Anda tetap online lebih lama dari yang Anda niatkan?
2. Seberapa sering Anda mengabaikan tugas rumah tangga demi lebih banyak waktu online?
3. Seberapa sering Anda lebih menikmati sensasi internet daripada keintiman dengan pasangan?
4. Seberapa sering Anda menjalin hubungan baru dengan pengguna online lainnya?
5. Seberapa sering orang di sekitar Anda mengeluhkan lamanya waktu yang Anda habiskan online?
6. Seberapa sering nilai atau pekerjaan sekolah Anda terganggu karena terlalu banyak waktu online?
7. Seberapa sering Anda memeriksa email sebelum melakukan hal lain yang perlu dikerjakan?
8. Seberapa sering kinerja atau produktivitas kerja Anda menurun karena internet?
9. Seberapa sering Anda bersikap defensif atau menyembunyikan aktivitas online ketika ditanya?
10. Seberapa sering Anda menyingkirkan pikiran mengganggu mengenai hidup Anda dengan memikirkan Internet?
11. Seberapa sering Anda menantikan waktu untuk kembali online lagi?

12. Seberapa sering Anda takut hidup tanpa internet akan membosankan, hampa, dan tanpa sukacita?
13. Seberapa sering Anda marah, berteriak, atau kesal jika ada yang mengganggu saat Anda online?
14. Seberapa sering Anda kehilangan waktu tidur karena terlalu asyik online?
15. Seberapa sering Anda terbayang-bayang internet saat offline atau berfantasi ingin online?
16. Seberapa sering Anda berkata “beberapa menit lagi” saat sudah online?
17. Seberapa sering Anda berusaha mengurangi waktu online tapi gagal melakukannya?
18. Seberapa sering Anda berusaha menyembunyikan lamanya waktu Anda online?
19. Seberapa sering Anda memilih menghabiskan waktu online daripada pergi bersama orang lain?
20. Seberapa sering Anda merasa sedih, murung, atau gugup saat offline, dan membaik begitu kembali online?

**Interpretasi Skor:**

<b>Rentang Skor</b>	<b>Kategori</b>
0 – 49	Penggunaan Internet Normal / Non-Problematis
50 – 100	Kecanduan Internet / Problematis

**Catatan:**

9. Skor di bawah 50 menunjukkan pola penggunaan wajar tanpa gejala kecanduan signifikan.
10. Skor 50 ke atas mengindikasikan risiko atau tingkatan kecanduan yang memerlukan perhatian lebih lanjut.

### Lampiran 3. Sertifikat Etik Penelitian



## KOMITE ETIK PENELITIAN KESEHATAN PROGRAM STUDI MAGISTER KESEHATAN MASYARAKAT PASCASARJANA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Jln. Kampus Muhammadiyah No.93, Batoah, Lueng Bata, Kota Banda Aceh, Kode Pos : 23245  
E-Mail : sekretariatkepk@unmuha.ac.id | Tlpn : (0651) 31054 | Hp: (+62) 81360208187



### PERSETUJUAN ETIK ETHICAL APPROVAL

Nomor: 06/EA/KEPK/Unmuha/VII/2024

Protokol Penelitian yang Berjudul: \* Analisis Beauty Privilege Terhadap Self Esteem Pada Klien Klinik Kecantikan Kota Sigli tahun 2025\*

*Research Protocol Entitled: " Analysis of Beauty Privilege on Self Esteem in Beauty Clinic Clients in Kota Sigli in 2025 "*

Peneliti Utama : Mena Komaria, S.Kep  
*Principal Investigator*

Pembimbing/Peneliti Lain : Meutia Zahara, M.Sc, Ph.D  
*Supervisor/ Other-investigators*  
Dr. rer. med. Marthoenis, M.Sc, MPH

Nama Institusi : Prodi Magister Kesehatan Masyarakat Pascasarjana  
*Name of the institution* Universitas Muhammadiyah Aceh

Dinyatakan layak etik sesuai 7(tujuh) Standar WHO 2011, yaitu 1) Nilai Sosial, 2) Nilai Ilmiah, 3) Pemerataan Beban dan Manfaat, 4) Risiko, 5) Bujukan/Eksplotasi, 6) Kerahasiaan dan privacy, dan 7) Persetujuan Setelah Penjelasan, yang merujuk pada Pedoman CIOMS 2026. Hal ini seperti yang ditunjukkan oleh terpenuhinya indicator setiap standar. Pernyataan laik Etik ini berlaku selama kurun waktu tanggal 30 Juni 2025 sampai dengan tanggal 30 Juni 2026.

*Has been approved by the ethical Clearance Committee as it is ethically in accordance with the 7 (seven) WHO 2011 Standards, that includes 1) Social Value, 2) Scientific Value, 3) Equalization of burden and benefits, 4) Risks, 5) Persuasion/Exploitation, 6) Confidentiality and Privacy, and 7) Consent Prior to Explanation, that refers to CIOMS 2016 Guidelines. This is as indicated by the fulfilment of all indicators in each standard. This ethical Approval is valid for the period of June 30, 2025 until June 30, 2026.*

Banda Aceh, Juli 04, 2025  
Komite Etik Penelitian Kesehatan  
Ketua,



Fahmi Ichwansyah, S.Kp., M.P.H. PhD  
NIP. 196609051989021001

## Lampiran 4. Surat izin penelitian



PASCASARJANA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH  
PROGRAM STUDI MAGISTER KESEHATAN MASYARAKAT  
TERAKREDITASI "UNGGUL" LAM-PTKes SK No.0012/LAM-PTKes/Akr.Bd/Mag/XI/2021  
Jl. Kampus Muhammadiyah No. 93, Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh 23245  
Telp/Fax: 0651-31053 / 0651-31053  
Website: <http://mkmm.umma.ac.id> / E-mail: [mkmm@umma.ac.id](mailto:mkmm@umma.ac.id)

No : 354/UM.MKMM/VII/2025  
Lamp : -  
Hal : Permohonan Izin Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth.  
**Pemilik Klinik La Beautee Care**  
di  
Tempat

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*  
Dengan Hormat,

1. Sehubungan dengan proses penyusunan tesis yang merupakan salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh, maka kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu dapat memberikan rekomendasi izin penelitian terhadap mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

N a m a : **Mena Komaria**  
NPM : 2307210045  
Peminatan : Administrasi Kebijakan Kesehatan  
Judul Tesis : **"ANALISIS BEAUTY PRIVILEGE TERHADAP SELF ESTEEM PADA KLIEN KLINIK KECANTIKAN KOTA SIGLI TAHUN 2025"**

2. Demikianlah kami sampaikan, atas bantuan dan perhatian bapak/ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

Banda Aceh, 9 Juli 2025

Ka. Prodi MKM,

Dr. Mardar, M.Kes



No : 354.a/UM.MKMM/VII/2025  
Lamp : -  
Hal : **Permohonan Izin Rekomendasi Penelitian**

Kepada Yth.  
**Pemilik Klinik Hawa Beauty Centre**  
di  
Tempat

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*  
Dengan Hormat,

1. Sehubungan dengan proses penyusunan tesis yang merupakan salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Magister Kesehatan Masyarakat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh, maka kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu dapat memberikan rekomendasi izin penelitian terhadap mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

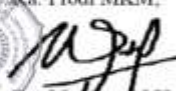
N a m a : **Mena Komaria**  
NPM : 2307210045  
Peminatan : Administrasi Kebijakan Kesehatan  
Judul Tesis : **"ANALISIS BEAUTY PRIVILEGE TERHADAP  
SELF ESTEEM PADA KLIEN KLINIK  
KECANTIKAN KOTA SIGLI TAHUN 2025"**

2. Demikianlah kami sampaikan, atas bantuan dan perhatian bapak/ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

Banda Aceh, 9 Juli 2025

Ka. Prodi MKM,

  
Dr. Mardar, W.Kes

## Lampiran 5. Surat Balasan Penelitian



### KLINIK LA BEAUTEE CARE

Jl. Prof. Ahmad Majid Ibrahim, Kota Sigli, Provinsi Aceh, Indonesia, 24112

Telep/wa 081241702207, E-mail: labeauteecare@gmail.com

#### SURAT KETERANGAN IZIN

Nomor : 002/LBC/VII/2025

Direktur *La Beatee Care Clinic Aesthetic* Sigli Aceh dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Mena Komaria  
NIM : 2307210045  
Program Studi : Magister Kesehatan Masyarakat Pascasarjana  
Universitas : Universitas Muhammadiyah Aceh

Benar yang tersebut nama di atas telah melakukan penelitian untuk pengumpulan data di *La Beatee Care Clinic Aesthetic* pada tanggal 10 s/d 19 Juli 2025 dengan judul :

**“ANALISIS BEAUTY PRIVILEGE TERHADAP SELF ESTEEM PADA KLIEN  
KLINIK KECANTIKAN KOTA SIGLI TAHUN 2025”**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya. Terima kasih.

Kota Sigli, 20 Juli 2025

**Direktur Klinik**

dr. Hj. Hira Dilla Alfi dipl. CIBTAC

No : 022/HBC.VII/2025

Lamp : -

Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada Yth,

Ka. Prodi MKM Universitas Muhammadiyah Aceh

Di :

Tempat

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Aceh no : 354.a/UM.MKM.M/VII/2025 Tentang : Permohonan Izin Rekomendasi Penelitian, tanggal 9 Juli 2025. Maka dengan ini kami menyatakan bahwa :

Nama : Mena Komariah

NPM : 237210045

Peminatan : Administrasi Kebijakan Kesehatan

Judul Tesis : Analisis Beauty Privilege Terhadap Self Esteem Pada Klien Klinik Kecantikan Kota Sigli Tahun 2025

Telah melaksanakan penelitian di Hawa Beauty Centre dari tanggal 10 Juli 2025 s/d 19 Juli 2025

Demikian kami sampaikan surat ini untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sigli, 20 Juli 2025  
Pimpinan  
Hawa Beauty Centre  
  
**Dessy Diana Tambayong, S.Tr.Keb**

Lampiran 6. Mater Tabel

2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
0	1	1	1	1	1	1	1	16	Normal	0
3	3	3	3	3	3	3	3	60	Bermasalah	1
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	80	Bermasalah	1
2	2	3	2	2	4	2	4	50	Bermasalah	1
3	3	3	3	3	3	3	3	55	Bermasalah	1
4	4	3	4	4	4	4	4	70	Bermasalah	1
1	1	2	1	1	2	1	1	26	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	80	Bermasalah	1
2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
0	1	1	1	1	1	1	1	16	Normal	0
3	3	3	3	3	3	3	3	60	Bermasalah	1
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	80	Bermasalah	1
2	2	4	2	2	2	2	2	50	Bermasalah	1
0	0	0	0	0	0	0	0	0	Normal	0
3	3	3	3	3	3	3	3	60	Bermasalah	1
1	1	2	1	1	2	1	1	26	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	80	Bermasalah	1
2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
3	3	3	3	3	3	3	3	60	Bermasalah	1
1	4	1	3	4	4	1	1	51	Bermasalah	1
2	2	4	2	2	2	2	2	50	Bermasalah	1

2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
4	4	3	4	4	4	4	3	77	Bermasalah	1
1	2	1	2	2	2	2	2	37	Normal	0
2	3	2	2	2	2	2	2	50	Bermasalah	1
2	4	2	3	2	3	2	2	52	Bermasalah	1
1	1	2	1	1	1	1	1	25	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	78	Bermasalah	1
1	1	1	1	1	1	1	1	21	Normal	0
0	0	1	0	1	0	0	0	7	Normal	0
3	2	3	1	1	0	0	3	48	Normal	0
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
3	4	4	4	3	4	4	4	74	Bermasalah	1
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	78	Bermasalah	1
2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	78	Bermasalah	1
3	2	3	3	3	3	3	3	58	Bermasalah	1
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
1	0	0	0	0	0	0	0	31	Normal	0
2	2	3	2	2	4	2	4	50	Bermasalah	1
0	1	1	1	1	1	1	1	16	Normal	0
1	1	1	1	1	1	1	1	38	Normal	0
1	1	2	1	1	2	1	1	26	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	80	Bermasalah	1
2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
2	2	3	2	2	4	2	4	50	Bermasalah	1
3	3	3	3	3	3	3	3	55	Bermasalah	1
4	4	3	4	4	4	4	4	70	Bermasalah	1
1	0	0	0	0	0	0	0	35	Normal	0
2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
0	1	1	1	1	1	1	1	16	Normal	0
1	1	1	0	0	0	0	0	25	Normal	0
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	80	Bermasalah	1
2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
0	0	1	1	1	0	0	0	7	Normal	0
0	0	0	0	0	0	0	0	18	Normal	0
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
2	2	4	4	2	2	2	2	54	Bermasalah	1
2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
0	1	1	1	1	1	1	1	16	Normal	0
3	3	3	3	3	3	3	3	60	Bermasalah	1
1	1	2	1	1	2	1	1	26	Normal	0
4	4	4	4	4	4	4	4	80	Bermasalah	1
2	2	2	2	2	2	2	2	40	Normal	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	Normal	0
3	3	3	3	3	3	3	3	60	Bermasalah	1
1	4	1	3	4	4	1	1	51	Bermasalah	1
4	4	4	4	4	4	4	4	80	Bermasalah	1

**Addiction Test (IAT)**

P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Total Skor	Klasifikasi	Coding
0	1	1	1	2	0	1	1	24	Normal	0
1	2	1	2	1	0	1	2	29	Normal	0
3	3	4	4	3	1	1	1	56	Bermasalah	1
1	1	1	1	1	0	1	0	17	Normal	0
2	1	1	2	2	1	2	2	37	Normal	0
0	1	1	0	0	0	1	0	9	Normal	0
2	1	1	2	2	2	2	1	33	Normal	0
0	0	0	0	1	0	1	0	6	Normal	0
2	2	2	3	2	3	2	2	50	Bermasalah	1
2	2	2	2	2	2	2	2	50	Bermasalah	1
3	4	3	4	3	4	3	3	72	Bermasalah	1
0	0	0	1	0	0	0	0	8	Normal	0
2	2	2	2	2	3	2	3	50	Bermasalah	1
1	1	2	2	2	2	1	2	34	Normal	0
2	2	2	2	2	2	2	2	50	Bermasalah	1
0	0	0	0	0	0	0	0	4	Normal	0
2	1	2	2	2	1	2	1	32	Normal	0
0	1	1	1	0	0	0	1	12	Normal	0
2	2	1	2	1	1	2	1	34	Normal	0
2	3	2	0	0	3	0	3	48	Normal	0
2	1	2	2	2	2	2	1	37	Normal	0
1	1	1	1	1	0	1	1	18	Normal	0
3	4	3	4	3	4	3	3	72	Bermasalah	1
0	0	0	1	0	0	0	1	5	Normal	0
2	3	2	2	2	2	2	2	50	Bermasalah	1
2	4	2	3	2	3	2	2	52	Bermasalah	1
1	1	0	1	0	0	1	0	13	Normal	0
3	3	4	4	3	4	4	3	71	Bermasalah	1
3	3	3	3	2	2	3	3	56	Bermasalah	1
0	1	1	0	0	0	0	0	5	Normal	0
3	2	3	2	3	3	0	0	49	Normal	0
1	1	1	1	1	1	1	1	20	Normal	0
3	4	4	4	3	3	4	3	72	Bermasalah	1
0	1	1	0	1	0	0	1	10	Normal	0
2	2	2	3	2	3	2	3	47	Normal	0
3	3	3	3	2	2	3	3	56	Bermasalah	1
2	1	1	2	1	1	1	1	26	Normal	0
0	0	0	0	0	0	0	0	1	Normal	0
2	3	2	2	2	2	2	2	50	Bermasalah	1
2	4	2	3	2	3	2	2	52	Bermasalah	1
2	1	2	1	1	2	2	1	32	Normal	0
3	3	3	1	3	2	0	0	49	Normal	0
1	1	1	1	1	1	1	1	19	Normal	0
3	0	4	4	3	3	0	0	49	Normal	0
2	2	1	2	2	2	2	2	37	Normal	0
1	0	0	0	0	0	0	0	3	Normal	0
3	2	3	2	0	2	0	0	44	Normal	0

Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Rendah	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
Preokupasi Tinggi	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Preokupasi Rendah	1	3	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3
Preokupasi Rendah	1	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Rendah	1	1	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
Preokupasi Tinggi	0	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Preokupasi Rendah	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Rendah	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
Preokupasi Rendah	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Preokupasi Rendah	1	2	3	3	3	2	2	2	4	2	4	3	2
Preokupasi Rendah	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Preokupasi Tinggi	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Rendah	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Rendah	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Tinggi	0	1	3	4	1	4	3	2	2	4	1	4	3
Preokupasi Rendah	1	2	3	3	3	2	2	2	4	2	4	3	2

Preokupasi Rendah	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Rendah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
Preokupasi Rendah	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Tinggi	0	2	3	3	2	4	2	4	2	3	3	2	3
Preokupasi Rendah	1	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	2
Preokupasi Rendah	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1
Preokupasi Tinggi	0	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
Preokupasi Rendah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
Preokupasi Rendah	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Rendah	1	3	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3
Preokupasi Tinggi	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
Preokupasi Rendah	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Rendah	1	3	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3
Preokupasi Rendah	1	3	3	1	1	3	2	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Rendah	1	1	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	1
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Tinggi	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
Preokupasi Tinggi	0	3	3	3	3	3	3	1	1	1	0	0	1
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Tinggi	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1
Preokupasi Rendah	1	3	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0	0
Preokupasi Rendah	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	4	4	1	1	1	4	3	2	2
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Tinggi	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
Preokupasi Tinggi	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Tinggi	0	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Tinggi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Preokupasi Tinggi	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Preokupasi Rendah	1	1	3	4	1	4	3	2	2	4	1	4	3
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Klasifikasi	Coding	Internet											
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12
Preokupasi Tinggi	0	2	1	3	1	2	1	0	2	1	1	2	1
Preokupasi Tinggi	0	3	2	4	1	2	2	1	1	1	1	1	0
Preokupasi Rendah	1	3	4	3	2	4	1	4	1	2	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	1	2	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
Preokupasi Rendah	1	3	3	2	3	2	2	1	1	2	2	2	1
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1
Preokupasi Rendah	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1
Preokupasi Rendah	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0
Preokupasi Rendah	1	4	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3
Preokupasi Rendah	1	4	4	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1
Preokupasi Rendah	1	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2
Preokupasi Rendah	1	4	4	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3
Preokupasi Tinggi	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1
Preokupasi Tinggi	0	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1
Preokupasi Rendah	1	4	3	4	4	3	3	4	3	1	2	1	3
Preokupasi Tinggi	0	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
Preokupasi Rendah	1	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
Preokupasi Tinggi	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Preokupasi Rendah	1	2	3	3	2	4	2	4	2	3	3	2	3
Preokupasi Rendah	1	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	2
Preokupasi Rendah	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3
Preokupasi Tinggi	0	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
Preokupasi Tinggi	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Preokupasi Rendah	1	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2
Preokupasi Tinggi	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
Preokupasi Rendah	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1
Preokupasi Tinggi	0	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
Preokupasi Rendah	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
Preokupasi Tinggi	0	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Preokupasi Tinggi	0	2	3	3	2	4	2	4	2	3	3	2	3
Preokupasi Rendah	1	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	2
Preokupasi Rendah	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2
Preokupasi Rendah	1	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
Preokupasi Tinggi	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Preokupasi Tinggi	0	4	4	4	4	3	4	0	1	0	4	0	4
Preokupasi Rendah	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2
Preokupasi Rendah	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Preokupasi Tinggi	0	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2

Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Lebih dari 3 jam

	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		1-3 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		1-3 jam
	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		1-3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		1-3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		1-3 jam
	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam

**VARIABEL INDEPENDEN**

*Beauty Privilege*

<b>P3c_i</b>	<b>P3d</b>	<b>P3d_i</b>	<b>P4</b>
Menurunnya performa kerja	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
	Ya	Menghindari cermin	Lebih dari 3 jam
	Tidak		1-3 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		1-3 jam
	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Tidak		1-3 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		1-3 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Tidak		1-3 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam
	Tidak		Kurang dari 1 jam
	Tidak		Lebih dari 3 jam
Menurunnya performa kerja	Ya	Menghindari cermin	Kurang dari 1 jam

Ya	tangan	Tidak	Ya	Tidak		Ya
Ya	hidung	Ya	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	dagu	Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	tangan	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	dagu	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	pinggul	Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	kulit	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	dagu	Tidak	Tidak	Tidak		Ya
Ya	rambut	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	perut	Tidak	Ya	Tidak		Tidak
Ya	perut	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	tangan	Ya	Ya	Tidak		Tidak
Ya	perut	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	payudara	Ya	Ya	Tidak		Ya
Ya	rambut	Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	dagu	Tidak	Tidak	Tidak		Ya
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	perut	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	pinggul	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	tangan	Ya	Ya	Tidak		Ya

Tidak		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	pinggul	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	kulit	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Tidak		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	dagu	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	payudara	Ya	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	hidung	Ya	Tidak	Tidak		Tidak
		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	kulit	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	tangan	Ya	Ya	Tidak		Ya
Ya	perut	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	kulit	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	payudara	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	kulit	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Tidak		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	kulit	Ya	Tidak	Tidak		Ya
Ya	dagu	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	tangan	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	payudara	Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	kulit	Tidak	Ya	Tidak		Ya
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	perut	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	tangan	Tidak	Ya	Tidak		Tidak
Ya	dagu	Ya	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	tangan	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	tangan	Ya	Tidak	Tidak		Ya
Ya	kulit	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	pinggul	Ya	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	kulit	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	pinggul	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	pinggul	Ya	Ya	Tidak		Tidak
Ya	payudara	Ya	Ya	Tidak		Tidak
		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Tidak		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	kulit	Ya	Ya	Tidak		Ya
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	hidung	Ya	Ya	Tidak		Ya
Ya	hidung	Tidak	Tidak	Tidak		Ya
Ya	pinggul	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	pinggul	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	perut	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	pinggul	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Tidak		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	pinggul	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	tangan	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	rambut	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	payudara	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya

P1a	P1b	P2	P3a	P3b	P3b_i	P3c
Ya	kulit	Tidak	Tidak	Tidak		Ya
Ya	hidung	Ya	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	dagu	Ya	Tidak	Tidak		Ya
Ya	kulit	Tidak	Ya	Tidak		Tidak
Tidak		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	pinggul	Tidak	Tidak	Tidak		Ya
		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	pinggul	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	tangan	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	dagu	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	payudara	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	perut	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	hidung	Ya	Ya	Tidak		Ya
Ya	rambut	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
Ya	rambut	Ya	Ya	Tidak		Ya
Ya	rambut	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	perut	Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	dagu	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	tangan	Ya	Ya	Tidak		Ya
Ya	pinggul	Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	tangan	Tidak	Ya	Tidak		Ya
Ya	tangan	Ya	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	dagu	Ya	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	dagu	Ya	Tidak	Tidak		Ya
Ya	kulit	Ya	Ya	Tidak		Ya
Ya	rambut	Tidak	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	pinggul	Tidak	Ya	Tidak		Tidak
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	payudara	Ya	Tidak	Tidak		Ya
Ya	perut	Ya	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	payudara	Ya	Tidak	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Tidak
Ya	kulit	Ya	Ya	Tidak		Ya
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	payudara	Tidak	Ya	Tidak		Ya
Ya	rambut	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya
		Ya	Tidak	Tidak		Tidak
Tidak		Tidak	Tidak	Tidak		Tidak
Ya	dagu	Tidak	Ya	Ya	Menghindari pertemuan sosial	Ya

30	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
31	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.100.000,00	Rendah	1	Ya
29	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
24	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
20	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Tidak
33	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
18	17-20 Tahun	2	S1	1	Rp2.500.000,00	Rendah	1	Ya
37	>35 Tahun	0	SMA	2	Rp3.100.000,00	Rendah	1	Ya
35	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp4.800.000,00	Tinggi	0	Ya
28	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
28	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp4.100.000,00	Tinggi	0	Ya
20	17-20 Tahun	2	S2	0	Rp2.900.000,00	Rendah	1	Ya
39	>35 Tahun	0	SMA	2	Rp2.700.000,00	Rendah	1	Ya
33	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
22	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
18	17-20 Tahun	2	S1	1	Rp2.000.000,00	Rendah	1	Ya
37	>35 Tahun	0	SMA	2	Rp2.500.000,00	Rendah	1	Ya
27	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
38	>35 Tahun	0	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
32	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.900.000,00	Tinggi	0	Tidak
31	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
20	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.700.000,00	Rendah	1	Ya
38	>35 Tahun	0	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
19	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.500.000,00	Rendah	1	Ya

29	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
36	>35 Tahun	0	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
28	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
38	>35 Tahun	0	SMA	2	Rp2.700.000,00	Rendah	1	Ya
29	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
36	>35 Tahun	0	SMA	2	Rp3.600.000,00	Tinggi	0	Ya
35	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp4.200.000,00	Tinggi	0	Tidak
30	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp2.600.000,00	Rendah	1	Ya
39	>35 Tahun	0	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Tidak
26	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
32	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.400.000,00	Tinggi	0	Ya
30	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp5.000.000,00	Tinggi	0	Ya
30	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
27	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
19	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.200.000,00	Rendah	1	Ya
30	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp5.000.000,00	Tinggi	0	Ya
32	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp2.800.000,00	Rendah	1	Ya
32	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
39	>35 Tahun	0	S2	0	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
30	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp2.300.000,00	Rendah	1	Ya
28	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp3.700.000,00	Tinggi	0	Ya
40	>35 Tahun	0	S2	0	Rp3.700.000,00	Tinggi	0	Ya
19	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
35	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp4.600.000,00	Tinggi	0	Ya
32	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
37	>35 Tahun	0	S1	1	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
32	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp5.000.000,00	Tinggi	0	Ya
18	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.800.000,00	Rendah	1	Ya
28	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
39	>35 Tahun	0	S2	0	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
40	>35 Tahun	0	SMA	2	Rp3.300.000,00	Tinggi	0	Ya
30	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
31	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.900.000,00	Tinggi	0	Ya
30	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
33	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.700.000,00	Tinggi	0	Tidak
31	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.700.000,00	Tinggi	0	Ya
40	>35 Tahun	0	S2	0	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
29	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp2.900.000,00	Rendah	1	Ya
30	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
22	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
29	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp2.200.000,00	Rendah	1	Ya
25	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp2.700.000,00	Rendah	1	Ya
19	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
39	>35 Tahun	0	SMA	2	Rp2.500.000,00	Rendah	1	Ya
28	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
39	>35 Tahun	0	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
20	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.700.000,00	Rendah	1	Ya
29	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
35	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp2.100.000,00	Rendah	1	Tidak
30	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp2.500.000,00	Rendah	1	Ya

Umur			Pendidikan		Pendapatan/bulan			
Data	Klasifikasi	Coding	Data	Coding	Data	Klasifikasi	Coding	P1
33	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp4.100.000,00	Tinggi	0	Ya
29	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
19	17-20 Tahun	2	S1	1	Rp2.000.000,00	Rendah	1	Ya
38	>35 Tahun	0	S1	1	Rp4.700.000,00	Tinggi	0	Ya
32	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
40	>35 Tahun	0	S2	0	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
23	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp2.000.000,00	Rendah	1	Tidak
34	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Tidak
25	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
21	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp2.700.000,00	Rendah	1	Ya
34	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
40	>35 Tahun	0	S1	1	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya
35	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp5.000.000,00	Tinggi	0	Ya
27	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
25	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.400.000,00	Tinggi	0	Ya
25	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
27	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.400.000,00	Tinggi	0	Ya
39	>35 Tahun	0	S1	1	Rp4.600.000,00	Tinggi	0	Ya
26	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
33	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.300.000,00	Tinggi	0	Tidak
28	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
33	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp5.000.000,00	Tinggi	0	Ya
27	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Tidak
37	>35 Tahun	0	S1	1	Rp3.400.000,00	Tinggi	0	Tidak
35	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp4.300.000,00	Tinggi	0	Ya
19	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
20	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.700.000,00	Rendah	1	Tidak
19	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.800.000,00	Rendah	1	Ya
20	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.000.000,00	Rendah	1	Ya
22	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
24	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
34	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
23	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
20	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp2.500.000,00	Rendah	1	Ya
35	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.700.000,00	Tinggi	0	Ya
20	17-20 Tahun	2	SMA	2	Rp3.300.000,00	Tinggi	0	Ya
35	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp4.900.000,00	Tinggi	0	Ya
31	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.500.000,00	Tinggi	0	Ya
35	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp2.600.000,00	Rendah	1	Ya
39	>35 Tahun	0	SMA	2	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
35	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Tidak
31	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.800.000,00	Tinggi	0	Tidak
39	>35 Tahun	0	S1	1	Rp3.700.000,00	Tinggi	0	Ya
32	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp3.000.000,00	Rendah	1	Ya
33	20-35 Tahun	1	S2	0	Rp2.200.000,00	Rendah	1	Tidak
21	20-35 Tahun	1	SMA	2	Rp3.200.000,00	Tinggi	0	Ya
28	20-35 Tahun	1	S1	1	Rp4.000.000,00	Tinggi	0	Ya

98	B.F.	3	3	1	4	3	4	3	3	1	3	25	Tinggi	0
99	O.N.	1	1	1	3	4	4	2	2	1	2	22	Rendah	1
100	P.T.	3	1	4	4	1	3	3	2	3	3	32	Tinggi	0
101	A.M.	3	1	4	2	2	1	2	2	1	3	32	Tinggi	0
102	D.A.	2	4	3	4	1	2	3	2	3	1	26	Tinggi	0
103	R.Y.	1	1	3	4	3	3	2	2	3	1	24	Rendah	1
104	N.T.	1	2	3	3	1	4	2	1	4	1	23	Rendah	1
105	I.A.	4	3	1	3	1	3	2	3	3	1	23	Rendah	1
106	M.R.	3	4	4	1	3	2	4	1	1	2	28	Tinggi	0
107	L.T.	2	4	4	1	3	4	3	2	2	2	22	Rendah	1
108	S.A.	4	2	3	1	3	3	2	2	4	4	25	Tinggi	0
109	F.H.	1	4	3	3	3	1	4	3	2	1	24	Rendah	1
110	T.K.	3	3	4	3	3	4	2	4	4	1	20	Rendah	1
111	Y.S.	3	1	3	3	2	3	3	4	1	2	28	Tinggi	0
112	V.M.	4	4	2	4	4	3	3	1	1	3	28	Tinggi	0
113	E.T.	3	1	3	1	3	4	1	1	4	4	24	Rendah	1
114	W.Y.	4	3	1	2	3	4	1	2	3	1	19	Rendah	1
115	K.T.	3	1	1	2	4	3	4	3	2	4	26	Tinggi	0
116	C.T.	3	3	1	3	4	4	2	4	2	4	21	Rendah	1
117	Z.R.	2	1	4	4	2	1	4	4	2	1	30	Tinggi	0
118	G.E.	1	2	3	3	2	1	4	2	3	1	27	Tinggi	0
119	U.K.	3	2	1	1	4	3	4	2	3	4	24	Rendah	1
120	J.S.	4	2	4	1	3	3	1	2	3	2	24	Rendah	1
121	H.N.	4	4	1	2	4	2	3	1	4	3	23	Rendah	1

48	B.D.	1	2	3	3	2	3	3	4	4	4	24	Rendah	1
49	O.L.	1	3	2	4	4	2	2	4	3	4	22	Rendah	1
50	P.A.	4	4	1	4	4	3	2	2	2	1	22	Rendah	1
51	A.F.	2	3	1	2	4	3	3	3	4	3	19	Rendah	1
52	D.H.	4	4	4	1	4	2	4	4	3	1	22	Rendah	1
53	R.T.	3	2	1	1	3	3	1	4	1	1	19	Rendah	1
54	N.K.	4	1	4	1	4	2	4	1	3	3	30	Tinggi	0
55	I.E.	1	4	4	3	2	2	2	3	3	3	24	Rendah	1
56	M.Y.	3	3	2	4	3	2	4	4	2	2	26	Tinggi	0
57	L.Z.	2	2	3	4	2	3	1	3	2	2	25	Tinggi	0
58	S.N.	4	3	2	4	1	3	1	3	3	4	27	Tinggi	0
59	F.P.	1	1	1	3	3	2	4	4	3	3	24	Rendah	1
60	T.S.	3	4	4	2	1	2	4	3	1	3	30	Tinggi	0
61	Y.L.	3	1	2	4	4	1	2	4	4	4	26	Tinggi	0
62	V.N.	1	4	1	3	2	1	1	3	1	3	23	Rendah	1
63	E.H.	3	1	4	1	3	1	1	1	2	1	27	Tinggi	0
64	W.L.	2	2	4	2	2	3	3	4	4	1	22	Rendah	1
65	K.M.	3	3	2	4	1	4	4	4	1	3	28	Tinggi	0
66	C.H.	4	2	2	1	1	2	4	2	2	2	29	Tinggi	0
67	Z.M.	3	2	2	3	2	2	2	1	2	1	27	Tinggi	0
68	G.T.	2	3	3	2	4	1	3	4	2	3	24	Rendah	1
69	U.S.	3	2	2	2	1	1	1	3	2	3	27	Tinggi	0
70	J.H.	3	1	1	4	4	1	1	2	1	2	27	Tinggi	0
71	H.J.	3	3	4	4	3	2	4	2	3	1	28	Tinggi	0
72	Q.S.	3	2	2	3	3	3	2	2	4	3	24	Rendah	1
73	B.K.	3	1	4	1	3	1	2	3	2	1	26	Tinggi	0
74	O.T.	2	2	2	3	4	4	2	2	4	2	20	Rendah	1
75	P.S.	3	3	2	1	2	4	4	3	2	3	24	Rendah	1
76	A.T.	1	4	3	4	4	3	3	1	3	3	24	Rendah	1
77	D.Z.	2	2	3	2	4	2	3	2	3	4	26	Tinggi	0
78	R.A.	4	4	4	1	2	3	3	2	4	2	24	Rendah	1
79	N.R.	3	4	2	3	1	1	4	3	3	4	29	Tinggi	0
80	I.K.	1	1	4	2	4	1	4	1	4	3	28	Tinggi	0
81	M.L.	4	1	2	4	2	1	4	4	4	3	30	Tinggi	0
82	L.N.	1	3	3	2	3	4	3	1	4	2	21	Rendah	1
83	S.K.	3	1	1	4	4	3	2	3	1	4	27	Tinggi	0
84	F.M.	2	4	2	3	3	4	4	1	2	3	25	Tinggi	0
85	T.A.	4	1	4	3	3	4	2	2	3	4	29	Tinggi	0
86	Y.N.	3	4	3	4	1	4	4	4	3	1	24	Rendah	1
87	V.T.	4	1	4	1	3	3	3	4	3	3	26	Tinggi	0
88	E.A.	3	1	3	3	1	3	4	4	3	2	28	Tinggi	0
89	W.K.	1	4	2	4	2	2	4	3	2	4	27	Tinggi	0
90	K.Y.	2	1	3	2	1	2	4	3	4	4	29	Tinggi	0
91	C.A.	4	3	3	1	4	4	1	4	3	3	19	Rendah	1
92	Z.L.	2	4	1	4	4	4	2	1	1	4	24	Rendah	1
93	G.H.	4	2	4	2	3	4	3	2	4	3	26	Tinggi	0
94	U.D.	4	4	4	2	2	1	3	1	4	3	29	Tinggi	0
95	J.R.	3	2	4	2	4	4	1	3	3	2	21	Rendah	1
96	H.A.	3	3	3	2	4	3	4	2	3	1	23	Rendah	1
97	Q.M.	1	4	2	1	3	4	4	2	2	3	21	Rendah	1

No	Nama (Inisial)	VARIABEL DEPENDEN												
		Self-Esteem										Total Skor	Klasifikasi	Coding
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10			
1	A.N.	2	4	2	2	2	2	4	1	3	3	26	Tinggi	0
2	D.S.	3	1	3	2	4	3	2	3	2	4	26	Tinggi	0
3	R.M.	2	1	2	3	1	3	2	2	4	1	24	Rendah	1
4	N.H.	3	2	1	4	3	3	3	1	2	4	29	Tinggi	0
5	I.L.	3	2	2	3	1	3	1	3	3	3	25	Tinggi	0
6	M.F.	2	4	3	4	2	1	2	1	4	3	27	Tinggi	0
7	L.A.	3	3	2	1	4	4	2	1	4	1	18	Rendah	1
8	S.Y.	2	2	2	2	3	2	3	1	1	3	28	Tinggi	0
9	F.D.	2	3	2	3	1	3	4	2	1	4	30	Tinggi	0
10	T.R.	2	3	2	3	4	3	1	1	4	2	20	Rendah	1
11	Y.E.	1	3	4	3	2	4	2	3	1	1	23	Rendah	1
12	V.A.	3	4	3	3	2	2	4	4	3	2	25	Tinggi	0
13	E.K.	1	2	4	3	2	1	1	2	4	1	24	Rendah	1
14	W.S.	3	4	4	3	1	2	3	2	4	3	28	Tinggi	0
15	K.U.	3	4	1	2	4	4	1	4	2	2	16	Rendah	1
16	C.M.	4	3	1	3	2	3	2	3	1	3	26	Tinggi	0
17	Z.H.	3	1	3	4	2	3	1	3	1	4	30	Tinggi	0
18	G.N.	1	2	4	1	1	2	1	4	1	3	25	Tinggi	0
19	U.I.	1	2	3	3	1	3	1	3	4	4	24	Rendah	1
20	J.P.	4	2	4	1	2	4	1	1	3	4	27	Tinggi	0
21	H.F.	4	1	3	3	4	1	1	3	4	4	27	Tinggi	0
22	Q.T.	3	4	4	1	4	2	4	2	4	4	25	Tinggi	0
23	B.L.	2	3	1	3	3	2	2	1	3	2	23	Rendah	1
24	O.R.	4	1	2	3	1	2	4	4	4	3	29	Tinggi	0
25	P.W.	1	4	2	4	3	4	3	2	3	1	20	Rendah	1
26	A.L.	2	1	1	2	2	2	3	4	3	1	22	Rendah	1
27	D.M.	1	1	2	1	2	4	3	2	3	4	24	Rendah	1
28	R.N.	2	3	1	2	3	4	3	1	4	3	21	Rendah	1
29	N.A.	3	3	2	2	1	4	1	4	4	2	19	Rendah	1
30	I.S.	4	1	4	4	3	4	4	1	3	1	30	Tinggi	0
31	M.D.	2	1	3	2	1	4	4	3	2	2	27	Tinggi	0
32	L.R.	4	3	3	3	4	1	4	1	2	2	30	Tinggi	0
33	S.Z.	3	2	1	4	3	2	3	1	1	4	31	Tinggi	0
34	F.T.	2	4	3	2	2	3	3	4	3	4	23	Rendah	1
35	T.H.	4	2	1	3	3	3	4	2	4	4	27	Tinggi	0
36	Y.U.	1	3	2	2	3	3	4	3	3	3	22	Rendah	1
37	V.E.	2	1	1	2	2	1	2	4	3	2	23	Rendah	1
38	E.F.	4	4	1	4	1	4	4	4	1	2	26	Tinggi	0
39	W.N.	3	4	3	2	4	1	3	2	2	1	24	Rendah	1
40	K.R.	2	1	2	1	4	2	4	3	2	2	24	Rendah	1
41	C.S.	4	3	4	4	2	2	2	1	2	4	33	Tinggi	0
42	Z.A.	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	28	Tinggi	0
43	G.M.	4	4	4	3	3	2	1	1	4	4	27	Tinggi	0
44	U.Y.	4	1	1	4	2	2	2	1	2	4	32	Tinggi	0
45	J.L.	2	3	2	3	2	1	4	3	1	4	30	Tinggi	0
46	H.C.	4	2	3	4	3	4	3	4	3	1	24	Rendah	1
47	Q.N.	2	2	4	4	2	2	1	4	1	1	26	Tinggi	0

## Lampiran 7. Hasil Analisa Data Menggunakan Stata

. tab umur

Umur	Freq.	Percent	Cum.
17-20	18	14.88	14.88
20-35	79	65.29	80.17
>35	24	19.83	100.00
Total	121	100.00	

. tab pendidikan

Pendidikan	Freq.	Percent	Cum.
S2	39	32.23	32.23
S1	47	38.84	71.07
SMA	35	28.93	100.00
Total	121	100.00	

. tab pendapatan

Pendapatan	Freq.	Percent	Cum.
Tinggi	75	61.98	61.98
Rendah	46	38.02	100.00
Total	121	100.00	

. tab beautyprivilege

Beauty Privilege	Freq.	Percent	Cum.
Tinggi	62	51.24	51.24
Rendah	59	48.76	100.00
Total	121	100.00	

. tab iat

Internet Addiction	Freq.	Percent	Cum.
normal	72	59.50	59.50
Bermasalah	49	40.50	100.00
Total	121	100.00	

. tab selfesteem

Self Esteem	Freq.	Percent	Cum.
Tinggi	66	54.55	54.55
Rendah	55	45.45	100.00
Total	121	100.00	

. tab umur selfesteem, row

Key
<i>frequency</i>
<i>row percentage</i>

Umur	Self Esteem		Total
	Tinggi	Rendah	
17-20	4 22.22	14 77.78	18 100.00
20-35	49 62.03	30 37.97	79 100.00
>35	13 54.17	11 45.83	24 100.00
Total	66 54.55	55 45.45	121 100.00

. logit selfesteem ib(2).umur, or

Iteration 0: log likelihood = -83.370118  
 Iteration 1: log likelihood = -78.548606  
 Iteration 2: log likelihood = -78.538078  
 Iteration 3: log likelihood = -78.538078

Logistic regression

Number of obs = 121  
 LR chi2(2) = 9.66  
 Prob > chi2 = 0.0080  
 Pseudo R2 = 0.0580

Log likelihood = -78.538078

selfesteem	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
umur						
17-20	4.136364	2.893269	2.03	0.042	1.050092	16.29334
20-35	.7235622	.3405924	-0.69	0.492	.2876084	1.82033
_cons	.8461538	.3466466	-0.41	0.683	.3790835	1.888704

Note: \_cons estimates baseline odds.

. tab pendidikan selfesteem, row

Key
<i>frequency</i> <i>row percentage</i>

Pendidikan	Self Esteem		Total
	Tinggi	Rendah	
S2	25 64.10	14 35.90	39 100.00
S1	36 76.60	11 23.40	47 100.00
SMA	5 14.29	30 85.71	35 100.00
Total	66 54.55	55 45.45	121 100.00

. logit selfesteem ib(0).pendidikan, or

Iteration 0: log likelihood = -83.370118  
 Iteration 1: log likelihood = -65.441706  
 Iteration 2: log likelihood = -65.387797  
 Iteration 3: log likelihood = -65.387685  
 Iteration 4: log likelihood = -65.387685

Logistic regression

Number of obs = 121  
 LR chi2(2) = 35.96  
 Prob > chi2 = 0.0000  
 Pseudo R2 = 0.2157

Log likelihood = -65.387685

selfesteem	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
pendidikan						
S1	.5456349	.261743	-1.26	0.207	.2130972	1.397097
SMA	10.71429	6.291046	4.04	0.000	3.389753	33.86557
_cons	.56	.1869331	-1.74	0.082	.2911046	1.077276

Note: \_cons estimates baseline odds.

. tab pendapatan selfesteem, row

Key
<i>frequency</i>
<i>row percentage</i>

Pendapatan	Self Esteem		Total
	Tinggi	Rendah	
Tinggi	56 74.67	19 25.33	75 100.00
Rendah	10 21.74	36 78.26	46 100.00
Total	66 54.55	55 45.45	121 100.00

. logit selfesteem ib(0).pendapatan, or

Iteration 0: log likelihood = -83.370118  
 Iteration 1: log likelihood = -66.536513  
 Iteration 2: log likelihood = -66.532545  
 Iteration 3: log likelihood = -66.532545

Logistic regression

Number of obs = 121  
 LR chi2(1) = 33.68  
 Prob > chi2 = 0.0000  
 Pseudo R2 = 0.2020

Log likelihood = -66.532545

selfesteem	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
pendapatan						
Rendah	10.61053	4.724562	5.30	0.000	4.433241	25.39525
_cons	.3392857	.0900794	-4.07	0.000	.2016388	.5708962

Note: **\_cons** estimates baseline odds.

. tab beautyprivilege selfesteem, row

Key
<i>frequency</i>
<i>row percentage</i>

Beauty Privilege	Self Esteem		Total
	Tinggi	Rendah	
Tinggi	51 82.26	11 17.74	62 100.00
Rendah	15 25.42	44 74.58	59 100.00
Total	66 54.55	55 45.45	121 100.00

. logit selfesteem ib(0).beautyprivilege, or

Iteration 0: log likelihood = -83.370118  
 Iteration 1: log likelihood = -62.494833  
 Iteration 2: log likelihood = -62.432028  
 Iteration 3: log likelihood = -62.431989  
 Iteration 4: log likelihood = -62.431989

Logistic regression

Number of obs = 121  
 LR chi2(1) = 41.88  
 Prob > chi2 = 0.0000  
 Pseudo R2 = 0.2511

Log likelihood = -62.431989

selfesteem	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
beautyprivilege						
Rendah	13.6	6.08075	5.84	0.000	5.661804	32.66803
_cons	.2156863	.0717029	-4.61	0.000	.1124212	.4138059

Note: **\_cons** estimates baseline odds.

. tab iat selfesteem, row

Key
<i>frequency</i>
<i>row percentage</i>

Internet Addiction	Self Esteem		Total
	Tinggi	Rendah	
normal	55 76.39	17 23.61	72 100.00
Bermasalah	11 22.45	38 77.55	49 100.00
Total	66 54.55	55 45.45	121 100.00

. logit selfesteem ib(0).iat, or

Iteration 0: log likelihood = -83.370118  
 Iteration 1: log likelihood = -65.451089  
 Iteration 2: log likelihood = -65.446082  
 Iteration 3: log likelihood = -65.446081

Logistic regression Number of obs = 121  
LR chi2(1) = 35.85  
Prob > chi2 = 0.0000  
 Log likelihood = -65.446081 Pseudo R2 = 0.2150

selfesteem	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
iat						
Bermasalah	11.17647	4.925645	5.48	0.000	4.711583	26.512
_cons	.3090909	.0857722	-4.23	0.000	.1794234	.5324677

Note: **\_cons** estimates baseline odds.

. stepwise, pr(.05): logit selfesteem i.umur i.pendidikan pendapatan beautyprivilege iat, or  
 note: **0b.umur** omitted because of estimability.  
 note: **0b.pendidikan** omitted because of estimability.

Wald test, begin with full model:  
 p = 0.8557 >= 0.0500, removing 1.umur  
 p = 0.4373 >= 0.0500, removing 1.pendidikan

Logistic regression Number of obs = 121  
LR chi2(5) = 104.87  
Prob > chi2 = 0.0000  
 Log likelihood = -30.93605 Pseudo R2 = 0.6289

selfesteem	Odds ratio	Std. err.	z	P> z	[95% conf. interval]	
iat	21.57222	16.59324	3.99	0.000	4.776996	97.417
umur						
17-20	17.24179	18.18959	2.70	0.007	2.180666	136.325
beautyprivilege	12.83621	9.259312	3.54	0.000	3.121966	52.77707
pendidikan						
SMA	11.84307	8.859048	3.30	0.001	2.733599	51.30906
pendapatan	6.40598	4.491679	2.65	0.008	1.620873	25.31759
_cons	.0088598	.0081735	-5.12	0.000	.0014527	.0540363

Note: **\_cons** estimates baseline odds.

### Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Izin Penelitian di La Beautee Care



Gambar 2. Izin di Hawa Beauty Care



Gambar 3. Breafing dengan Enumerator



Gambar 4. Wawancara dengan Pasien di La Beantee Care



Gambar 5. Wawancara dengan Pasien di La Beantee Care



Gamabr 5. Wawancara dengan Pasien Di Hawa Beauty



Gamabr 5. Wawancara dengan Pasien Di Hawa Beauty



Gambar 6. Verifikasi Hasil Kuesioner