**HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN HARGA DIRI PADA WANITA PENGGUNA *SKIN CARE* DI YOGYAKARTA**

**Vinny Avilia Saidi**

**Universitas Mercu Buana Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta. Subjek penelitian adalah wanita dewasa awal dengan kriteria usia 18 tahun sampai 40 tahun dengan jumlah 62 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan alat ukur berupa Skala Citra Tubuh dan Skala Harga Diri. Kedua skala ini menggunakan model skala *Likert* yang terdiri dari 4 alternatif jawaban. Metode analisis data menggunakan *product moment* dari Karl Pearson, diperoleh hasil yang menunjukkan koefisien korelasi (rxy) = 0,681 dengan taraf signifikansi 0,000 (p<0,05) dengan demikian dapat disimpulkan adanya hubungan yang positif antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta. Selanjutnya untuk koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,464 yang menunjukkan bahwa variabel Citra Tubuh memiliki kontribusi 46,4% terhadap Harga Diri dan sisanya 53,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci**: *citra tubuh, harga diri, wanita dewasa awal, skin care*

***Abstract***

*This study aims to determine the relationship between body image and self-esteem in early adult women who use skin care in Yogyakarta. The research subjects were early adult women with criteria for the age of 18 years to 40 years with a total of 62 people. The method used in this study is a quantitative method with measuring instruments in the form of a Body Image Scale and a Self-Esteem Scale. Both of these scales use a Likert scale model consisting of 4 alternative answers. The method of data analysis using product moment from Karl Pearson, the results show that the correlation coefficient (rxy) = 0.681 with a significance level of 0.000 (p <0.05) thus it can be concluded that there is a positive relationship between body image and self-esteem in early adult women skin care users in Yogyakarta. Furthermore, the coefficient of determination (R2) obtained is 0.464 which indicates that the Body Image variable has a contribution of 46.4% to self-esteem and the remaining 53.6% is influenced by other factors not involved in this study.*

***Keyword:*** *body image, self-esteem, early adult women, skin care*

**PENDAHULUAN**

Penyesuaian diri pada masa dewasa awal merupakan periode khusus dan sulit dari rentang hidup seseorang. Individu yang berada di masa dewasa awal memiliki tugas perkembangan yang harus dilalui mencakup mendapatkan pekerjaan, memilih seorang teman hidup, belajar hidup bersama dengan pasangan untuk membentuk suatu keluarga, membesarkan anak-anak. Mengelola sebuah rumah tangga, menerima tanggung jawab sebagai warga negara, dan bergabung dalam kelompok sosial yang sesuai (Hurlock, 2011). Dalam masa ini pula terjadi perubahan minat termasuk pada penampilan. Individu yang sudah dewasa, pria maupun wanita dewasa memahami perubahan-perubahan yang terjadi pada fisik dan memanfaatkannya. Meskipun penampilannya tidak sesuai dengan yang diharapkan, tetapi individu ini sudah menyadari semua kekurangannya dan sadar bahwa kekurangannya tidak dapat dihilangkan ataupun hanya diperbaiki. Kesadaran ini memunculkan minat terhadap kecantikan, diet, dan olahraga (Hurlock, 2011).

Wolf (2004) wanita merasa bahwa penampilan fisik, tubuh, wajah, rambut, atau pakaian merupakan bagian penting dari dirinya. Penampilan fisik yang menarik membuat wanita menyadari akan potensi untuk meningkatkan status dalam bidang bisnis maupun perkawinan (Hurlock, 2011), Hutapea (2017) menambahkan bahwa penampilan fisik yang menarik juga memberikan pengaruh yang positif. Sehingga orang yang belum dikenal dapat memberikan kesan baik pada individu. Wanita yang tidak percaya diri akan berdampak pada ketidakpuasan terhadap penampilan fisik. Hal ini merupakan pendorong bagi wanita melakukan sesuatu untuk meningkatkan penampilan fisiknya agar terlihat cantik dan menarik. Kemudian muncul produk perawatan kulit wajah atau *skin care* yang menjadi bagian tak terpisahkan dari wanita dalam meningkatkan penampilan fisik (Irwanto dan Hariatiningsih, 2020). Data dalam survey yang dilakukan oleh ZAP Beauty Index (2020) pada tahun 2018 dari data yang dikumpulkan, sebesar 73,1% dari wanita Indonesia yang beranggapan bahwa menjadi cantik berarti memiliki kulit yang cerah dan *glowing*. Pada tahun 2019, mengalami peningkatan sebesar 82,5% dengan jawaban yang sama. Pada tahun 2020, sebesar 69,8% wanita Indonesia berusia 23-38 tahun menginginkan produk perawatan dan kecantikan yang dapat mencerahkan kulit mereka. Hasil penelitian dari Ra dan Jee (2013) ditemukan bahwa wanita yang memiliki warna kulit lebih terang cenderung lebih puas dengan kulit dan tubuhnya dibandingkan dengan wanita yang memiliki warna kulit gelap.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 10 wanita dewasa awal terkait harga diri. Hasil wawancara tersebut yaitu 7 orang memiliki harga diri rendah, dan 3 orang lainnya memiliki harga diri yang baik. Subjek merasa bahwa dirinya tidak menarik karena penilaian orang lain yang menganggap bahwa warna kulit, wajah atau bentuk tubuh dari subjek tidak menarik. Usaha yang telah dilakukan untuk meningkatkan penampilan fisik dengan menggunakan *skin care* tidak membuat subjek merasa puas akan hasilnya. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa lingkungan dan penilaian orang lain mempengaruhi harga diri individu bahkan usaha yang telah dilakukan tidak memberikan kepuasan pada individu.

Beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri menurut Coopersmith (1967, dalam Ghufron dan Risnawita, 2014) yaitu jenis kelamin, intelegensi, kondisi fisik, lingkungan keluarga, dan lingkungan sosial. Individu yang memiliki kondisi fisik yang menarik cenderung memiliki harga diri yang lebih baik. Whitbourne dan Skultety (dalam Cash dan Pruzinsky, 2002) menambahkan penampilan fisik merupakan salah satu komponen citra tubuh dimana memberikan petunjuk penting yang ditujukan kepada diri individu dan orang lain, termasuk informasi mengenai usia dan daya tarik.

Bentuk fisik yang baik menimbulkan kepuasan terhadap diri individu. Semakin menarik dari tubuh atau kepercayaan diri pada tubuh maka semakin harga diri yang dimiliki individu postif, hal ini dikarenakan citra tubuh yang positif dapat meningkatkan nilai diri, kepercayaan diri serta mempertegas jati diri, yang mana hal tersebut mempengaruhi harga diri (Hurlock dalam Sari, 2012).

Cash (2012) mendefinisikan citra tubuh yaitu bagaimana individu mempersepsikan bentuk dari tubuhnya, terutama penampilan fisik di mana individu mengevaluasi dan menginvestasi dalam penampilan. Thompson dan Keith (2001) menambahkan bahwa citra tubuh merupakan salah satu komponen diri dan menjadi hal yang penting sepanjang kehidupan. Salah satu bagian tubuh individu yang dinilai secara positif, maka akan berdampak pada diri individu juga positif. Ada sejumlah faktor yang mempengaruhi citra tubuh, antara lain warna kulit, ukuran, dan bentuk.

Cash (dalam Thompson dan Berg, 2002) mengemukakan pendapat bahwa, lima aspek-aspek citra tubuh meliputi *appearance evaluation* (evaluasi penampilan) yaitu mengukur evaluasi terhadap penampilan secara keseluruhan, misalnya adanya kepuasan atau tidak kepuasan dan menarik atau tidak menarik dari penampilan, *appearance orientation* (orientasi penampilan) yaitu perhatian invidu pada penampilan dan usaha yang dilakukannya untuk memperbaiki atau meningkatkan penampilannya, *body areas satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh) yaitu mengukur kepuasan yang terletak pada bagian-bagian tertentu secara spesifik, *overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk) yaitu mengukur kecemasan terhadap kegemukan, melakukan diet, dan kewaspadaan individu terhadap berat badan, dan s*elf-classified weight* (pengkategorian ukuran tubuh) yaitu mengukur persepsi individu dalam menilai berat badan dari yang sangat kurus sampai yang sangat gemuk. Beberapa faktor yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti tertarik mengambil satu faktor guna diuji secara empiris hubungannya dengan harga diri. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti citra tubuh turunan dari kondisi fisik dari Coopersmith (1967, dalam Ghufron dan Risnawita, 2014). Citra tubuh adalah bagaimana individu mempersepsikan bentuk dari tubuhnya, terutama penampilan fisik (Cash, 2012).

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan skala sebagai metode pengumpulan data. Skala yang digunakan dalam pengumpulan data ada 2 yaitu Skala Harga Diri dan Skala Citra Tubuh. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Skala Harga Diri disusun berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Coopersmith (dalam Mruk, 2013) yaitu *power* (kekuatan), *significance* (keberartian diri), *virtue* (kebajikan), dan *competence* (kompetensi). Skala Citra Tubuh disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Cash (dalam Thompson & Berg, 2002) yaitu *appearance evaluation* (evaluasi penampilan), *appearance orientation* (orientasi penampilan), *body areas satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh), *overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk), dan *self-classified weight* (pengkategorian berat tubuh). Metode analisis data yang digunakan yaitu teknik *product moment* dari Karl Pearson. Subjek yang dalam penelitian ini adalah wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta sebanyak 62 orang yang berusia 18 sampai 40 tahun.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap data penelitian diperoleh deskripsi statistik pada masing-masing variabel. Pada skala harga diri, data hipotetik yang diperoleh yaitu, skor minimum sebanyak 26 dan skor tertinggi 104, rata-rata 65 dan standar deviasi 13. Sedangkan untuk data empirik, skor minimum sebanyak 52 dan skor tertinggi 100, rata-rata 76,94 dan standar deviasi 9,243. Pada skala citra tubuh, data hipotetik yang diperoleh yaitu, skor minimum 31 dan skor tertinggi 124, rata-rata 77,5 dan standar deviasi 15,5. Sedangkan data empirik diperoleh skor terendah 54 dan tertinggi 111, rata-rata 85,02 dan standar deviasi 13,160.

Data deskriptif yang telah dijelaskan di atas, dapat dijadikan dasar dalam melakukan kategorisasi skor terhadap variabel harga diri dan citra tubuh. Pertama, pada kategorisasi skor harga diri didapatkan bahwa ada 29 orang (47%) yang memiliki harga diri tinggi, 33 orang (53%) yang memiliki harga diri sedang, dan 0 orang (0%) memiliki harga diri rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas subjek dalam penelitian ini memiliki tingkat harga diri dengan kategori yang sedang. Kedua, pada kategorisasi skor citra tubuh didapatkan bahwa ada 45 orang (72.6%) memiliki citra tubuh positif dan 17 orang (27.4%) memiliki citra tubuh negatif. Hal ini menunjukkan bahwa citra tubuh pada subjek dalam penelitian ini secara umum dalam kategori positif.

Berdasarkan hasil uji normalitas, variabel harga diri memperoleh K-S Z = 0,105 dengan p = 0,084. Variabel citra tubuh memperoleh K-S Z = 0,104 dengan p = 0,094. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data harga diri dan citra tubuh terdistribusi secara normal.

Uji linieritas dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung yang termasuk hubungan yang linier atau tidak. Berdasarkan hasil uji linieritas antara citra tubuh dengan harga diri diperoleh F = 67,833 dengan p = 0,000 yang artinya hubungan antara citra tubuh dengan harga diri merupakan hubungan yang linier.

Hasil analisis *product moment* menunjukkan ada korelasi antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta dengan hasil r = 0,681 dan p = 0,000 dengan demikian hipotesis diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan positf yang signifikan antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal di Yogyakarta. Semakin positif citra tubuh maka semakin tinggi harga diri, sebaliknya semakin negatif citra tubuh maka semakin rendah harga diri pada wanita dewasa awal.

Hasil analisis korelasi pada penelitian yang telah dilakukan, mendapatkan hasil koefisien determinasi (R2) sebesar 0,464%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra tubuh memberikan sumbangan sebesar 46,4% terhadap harga diri dan sisanya sebesar 53,6% disebabkan oleh variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

**Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta dengan hasil analisis korelasi variabel citra tubuh dengan harga diri diperoleh korelasi sebesar 0,681 dengan taraf signifikansi 0,000. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara citra tubuh dengan harga diri. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif citra tubuh maka semakin tinggi harga diri, sebaliknya semakin negatif citra tubuh maka semakin rendah harga diri. Koefisien determinasi (R2) sebesar 0,464 atau 46,4% yang memiliki arti bahwa variabel harga diri dapat dijelaskan oleh variabel citra tubuh. Sisanya 53,6% tidak dapat dijelaskan oleh variabel citra tubuh.

Hubungan antara citra tubuh dengan harga diri, Coopersmith (1967, dalam Ghufron dan Risnawita, 2014) mengungkapkan bahwa salah satu faktor harga diri adalah kondisi fisik. Kondisi fisik yang menarik akan memunculkan harga diri yang lebih baik begitupun sebaliknya. Hasil penelitian dari Connors dan Casey (dalam Lubis, Hasnida, dan Mallong, 2020) bahwa wanita yang memiliki harga diri tinggi akan menilai penampilannya secara positif. Whitney dan Skultety (dalam Cash dan Pruzinsky, 2002) menambahkan bahwa penampilan fisik menjadi salah satu komponen citra tubuh yang memberikan petunjuk mengenai individu dan orang lain. Citra tubuh positif ditandai dengan adanya perwujudan harga diri positif yang memiliki ciri dengan adanya ketepatan pada gambaran mental dan sikap mengenai tubuh individu (Wati & Sumarmi dalam Afzalia, Sari, Sari, & Viridanda, 2020).

Schilder (dalam Cash dan Pruzinsky, 2002) menyatakan bahwa citra tubuh merupakan gambaran tubuh yang dibentuk oleh individu dalam pikiran individu sendiri. Individu yang memiliki persepsi bahwa dirinya menarik maka gambaran tubuhnya juga menarik, sebaliknya individu yang memiliki persepsi bahwa dirinya tidak menarik maka gambaran akan tubuhnya tidak menarik. Cash (dalam Thompson dan Berg, 2002) menyatakan bahwa citra tubuh memiliki lima aspek yaitu *appearance evaluation* (evaluasi penampilan), *appearance orientation* (orientasi penampilan), *body areas satisfaction* (kepuasan terhadap bagian tubuh), *overweight preoccupation* (kecemasan menjadi gemuk), dan *self-classified weight* (pengkategorian berat tubuh).

Russello (2009) menambahkan harga diri berkaitan dengan kepuasan tubuh yang dikaitakan dengan aspek evaluasi penampilan. Ketika kepuasan tubuh tinggi maka harga diri juga tinggi begitupun sebaliknya, kepuasan tubuh rendah maka harga diri juga rendah. Bagaimana perasaan individu terhadap tubuhnya merupakan bagian penting dari bagaimana perasaan individu mengenai diri individu. Individu dalam masyarakat cenderung tidak puas dengan tubuhnya.

Pop (2016) menjelaskan bahwa penampilan fisik individu akan memperoleh tempat yang berbeda dalam lingkungan sosial. Untuk mencapai status ini, individu berinvestasi untuk meningkatkan penampilan. Misalnya menggunakan produk komestik dan *skin care*, tindik dan tato, operasi plastik, peralatan olah raga, dan lain sebagainya sebagai bentuk individu untuk meningkatkan penampilan. Hal ini meningkat secara signifikan bagi wanita dan pria. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Lee, Lee, dan Kim (2009) dengan judul *Effects of Skin Care on User’ Mental Health and Self-esteem*, menunjukkan bahwa individu di usia 20 tahun lebih yang tertarik pada *skin care* memiliki harga diri lebih tinggi daripada individu di usia 40 tahunan.

Penelitian yang dilakukan Ha dan Han (2013) yang berjudul *Research on Correlation Between the Appearance Satisfaaction Level (Face, Skin, and Body), Self-esteem and the Feeling of Happiness*, menunjukkan bahwa kulit wajah dan tubuh merupakan faktor kepuasan penampilan terhadap diri individu. Individu yang puas akan penampilannya mempengaruhi harga diri dari individu tersebut. Hal ini mempengaruhi kepuasan individu pada bagian tubuh.

Penelitian yang dilakukan Hatoum dan Belle (dalam Russello, 2009) menunjukkan bahwa rendahnya tingkat harga diri pada pria maupun wanita diduga adanya perhatian yang berlebih pada berat badan dibandingkan dengan individu yang memiliki harga diri tinggi. Hal ini menimbulkan kecemasan menjadi gemuk. Penelitian yang dilakukan oleh Pop (2016) yang berjudul *Self-esteem and Body Image Perception in a Sample of University Student*, menunjukkan bahwa wanita yang memiliki berat badan yang masuk dalam kategori normal memiliki keinginan untuk menurunkan berat badan sesuai dengan standar tubuh ideal.

Penelitian ini menunjukkan sumbangan efektif variabel citra tubuh dengan harga diri sebesar 46,4% dengan hubungan yang positif yang berarti semakin positif citra tubuh maka semakin tinggi harga diri, sebaliknya jika citra tubuh negatif maka semakin rendah harga diri. Sebanyak 53,6% merupakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi harga diri di luar citra tubuh, seperti: faktor psikologis, jenis kelamin, tingkat inteligensi, lingkungan keluarga, lingkungan sosial, ras, dan status sosial ekonomi.

Citra tubuh memberikan kontribusi positif terhadap harga diri, yang mana semakin positif citra tubuh maka semakin tinggi harga diri, sebaliknya semakin negatif citra tubuh maka semakin rendah harga diri. Hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nazilaturrohmah (2015) menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan. Semakin tinggi citra tubuh maka semakin tinggi harga diri pada wanita yang melakukan perawatan di *skin care*, sebaliknya semakin rendah citra tubuh maka semakin rendah harga diri pada wanita yang melakukan perawatan di *skin care*.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan korelasi rxy = 0,681 dengann taraf signifikansi p = 0,000 yang berarti ada hubungan positif antara citra tubuh dengan harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta. Semakin positif citra tubuh maka semakin tinggi harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta, sebaliknya semakin negatif citra tubuh maka semakin rendah harga diri pada wanita dewasa awal pengguna *skin care* di Yogyakarta. Koefisien determinasi (R2) yang diperoleh sebesar 0,464. Hal ini menunjukkan bahwa citra tubuh memberikan sumbangan sebesar 46,6% terhadap harga diri dan sisanya sebesar 53,6% disebabkan oleh variabel lain.

Hasil kategorisasi skor subjek pada skala citra tubuh dan harga diri, diketahui bahwa subjek memiliki harga diri pada kategori tinggi sebesar 47% (29 orang), kategori sedang 53% (33 orang). Demikian dapat disimpulkan bahwa harga diri pada subjek penelitian secara umum dalam kategori sedang. Pada subjek penelitian memiliki citra tubuh pada kategori positif sebesar 72.6% (45 orang), kategori negatif sebesar 27.6% (17 orang). Hal ini menunjukkan bahwa citra tubuh pada subjek secara umum dalam kategori positif.

**SARAN**

 Bagi wanita dewasa awal diharapkan memiliki kesadaran dalam menggunakan *skin care* agar tidak ketergantungan dan menyesuaikan dengan kebutuhan kulit. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan variabel yang lebih spesifik lagi dan memahami mengenai kategorisasi skor pada setiap variabel yang berbeda. Selain itu, perlu diperhatikan bahwa ada alat seleksi tambahan sebagai konsep penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA**

Afzalia, L., Sari, K., Sari, N., & Viridanda, W. Y. (2020). Perbedaan Citra Tubuh pada Wanita Memiliki Anak dan Tidak Memiliki Anak. *Gender Equality: International Journal of Child and Gender Studies, 6*(2), 81-90.

Cash, T. F. (2012). Cognitive-Behavioral Persective on Body Image. In T. Cash (Ed.), *Encyclopedia of Body Image and Human Appearance* (pp. 334-342). Academic Press.

Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice.* New York: The Guilford.

Ghufron, M. N., & Risnawita, R. (2014). *Teori-teori Psikologi.* Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA.

Ha, K., & Han, B. (2013). Research on Correlation Between the Appearance Satisfaction Level (Face, Skin, dan Body), Self-Esteem and the Feeling of Happiness according to Demographic Characteristics: with High School Student in Jinju Region. *Journal of Fashion Business, 17*(5), 14-30.

Heartherton, T. F., & Wyland, C. L. (2003). Assesing Self-Esteem. In S. J. Lopez, & C. R. Snyder (Eds.), *Positive Psychological Assessment: A Handbook of Models and Measures* (pp. 219-233). American Psychology Association (APA).

Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Kelima ed.). Jakarta: Erlangga.

Hutapea, B. (2017). Persepsi Terhadap Daya Tarik Fisik Model Iklan di Televisi dan Citra Tubuh Pada Remaja Putri. *Psibernetika, 5*(1), 61-80.

Irwanto, & Hariatiningsih, L. R. (2020). Penggunaan Skin Care dan penerapan Konsep Beauty 4.0 pada Media Sosial (Studi Netnograf Wanita Pengguna Instagram). *Journal Komunikasi, 11*(2), 119-128.

Lee, S. H., Lee, K. O., & Kim, S. O. (2009). Effects of Skin Care on User' Mental Health and Self-Esteem. *Journal of The Korean Society of Cosmetology, 15*(1), 155-167.

Lubis, N. L., Hasnida, & Mallongi, A. (2020). The Influence of Body Image towards Self-Esteem, Self-Compassion and Psychological Well-being in Female Exerciser. *Medico-legal Update, 20*(3), 876-881.

Mruk, C. J. (2013). *Self-Esteem and Positive Psychology: Research, Theory, and Practice* (Fourth ed.). New York: Springer Publishing Company.

Nazilaturrohmah. (2015). Hubungan Antara Citra Tubuh dengan Self Esteem Pada Wanita yang Melakukan Perawatan di Skin Care. *Naskah Publikasi*.

Pop, C. (2016). Self-Esteem and Body Image Perception in a Sample of University Students. *Eurasian Journal of Educational Research*(64), 31-44.

Ra, H. S., & Jee, S. O. (2013). A Study on the Relationship between Skin-Color and Body Image Satisfaction among Female University Students in Korea. *Asian J Beauty Cosmetol, 11*(4), 641-648.

Russello, S. (2009). The Impact of Media Exposure on Self-Esteem and Body Satisfaction in Men and Women. *Journal of Interdisciplinary Undergraduate Research, 1*(4).

Sari, D. N. (2012). Hubungan Antara Body Image dan Self-Esteem pada Dewasa Awal Tuna Daksa. *Clyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya, 1*(1).

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung: Alfabeta.

Thompson, J. K., & Berg, P. V. (2002). Measuring Body Image Attitudes among Adolescents and Adults. In *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice* (pp. 142-154). New York: The Guilford.

Thompson, M. S., & Keith, V. M. (2001). The Blacker The Berry: Gender, Skin Tone, Self-Esteem, and Self-Efficacy. *Gendery & Society*, 336-357.

Trzesniewski, K. H., Donnellan, M. B., & Robins, R. W. (2013). Development of Self-Estem. In V. Zeigler-Hill (Ed.), *Self-Esteem* (pp. 60-79). New York: Psychology Press.

Whitbourne, S. K., & Skultety, K. M. (2002). Body Image Development Adulthood and Aging. In T. F. Cash, & T. Pruzinsky, *Body Image: A Handbook of Theory, Research, and Clinical Practice.* New York: The Guilford.

Wolf, N. (2004). *Mitos Kecantikan: Kala Kecantikan Menindas Perempuan.* Yogyakarta: Niagara.

ZAP Beauty Index. (2020, Agustus). Retrieved from ZAP Beauty Index Research: https://zapclinic.com/zapbeautyindex/2020