HUBUNGAN ANTARA PAPARAN KONTEN KECANTIKAN DI MEDIA SOSIAL DENGAN *APPEARANCE BASED SELF-WORTH*PADA DEWASA AWAL

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

AN NISHA EFRIZA
46122010200

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
(2026)

lib.mercubuana.ac.id

HUBUNGAN ANTARA PAPARAN KONTEN KECANTIKAN DI MEDIA SOSIAL DENGAN *APPEARANCE BASED SELF-WORTH*PADA DEWASA AWAL

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana

AN NISHA EFRIZA
46122010200

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
(2026)

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	An Nisha Efriza
NIM	:	461278007601
Fakultas/Program Studi	:	Psikologi/Psikologi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
Hubungan Antara Paparan Konten Kecantikan di Media Sosial dengan *Appearance Based Self-Worth* pada Dewasa Awal
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Agustus 2026



An Nisha Efriza

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	: An nisha efriza
NIM	: 46122010200
Program Studi	: S1 Psikologi

dengan judul " Hubungan Paparan Konten Kecantikan Di Media Sosial Dengan Appearance Based Self-Worth", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 6 Agustus 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 30 %.

Jakarta, 6 Agustus 2026
Administrator Turnitin

Donny Dwi Hambodo, S.Ikom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	An Nisha Efriza
NIM	:	46122010200
Fakultas/Program Studi	:	Psikologi/Psikologi
Judul Tugas Akhir	:	Hubungan Antara Paparan Konten Kecantikan di Media Sosial dengan *Appearance Based Self-Worth* pada Dewasa Awal

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 18 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Psikologi Fakultas PsikologiUniversitas Mercu Buana.

Disahkan oleh
Pembimbing

Ahmad Naufalul Umam, M.Si
NIDN/NUPTK: 0308069001

Jakarta, 18 Agustus 2026
Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi	Ketua Program Studi Psikologi
Laila Meiliyandrie Wardani, Ph.D	Karisma Riskinanti, M.Psi., Psikolog
NIDN/NUPTK: 0316058002	NIDN/NUPTK: 0324068701

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi pada Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Laila Meiliyandrie Indah Wardani, S.Psi, MA., M.Psi., Ph.D, Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana
3. Ibu Karisma Riskinanti, M.Psi, Psikolog selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mercu Buana
4. Bapak Ahmad Naufalul Umam, B.A., S.Psi., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini;
5. Untuk orang tua dan kakak penulis, terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, serta materi yang di keluarkan untuk penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 18 Agustus 2026

An Nisha Efriza

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	An Nisha Efriza
NIM	:	46122010200
Fakultas/Program Studi	:	Psikologi
Judul Tugas Akhir	:	Hubungan Paparan Konten Kecantikan di Media Sosial dengan *Appearance Based Self-Worth* pada Dewasa Awal

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(An Nisha Efriza)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HUBUNGAN PAPARAN KONTEN KECANTIKAN DI MEDIA SOSIAL DENGAN *APPEARANCE BASED SELF-WORTH*PADA DEWASA AWAL

AN NISHA EFRIZA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara paparan konten kecantikan di media sosial dengan *appearance based self-worth*pada dewasa awal. Paparan konten kecantikan di media sosial merupakan keterpaparan individu terhadap konten kecantikan yang dalam penelitian ini diukur melalui dimensi *unaided recall* dan *engagement*, sedangkan *appearance based self-worth*merupakan kondisi ketika individu mendasarkan keberhargaan dirinya pada penampilan fisik. Penelitian ini dilakukan karena media sosial menjadi salah satu ruang bagi individu untuk menjumpai berbagai informasi mengenai penampilan dan kecantikan, sementara pada dewasa awal penampilan dapat menjadi salah satu dasar dalam mengevaluasi nilai diri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Sampel penelitian berjumlah 230 responden dewasa awal yang diperoleh menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan alat ukur Paparan Konten Kecantikan di Media Sosial yang dikembangkan peneliti dengan mengacu pada konsep pengukuran paparan media, serta alat ukurn *appearance based self-worth*yang diadaptasi dari subskala *appearance* pada *contingencies of self-worth scale*. Analisis data dilakukan menggunakan korelasi Spearman's rho. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi *unaided recall* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan *appearance based self-worth*($\rho = 0{,}472$; $p < 0{,}001$), sedangkan dimensi *engagement* tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan *appearance based self-worth*($\rho = 0{,}006$; $p = 0{,}928$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara paparan konten kecantikan di media sosial dengan *appearance based self-worth* berbeda pada masing-masing dimensi. Semakin tinggi *unaided recall*, semakin tinggi pula *appearance based self-worth*, sedangkan *engagement* terhadap konten kecantikan tidak menunjukkan hubungan yang signifikan. Dengan demikian, paparan konten kecantikan di media sosial tidak menunjukkan pola hubungan yang sama pada setiap dimensinya. Temuan ini menunjukkan bahwa bentuk pengukuran paparan perlu diperhatikan dalam memahami hubungan paparan konten kecantikan di media sosial dengan *appearance based self-worth*, khususnya dalam membedakan paparan yang berkaitan dengan kemampuan mengingat konten dan keterlibatan individu terhadap konten tersebut.

Kata Kunci: paparan, kecantikan, media sosial, *engagement*, *appearance based self-worth*

lib.mercubuana.ac.id

THE RELATIONSHIP BETWEEN EXPOSURE TO BEAUTY CONTENT ON SOCIAL MEDIA AND APPEARANCE BASED SELF-WORTH

AN NISHA EFRIZA

ABSTRACT

This study aimed to examine the relationship between beauty content exposure on social media and appearance-based self-worth among emerging adults. Beauty content exposure on social media refers to individuals' exposure to beauty-related content, which in this study was measured through the dimensions of unaided recall and engagement, while appearance-based self-worth refers to a condition in which individuals base their sense of self-worth on their physical appearance. This study was conducted because social media provides a space for individuals to encounter various information about appearance and beauty, while during emerging adulthood, appearance may serve as one basis for evaluating self-worth. This study employed a quantitative approach with a correlational design. The sample consisted of 230 emerging adult respondents who were recruited using accidental sampling. Data were collected using the Beauty Content Exposure on Social Media Scale, which was developed by the researcher based on the concept of media exposure measurement, and the Appearance-Based Self-Worth Scale, which was adapted from the appearance subscale of the Contingencies of Self-Worth Scale. Data were analyzed using Spearman's rho correlation. The results showed that the unaided recall dimension had a significant positive relationship with appearance-based self-worth ($\rho = 0.472$; $p < 0.001$), whereas the engagement dimension did not show a significant relationship with appearance-based self-worth ($\rho = 0.006$; $p = 0.928$). These results indicate that the relationship between beauty content exposure on social media and appearance-based self-worth differs across dimensions. Higher unaided recall was associated with higher appearance-based self-worth, whereas engagement with beauty content did not show a significant relationship with appearance-based self-worth. Thus, beauty content exposure on social media does not show the same pattern of relationship with appearance-based self-worth across its dimensions. These findings indicate that the form of exposure measurement needs to be considered when examining the relationship between beauty content exposure on social media and appearance-based self-worth, particularly in distinguishing exposure related to individuals' ability to recall content from their engagement with such content.

Keywords: *exposure, beauty, social media, Engagement, appearance based self-worth*

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN JUDUL ..... **i**
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
PERNYATAAN *SIMILIARITY CHECK* ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB ..... **vi**
ABSTRAK ..... **vii**
ABSTRACT ..... **viii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 10
1.3 Tujuan penelitian 10
1.4 Manfaat Penelitian 10
1.4.1 Manfaat Teoretis 10
1.4.2 Manfaat Praktis 11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **12**
2.1 *Appearance Based Self-Worth* 12
2.1.1 Definisi *Appearance Based Self-Worth* 12
2.1.2 Dimensi *Appearance Based Self-Worth* 13
2.1.3 Faktor yang mempengaruhi *Appearance Based Self-Worth* 14
2.2 Paparan Konten Kecantikan Media Sosial 16
2.2.1 Definisi Paparan Media (*Media Exposure*) 16
2.2.2 Dimensi Paparan Media 17
2.2.3 Media Sosial dan Konten Kecantikan 18

lib.mercubuana.ac.id

2.2.4 Jenis Konten Kecantikan di Media Sosial 19
2.2.5 Dampak Paparan Konten Kecantikan Media Sosial 20
2.2.6 Faktor yang Memengaruhi Paparan Konten Kecantikan Sosial 24
2.3 Penelitian Terdahulu 27
2.4 Dinamika Penelitian 31
2.5 Kerangka Berpikir 33
2.6 Hipotesis Penelitian 33
BAB III METODE PENELITIAN 34
3.1 Desain Penelitian 34
3.1.1 Variabel Penelitian 34
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling 34
3.2.1 Populasi 34
3.2.2 Sampel 35
3.2.3 Teknik Sampling 35
3.3 Definisi Oprasional 36
3.3.1 *Appearance Based Self-Worth* 36
3.3.2 Paparan Konten Kecantikan di Media Sosial 36
3.4 Instrumen Penelitian 37
3.4.1 Alat Ukur *Appearance Based Self-Worth* 37
3.4.2 Alat Ukur Paparan Konten Kecantikan di Media Sosial 39
3.5 Validitas 42
3.6 Reliabilitas 44
3.7 Analisis Yang Digunakan 45
3.7.1 Analisis Deskriptif 45
3.7.2 Analisis Inferensial (Uji Asumsi dan Uji Hipotesis) 46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 48
4.1 Gambaran Umum Subjek 48
4.1.1 Gambaran Umum Subjek Berdasarkan Usia 48
4.2 Hasil Analisis Deskriptif 49
4.3 Kategorisasi Skor Variabel Penelitian 50
4.4 Uji Asumsi Klasik 52

lib.mercubuana.ac.id

4.4.1 Uji Normalitas 52
4.4.2 Uji Hipotesis 53
4.5 Pembahasan 55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 64
5.1 Kesimpulan 64
5.2 Keterbatasan Penelitian 65
5.3 Saran 66
5.3.1 Saran Teoritis 66
5.3.2 Saran Praktis 67
DAFTAR PUSTAKA 68
LAMPIRAN 72

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 27
Tabel 3. 1 *Blueprint Appearance Based Self-Worth* 39
Tabel 3. 2 *Blueprint* Paparan Konten Kecantikan Media Sosial..... 41
Tabel 3. 3 *Cronbach's Alpha* Paparan Konten Kecantikan 44
Tabel 3. 4 *Cronbach's Alpha* Paparan Konten Kecantikan *Unaided recall* 45
Tabel 3. 5 *Cronbach's Alpha* Paparan Konten Kecantikan *Engagement* 45
Tabel 3. 6 *Cronbach's Alpha Appearance Based Self-Worth*..... 45
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia..... 48
Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 49
Tabel 4. 3 Kategorisasi Skor Dimensi *Unaided recall* 51
Tabel 4. 4 Kategorisasi Skor Dimensi *Engagement*..... 51
Tabel 4. 5 Kategorisasi Skor Variabel *Appearance Based Self-Worth*..... 52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas Shapiro–Wilk..... 53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Korelasi Spearman..... 54

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir 33

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. *Expert Judgement* Paparan Konten Kecantikan 72
Lampiran 2. *Expert Judgement Appearance Based Self-Worth*..... 82
Lampiran 3. Kuesioner..... 89
Lampiran 4. Uji Realibilitas Paparan Konten Kecantikan..... 94
Lampiran 5. Uji Realibilitas Paparan Konten Kecantikan *Unaided recall*..... 94
Lampiran 6. Uji Realibilitas Paparan Konten Kecantikan *Engagement*..... 94
Lampiran 7. Uji Realibilitas *Appearance Based Self-Worth* 94
Lampiran 8. Output Distribusi Frekuensi Usia Responden 95
Lampiran 9. Hasil Analisis Deskriptif Variabel..... 95
Lampiran 10. Hasil Kategorisasi Variabel 96
Lampiran 11. Uji Normalitas Shapiro-Wilk..... 96
Lampiran 12. Hasil Uji Korelasi 97
Lampiran 13. Uji Validitas (CFA)2 faktor Paparan Konten Kecantikan..... 97
Lampiran 14. Uji Validitas (CFA) Paparan Konten Kecantikan (*Unaided recall*)98
Lampiran 15. Uji Validitas (CFA) Paparan Konten Kecantikan (*Engagement*)... 99
Lampiran 16. Uji Validitas (CFA) *Appearance Based Self-Worth*..... 99
Lampiran 17. Hasil Uji Plagiarisme..... 100
Lampiran 18. Bukti Bimbingan Tugas Akhir 101
Lampiran 19. *Curriculum Vitae* (CV)..... 103

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id