

**HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN MOTIVASI
PENGUNAAN *MAKE UP* TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI
MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

Oleh :

LIA FARAH DIZA

F 100 150 060

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN MOTIVASI PENGGUNAAN
MAKE UP TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

LIA FARAH DIZA

F 100 150 060

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen

Pembimbing



Permata Ashfi Raihana, S.Psi, MA

NIK.NIDN: 1604/NIDN 0622058601

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN MOTIVASI PENGGUNAAN
MAKE UP TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

OLEH:

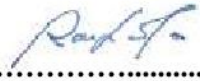
LIA FARAH DIZA

F 100 150 060

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 19 Desember 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji :

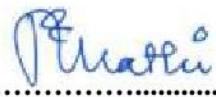
1. Permata Ashfi Raihana, S.Psi, MA
(Ketua Dewan Penguji)

.....


2. Achmad Dwityanto O., S.Psi., M.Si
(Anggota I Dewan Penguji)

.....


3. Dra. Partini. M.Si., Psikolog
(Anggota II Dewan Penguji)

.....




Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Psikologi
Dekan

Susatyo Yuwono, S.Psi., M.Psi., Psikolog
NIK.NIDN: 838/0624067301

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 12 Desember 2020

Penulis



LIA FARAH DIZA

F 100 150 060

HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN MOTIVASI PENGGUNAAN MAKE UP TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Abstrak

Kepercayaan diri merupakan suatu hal yang penting untuk mencapai tujuan hidup seseorang. Setiap orang memiliki tingkat kepercayaan diri yang berbeda, karena setiap orang juga memiliki tingkat citra diri dan motivasi yang berbeda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra diri dan motivasi penggunaan *make up* dengan kepercayaan diri mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah: 1) adanya hubungan antara citra diri dan motivasi penggunaan *make up* dengan kepercayaan diri, 2) adanya hubungan positif antara citra diri dan kepercayaan diri, 3) adanya hubungan positif antara motivasi penggunaan *make up* terhadap kepercayaan diri. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta semester 1, 3, 5, 7, 9, 11, dan 13 berjumlah 100 mahasiswi. Pengambilan data menggunakan skala citra diri, skala motivasi penggunaan *make up*, dan skala kepercayaan diri. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan SPSS 16.0. Hasil penelitian menunjukkan $R=0,768$ yang berarti ada hubungan antara citra diri dan motivasi penggunaan *make up* dengan kepercayaan diri, kemudian nilai koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,768 dan $p= 0,000$ ($p<0,05$) yang berarti ada hubungan positif yang signifikan antara citra diri dengan kepercayaan diri, serta diperoleh nilai koefisien (r_{xy}) = - 0,155 dan $p= 0,062$ ($p>0,05$) yang berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara motivasi penggunaan *make up* dengan kepercayaan diri.

Kata Kunci: citra diri, kepercayaan diri, motivasi penggunaan *make up*

Abstract

Self-confidence is an important thing to achieve someone's life goals. Everyone has a different level of self-confidence, because everyone also has a different level of self-image and self-motivation. The purpose of this study was to determine the relationship between self-image and motivation of using make up with the self-confidence for female students in Psychology Major of Universitas Muhammadiyah Surakarta. The hypotheses proposed in this study are: 1) there is a positive relationship between self-image and motivation of using make up with self-confidence, 2) there is a positive relationship between self-image and self-confidence, 3) there is a positive relationship between motivation of using make up and self-confidence. The subjects in this study were 100 female students of the Psychology Major of the Universitas Muhammadiyah Surakarta grade 1, 3, 5, 7, 9, 11, and 13. The data were collected using a self-image scale, a motivation of using make up scale, and a self-confidence scale. The data analysis used was multiple regression analysis with SPSS 16.0. The results showed $R = 0.768$, which means that there is a positive relationship between self-image and

motivation of using make up on female students self-confidence, then the correlation coefficient (r_{xy}) = 0.768 and $p = 0.000$ ($p < 0.05$) which means that there is a significant positive relationship between self-image with self-confidence of female students, and the coefficient value (r_{xy}) = - 0.155 and $p = 0.062$ ($p > 0.05$), which means that there is no significant relationship between the motivation of using make up with self-confidence for female students.

Keywords: motivation of using make up, self-confidence, self-image

1. PENDAHULUAN

Mahasiswa adalah generasi intelektual yang diharapkan dapat memajukan bangsa di masa depan. Mahasiswa merupakan orang yang telah lulus dari pendidikan menengah atas atau sederajat dan melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi. Pada umumnya mahasiswa berusia 18-23 tahun. Usia tersebut termasuk kedalam masa remaja akhir. Menurut Santrock (2009), masa remaja akhir ialah masa untuk menjalin hubungan dengan lawan jenis serta masa untuk bekerja, dan menyisihkan sedikit waktunya untuk hal-hal yang lain. Seiring dengan perkembangan fisik dan psikologis, pada masa ini mahasiswi mulai memperhatikan penampilannya. Penampilan tersebut dapat menunjang kepercayaan diri mahasiswi.

Kepercayaan diri merupakan keyakinan terhadap kemampuan untuk menampilkan perilakunya untuk mencapai tujuan tertentu (Taylor, 2011). Menurut Angelis (2003) Kepercayaan diri merupakan keyakinan yang telah dimiliki seseorang kompetensi dasar seseorang untuk memilih atau memutuskan bagaimana arah serta tujuan hidupnya. Namun faktanya, setiap individu mempunyai tingkat kepercayaan diri yang berbeda, ada yang tinggi ada juga yang rendah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Kumalasari (2019) menyatakan, dari 50 mahasiswi 54% mahasiswi merasa kurang percaya diri apabila tidak menggunakan make up, dan 46% mahasiswi merasa tidak ada pengaruh terkait penggunaan make up dengan kepercayaan dirinya. Menurut Cahyu (2018) menyatakan bahwa *Dove Girl Beauty Confidence Report* mengungkapkan bahwa 7 dari 10 remaja di Indonesia membatasi diri dari kegiatan yang ada di lingkungannya karena tidak percaya diri dengan penampilan. Mereka enggan untuk berkumpul dengan teman serta masyarakat, dan melakukan aktivitas

yang dapat membantu mereka menggali potensi terbaik mereka. Kemudahan mengakses media sosial juga dapat memperparah keadaan karena mereka dapat mengakses iklan maupun foto perempuan cantik dimana saja dan kapan saja. Terlebih lagi, usia mereka adalah masa dimana mereka lebih mudah dipengaruhi oleh tanggapan yang berasal dari luar.

Pendapat-pendapat dari luar tersebut dapat mempengaruhi citra diri seseorang, termasuk untuk memperhatikan penampilan dirinya. Masalah citra diri tersebut dapat muncul karena pergaulan dengan orang lain. Hal tersebut disebabkan oleh keinginan remaja yang cenderung ingin menampilkan sesuatu hal terbaik pada dirinya agar dapat diterima di lingkungannya. Pada penelitian Kaligis, Wiguna, & Widyawati (2009) memaparkan bahwa 34 responden mempunyai kecondongan pada *instability* (85,0%), 37 responden memiliki kecenderungan *low self esteem* (92,5%), 18 responden memiliki kecenderungan *self consciousness* (45%) dan *negative perceived self* sebanyak 15 responden (37,5%). Hal tersebut mendasari timbulnya permasalahan terhadap citra diri remaja sebab perubahan fisik dan cara pikir yang dialami remaja.

Salah satu cara untuk menunjang penampilannya adalah dengan menggunakan *make up*. Saat ini, para mahasiswi telah mengetahui bermacam-macam *make up* dan mereka juga memakai *make up* untuk menampilkan identitas diri serta kepercayaan dirinya. Menggunakan *make up* adalah hal yang sering digunakan perempuan untuk menunjukkan kesempurnaan wajahnya.

Hasil wawancara yang telah dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober 2019 dapat disimpulkan bahwa mahasiswi merasa lebih bahagia dan percaya diri saat mereka memakai *make up* karena saat memakai *make up*, mereka terlihat lebih segar, lebih cantik, dan dapat menarik perhatian lawan jenis. *Make up* yang biasa digunakan bedak, mascara, *lipstick/liptint*, *blush on*.

Yoo & Kim (2010) memaparkan hasil penelitiannya bahwa remaja perempuan menggunakan berbagai produk dalam kesehariannya. 93.5% (n=186) menggunakan produk kebersihan, seperti *shampoo/conditioner* (90.1%; n=181), perawatan tubuh (84.9%; n=169), perawatan wajah (74.3%; n=150), *perfume* (65.8%; n=129), *make up* (62.2%; n=125), perawatan untuk jerawat (51.3%;

n=101) untuk kesehariannya.

Hasil penelitian dari Abdullah (2019), menyatakan bahwa sebanyak 2 orang (4%) responden berada pada kategori tidak konsumtif, kemudian 18 orang (36%) dalam kategori normal, dan 30 orang (60%) berada pada kategori konsumtif. Data tersebut menunjukkan skor rata-rata sebesar 3.130 yang berarti remaja putri di Kota Malang memiliki tingkat penggunaan kosmetik yang tergolong tinggi.

Penggunaan *make up* dapat menyebabkan munculnya rasa ketergantungan terhadap *make up* tersebut. Akibatnya seseorang akan memiliki pola pikir bahwa dirinya tidak berpenampilan menarik jika tidak menggunakan *make up*. Pemikiran tersebut akan menimbulkan rendahnya kepercayaan diri seseorang. Mempunyai rasa percaya diri yang tinggi sangatlah dibutuhkan agar terhindar dari sikap maupun pikiran-pikiran yang negatif yang dapat menyebabkan krisis diri, depresi, merasa tidak berdaya untuk melihat masa depan yang cerah serta lain sebagainya.

Kepercayaan diri menurut Hakim (2005) ialah keyakinan individu pada semua aspek yang ada dalam dirinya dan yakin bahwa hal tersebut dapat menjadikan dirinya lebih mudah untuk dapat mencapai tujuan hidupnya. Menurut Anthony (1992), kepercayaan diri ialah sikap yang ada dalam diri seseorang agar orang tersebut dapat menerima kenyataan, menumbuhkan kesadaran diri, berpikir secara positif, mempunyai kemandirian dan kemampuan untuk mencapai semua tujuan hidupnya. Setiap orang mempunyai perbedaan pada tingkat kepercayaan diri. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan atas diri sendiri bahwa mereka dapat berperilaku seperti apa yang diinginkan dan bisa dibentuk dengan pembelajaran di lingkungan sekitar seperti keluarga, sekolah maupun pengalaman hidupnya sendiri.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri menurut Hakim (2005) ialah lingkungan keluarga (keadaan keluarga), pendidikan formal (sekolah atau perguruan tinggi), pendidikan non formal, lingkungan kerja. Menurut Angelis (2003) motivasi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri seseorang. Faktor kepercayaan diri menurut Angelis (2003)

terdiri dari kemampuan pribadi, keberhasilan seseorang sesuai yang diharapkan, keinginan, dan motivasi/ tekad yang kuat.

Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi akan memiliki sikap optimis dalam hidupnya, serta dapat mengatasi masalah ataupun persoalan dengan hati yang tenang (Daradjat, 1995). Apabila seseorang tidak memiliki kepercayaan diri yang tinggi, mereka cenderung akan menunjukkan sikap konformis untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan, memiliki rasa takut terhadap penolakan, sulit menerima realita dan selalu menempatkan dirinya di akhir karena menilai rendah kemampuan yang ada pada dirinya, pesimis serta mudah menyerah dengan nasib dan selalu memandang sesuatu dari sisi negatif, selalu menghindari resiko karena takut gagal dan tidak pernah menetapkan target yang ingin dicapai (Mastuti & Aswi, 2008).

Magdalena (2015) mengemukakan citra diri ialah gambaran tentang bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri. Citra diri menurut Burns (1993) ialah gambaran yang dimiliki seseorang terkait dirinya sendiri baik berupa karakteristik personal yang berupa kepercayaan, nilai, dan keyakinan, maupun berupa karakteristik fisik yang didalamnya berupa penampilan secara umum, cara berpakaian, ukuran tubuh, model rambut serta penggunaan kosmetik. Menurut Susanto (2001), citra diri ialah konsep yang kompleks melingkupi karakter, kepribadian, tubuh serta penampilan individu. Menurut Bailey (2003) citra diri idalah pandangan tentang dirinya termasuk pandangan dan kesan pada tubuhnya sendiri. Berdasarkan pengertian yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan citra diri (*self-image*) merupakan sikap seseorang kepada tubuhnya secara keseluruhan, baik sadar maupun tidak. Sikap ini melingkupi persepsi dan perasaan terkait ukuran serta bentuk, penampilan serta potensi tubuh.

Menurut Santrock (2009) motivasi diri ialah proses pemberian semangat, arah, serta kegigihan perilaku. Motivasi ialah suatu hasrat atau kemampuan yang ada pada diri manusia yang bisa mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu (Ariesta, 2015). Nurwendah & Suyanto (2019) menyatakan kepercayaan diri ialah sikap yang berada pada diri individu yang dapat meningkatkan kinerja seseorang untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Walgito (2004) mengatakan

bahwa motivasi adalah keadaan pada diri seseorang atau individu yang mendorong perilaku ke arah tujuan tertentu. Pendapat Kartono (2008) motivasi ialah alasan dasar individu untuk menumbuhkan ide pokok yang dapat mempengaruhi tingkah laku individu. Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah sebab, alasan dasar, dan dorongan dalam mencapai tujuan tertentu, membuat ataupun mendapatkan sesuatu yang diinginkan.

Dari pemaparan di atas, maka muncul rumusan masalah “bagaimana hubungan antara citra diri dan motivasi penggunaan *make up* terhadap kepercayaan diri mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta?”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra diri dan motivasi penggunaan *make up* terhadap kepercayaan diri mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, serta untuk mengetahui hubungan secara parsial dari citra diri dan motivasi penggunaan *make up* dengan kepercayaan diri mahasiswi.

2. METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif regresi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel dengan dua variabel lain. Dalam penelitian ini, citra diri diukur menggunakan skala citra diri yang merujuk pada aspek fisik, psikis, sosial, dan moral. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka akan semakin tinggi pula citra diri mahasiswi. Selain itu, penelitian ini menggunakan skala motivasi penggunaan *make up* yang merujuk pada aspek memiliki kemampuan pendorong, memiliki sifat positif, dan berorientasi pada pencapaian tujuan. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka akan semakin tinggi pula motivasi penggunaan *make up* mahasiswi. Penelitian ini juga menggunakan skala kepercayaan diri yang merujuk pada aspek keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis. Semakin tinggi skor yang diperoleh, maka akan semakin tinggi pula kepercayaan diri mahasiswi.

Pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan *teknik purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel menggunakan pertimbangan atau

ciri-ciri tertentu sesuai tujuan yang diinginkan (Sugiyono, 2016). Selanjutnya untuk menentukan jumlah sampel, Arikunto (2006) memaparkan apabila populasi responden berjumlah lebih dari 100 orang, maka bisa diambil minimal 10 %-15% atau 20%-25%. Untuk itu peneliti menggunakan persentase 25% > 10% dari populasi yang ada (818 mahasiswi) jadi sampel yang akan digunakan sejumlah 100 mahasiswi.

Alat ukur yang digunakan untuk pada penelitian ini berupa skala. Ada 3 skala yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu skala kepercayaan diri, skala citra diri, dan skala motivasi penggunaan *make up*. Ketiga skala tersebut menggunakan model pilihan jawaban dari skala Likert, dimana skala ini terdiri dari 4 pilihan jawaban dengan rincian Sangat Setuju atau disingkat (SS), Setuju atau disingkat (S), Tidak Setuju atau disingkat (TS), serta Sangat Tidak Setuju atau disingkat (STS). Berikut tabel skor skala Likert.

Tabel 1. Skor Skala Likert

Pernyataan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
<i>Favorable</i>	4	3	2	1
<i>Unfavorable</i>	1	2	3	4

Variabel citra diri diukur dengan skala citra diri yang diadaptasi dari skala yang disusun oleh Ardi, 2008. Berikut tabel *blue print* skala citra diri.

Tabel 2. *Blue print* Citra Diri

No.	Aspek	Nomor Butir		Jumlah
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	Fisik	3,5,7,9	1,11,13,15,17,19	10
2	Psikis	21,23,25,27,29	31,33,35,37,39	10
3	Sosial	2,4,6,8,10	12,14,16,18,20	10
4	Moral	22,24,26,28,30	32,34,36,38,40	10
Jumlah Total		19	21	40

Pengukuran motivasi penggunaan *make up* menggunakan skala motivasi penggunaan *make up* yang diadaptasi dari skala yang disusun oleh Hedratno, 2019. Berikut adalah *blue print* motivasi penggunaan *make up*.

Tabel 3. *Blue print* Motivasi Penggunaan *Make up*

No.	Aspek	Nomor Butir		Jumlah
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	Memiliki kemampuan yang mendorong seseorang	1,2,4,5,12	-	5
2	Memiliki sifat positif	3,11	10,14,15	5
3	Berorientasi pada pencapaian tujuan	6,7,8,9,13	-	5
Total		13	2	15

Kepercayaan diri diukur dengan skala kepercayaan diri yang diadaptasi dari skala yang disusun oleh Pangestianto, 2018. Berikut *blue print* skala kepercayaan diri.

Tabel 4. *Blue print* Kepercayaan Diri

No.	Aspek	Nomor Butir		Jumlah
		<i>Favourabel</i>	<i>Unfavourabel</i>	
1.	Keyakinan akan kemampuan diri	1,8,29,37	7,11,18,38,45	9
2.	Optimis	14,19,25,31	2,15,20,33,41	9
3.	Objektif	6,10,23,32,43	24,28,42,46	9
4.	Bertanggung jawab	3,13,21,34,40	9,12,22,35,44	10
5.	Rasional dan realistis	4,16,27,39	5,17,26,30,36	9
Total		22	24	46

Uji validitas pada skala citra diri, motivasi penggunaan *make up*, dan kepercayaan diri menggunakan uji validitas isi, yaitu pengujian validitas instrumen pada isi instrumen yang dilakukan dengan analisis rasional atau dengan *expert judgement*. Berdasarkan perhitungan validitas skala citra diri 36 aitem dinyatakan valid dan 4 ($V=0,50$; nomor 2, $V=0,58$; nomor 3, 22, 27) aitem yang

tidak valid, dengan hasil validitas bergerak dari yang terkecil yaitu 0,50 hingga yang terbesar yaitu 1,00. Pada skala motivasi penggunaan *make up* semua aitem dinyatakan, dengan hasil validitas yang bergerak diantara 0,75 dan 1,00. Skala kepercayaan diri 45 item dinyatakan valid dan 1 ($V=0,50$; nomor 39) aitem yang tidak valid, dengan pergerakan hasil validitas antara 0,58 hingga 1,00.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil

Kategorisasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan Rerata Empirik (RE) yang didapatkan dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS pada *output descriptive statistics* dengan Rerata Hipotetik (RH) yang diperoleh dari perhitungan manual perhitungan statistik lengkap ada pada lampiran. Kategorisasi ini berdasarkan asumsi yang menyatakan bahwa skor populasi subjek terdistribusi secara normal (Azwar, 2012).

Berdasarkan hasil analisis perhitungan statistik variabel citra diri dapat diketahui bahwa $RE > RH$ dengan hasil rerata empirik (RE) sebesar 112,92 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 90 yang berarti tingkat citra diri tinggi. Kategori skala citra diri diketahui bahwa terdapat 0% atau tidak ada mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri sangat rendah dan rendah. Kategori sedang terdapat 12% (12 mahasiswa), 69% pada kategori tinggi (69 mahasiswi), dan 19% (19 mahasiswa) memiliki tingkat citra diri sangat tinggi. Dari jumlah prosentasi terbanyak menempati kategori tinggi.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan statistik variabel motivasi penggunaan *make up* dapat diketahui bahwa $RE > RH$ dengan hasil rerata empirik (RE) sebesar 60 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 37,5. Yang berarti tingkat motivasi penggunaan *make up* sedang. Kategori skala motivasi penggunaan *make up* diketahui bahwa terdapat 0% atau tidak ada mahasiswa yang memiliki motivasi penggunaan *make up* sangat rendah. Kategori rendah terdapat 7% (7 mahasiswa), 45% (45 mahasiswi) pada kategori sedang, pada kategori tinggi terdapat 41% (41 mahasiswi) dan 7% (7 mahasiswi) memiliki motivasi penggunaan *make up* sangat tinggi. Dari jumlah prosentasi terbanyak menempati kategori sedang.

Berdasarkan hasil analisis perhitungan statistik variabel motivasi penggunaan *make up* dapat diketahui bahwa $RE > RH$ dengan hasil rerata empirik (RE) sebesar 143,29 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 112,5 yang berarti tingkat kepercayaan diri tergolong tinggi. Kategori skala kepercayaan diri diketahui bahwa 0% atau tidak ada mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri sangat rendah dan rendah. Kategori sedang terdapat 11% (11 mahasiswi), 58% pada kategori tinggi (58 mahasiswi), dan 11% (11 mahasiswi) memiliki tingkat kepercayaan diri sangat tinggi. Dari jumlah prosentasi terbanyak menempati kategori tinggi.

3.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS 16.0, hubungan citra diri dan motivasi penggunaan *make up* terhadap kepercayaan diri memiliki nilai F statistik (F) = 69,935 dengan sig. $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang berarti ada hubungan antara citra diri dan motivasi penggunaan *make up* terhadap kepercayaan diri mahasiswi.

Selanjutnya, hasil analisis yang diperoleh antara variabel citra diri terhadap kepercayaan diri memiliki nilai koefisien korelasi (*Pearson Correlation*) (r_{xy}) = 0,768 dengan sig. $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang berarti ada hubungan positif yang signifikan antara citra diri terhadap kepercayaan diri. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan peneliti yaitu ada hubungan positif yang signifikan antara citra diri terhadap kepercayaan diri pada mahasiswi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa citra diri memiliki hubungan yang signifikan dengan kepercayaan diri pada remaja akhir khususnya mahasiswa (Ramadhani & Putrianti, 2014). Amma, Widiani, & Trishinta (2017) juga memaparkan hasil penelitian yang menyatakan bahwa dari 36 remaja, 31 remaja (86,1%) memiliki citra diri positif dan 32 remaja (88,9%) memiliki kepercayaan diri positif, hal tersebut berarti semakin positif citra diri remaja maka kepercayaan diri remaja juga akan semakin positif dalam tindakan maupun interaksi dengan teman ataupun masyarakat di sekitarnya. Remaja yang memiliki citra diri positif dapat menumbuhkan kepercayaan diri positif dengan cara bertindak mandiri dalam melakukan pekerjaan tanpa bantuan orang lain,

timbulnya rasa percaya diri untuk melakukan sesuatu yang positif seperti menolong orang serta menghargai teman, keluarga atau orang lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi citra diri, maka akan semakin tinggi pula kepercayaan diri mahasiswi. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah citra diri, maka akan semakin rendah pula kepercayaan diri mahasiswi tersebut.

Kemudian uji hipotesis hubungan antara variabel motivasi penggunaan *make up* dengan kepercayaan diri memiliki nilai koefisien korelasi (*Pearson Correlation*) (r_{xy}) = - 0,155 dengan sig. $p = 0,062$ ($p < 0,05$), yang berarti tidak ada hubungan/korelasi antara motivasi penggunaan *make up* dengan kepercayaan diri. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis awal yang menyebutkan bahwa semakin tinggi motivasi penggunaan *make up* maka semakin tinggi kepercayaan diri mahasiswi.

Berdasarkan analisis parsial motivasi penggunaan *make up* tidak berkorelasi kepada kepercayaan diri, yang berarti bahwa kepercayaan diri tidak dipengaruhi oleh penggunaan *make up*. Dari hasil penelitian ini, responden tidak memerlukan *make up* untuk meningkatkan kepercayaan dirinya, namun responden lebih memerlukan citra diri untuk meningkatkan kepercayaan dirinya.

Berbagai penelitian mengungkapkan adanya beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri. Fitri, Zola, & Ifdil (2018) mengemukakan faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri remaja ialah mempunyai sikap optimis untuk mengerjakan sesuatu dan berusaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sehingga remaja yang mempunyai kepercayaan diri yang tinggi akan lebih optimis dalam menjalankan segala aktivitasnya, memiliki tujuan yang realistis, sehingga ia mampu membuat tujuan hidup, merencanakan masa depan serta mempunyai keyakinan untuk meraih tujuan yang telah dibuatnya. Faktor lain seperti faktor lingkungan, teman sebaya dan jenis kelamin juga sangat berpengaruh pada kepercayaan diri. Seperti yang dikemukakan oleh Afifah, Hamidah & Burhani (2019), bahwa remaja yang berada pada kelompok homogen akan lebih percaya diri dibandingkan dengan remaja pada kelompok heterogen. Mereka lebih bisa mengekspresikan diri pada lingkungan yang heterogen dibandingkan dengan lingkungan yang heterogen. Selain itu, pola pikir,

kematangan usia, pola asuh, teman sebaya, hubungan keluarga, serta teknologi juga mempengaruhi kepercayaan diri seseorang.

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan yang harus dipertimbangkan untuk penelitian mendatang yaitu pada alat ukur skala motivasi penggunaan *make up* masih terlalu sedikit aitem yang digunakan, serta metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan skala, sehingga data yang didapatkan kurang mendalam untuk melengkapi data, dan perlu adanya penambahan teknik pengambilan sampel seperti wawancara untuk dapat lebih memperkuat data yang didapatkan.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara citra diri dan motivasi penggunaan *make up* terhadap kepercayaan diri mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kemudian secara parsial ada hubungan positif yang signifikan antara citra diri dengan kepercayaan diri mahasiswi yang berarti semakin tinggi tingkat citra diri, maka semakin tinggi kepercayaan diri mahasiswi, begitu pula sebaliknya, semakin rendah tingkat citra diri, maka akan semakin rendah pula kepercayaan diri mahasiswi, serta tidak ada hubungan yang signifikan antara motivasi penggunaan *make up* dengan kepercayaan diri mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Diketahui bahwa mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki tingkat citra diri yang termasuk dalam kategori tinggi. Kemudian untuk motivasi penggunaan *make up* mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta termasuk kedalam kategori normal. Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki kepercayaan diri yang termasuk dalam kategori tinggi.

Setiap variabel bebas memiliki sumbangan efektif yang berbeda pada variabel tergantung. Sumbangan dari ketiga variabel dilihat dari koefisien determinasi $R^2 = 0,590$. Sumbangan Efektif (SE) citra diri terhadap kepercayaan

diri sebesar 58,98% dan motivasi penggunaan *make up* terhadap kepercayaan diri sebesar 0,062%, sedangkan 40,958% dipengaruhi variabel lainnya. Sumbangan variabel citra diri terhadap kepercayaan diri memiliki sumbangan yang sangat besar sementara sumbangan efektif motivasi penggunaan *make up* terhadap kepercayaan diri jauh lebih kecil sehingga dapat disimpulkan bahwa citra diri memiliki hubungan yang bermakna dibandingkan dengan motivasi penggunaan *make up*.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti mengajukan beberapa saran bagi mahasiswi dan peneliti selanjutnya. Bagi mahasiswi disarankan untuk terus meningkatkan citra diri sehingga kepercayaan pada dirinya bisa meningkat dan dapat berdampak positif bagi kegiatan yang dilakukan. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperhatikan variabel lain selain citra diri dan motivasi penggunaan *make up* seperti kematangan emosi dan lain sebagainya, serta ditambah dengan metode wawancara agar lebih memperdalam hasil data yang diperoleh dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B. N. (2019). Analisis Perilaku Konsumtif Produk Kosmetik pada Remaja Putri.
- Afifah, A., Hamidah, D., & Burhani, I. (2019, Juni). Studi Komparasi Tingkat Kepercayaan Diri (Self Confidence) Siswa antara Kelas Homogen dengan Kelas Heterogen di Sekolah Menengah Atas. *Happiness*, 3, 43-53.
- Amma, D. S., Widiani, E., & Trishinta, S. M. (2017). Hubungan Citra Diri dengan Tingkat Kepercayaan Diri Remaja di SMKN 11 Malang Kelas XI. *Nursing News*, 2.
- Angelis, D. B. (2003). *Confidence. Sumber Sukses dan Kemandirian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Anthony, R. (1992). *Rahasia Membangun Kepercayaan Diri (Terjemahan Rita Wahyudi)*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.

- Ardi, P. (2008). Hubungan antara Citra Diri (Self Image) dengan Aspirasi Kerja pada Salesman. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ariesta, J. (2015). Motivasi Membaca Buku OCD (Obsessive Corbuzier Diet) Karya Deddy Corbuzier (Studi pada Kelompok BODY N SOUL Jalan Juanda 8 Kelurahan Air Hitam Kecamatan Samarinda Ullu. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 188-201.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bailey, J. A. (2003, May). Self-Image, Self-Concept, and Self-Identity Revisited. *Journal of the National Medical Association*, 95.
- Burns, R. (1993). *Konsep Diri: Teori, Pengukuran, perkembangan dan Perilaku*. Jakarta: Arcan.
- Cahyu. (2018). *Kepercayaan Diri Remaja Perempuan Indonesia Masih Rendah. Apa Solusinya?* Jakarta: liputan6.com.
- Daradjat, Z. (1995). *Kesehatan Mental*. Jakarta: PT. Gunung Agung.
- Fitri, E., Zola, N., & Ifdil, I. (2018). Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4, 1-5.
- Hakim, T. (2005). *Mengatasi Rasa tidak Percaya Diri*. Jakarta: Puspa Swara.
- Hedratno, K. D. (2019). Hubungan Motivasi Diri dengan Tingkat Stres pada Pasien Kanker Payudara dalam Menjalani Kemoterapi di RS Tingkat III Baladhika Husada Jember.
- Kaligis, F., Wiguna, T., & Widyawati, I. (2009, Maret). Efektivitas Pelatihan Kecakapan Hidup. *Maj Kedokt Indon*, 59.
- Kartono, K. (2008). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Kumalasari, M. (2019). Kepercayaan Diri pada Mahasiswi Pengguna Make Up di Surakarta. Skripsi.
- Magdalena, S. M. (2015). Study on the structuring of self-image in early childhood. *Social and behavioral sciences*, 619-624.
- Mastuti, & Aswi. (2008). *50 Kiat percaya diri*. Jakarta: PT. Buku Kita.
- Nurwendah, W., & Suyanto, S. (2019). Relationship among Self-Motivation, Self-Efficacy and Achievement of High School Student in Biology. *Journal of Physics*, 1233.
- Pangestianto, B. (2018). Hubungan Kepercayaan Diri dengan Adversity Quotient Karyawan (pada Frontliner BRI Tulungagung).
- Ramadhani, T. N., & Putrianti, F. G. (2014, Mei). Hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Citra Diri pada Remaja Akhir. *Jurnal Spirits*, 4.
- Santrock, J. W. (2009). *Psikologi Pendidikan (Educational Psychology)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. B. (2001). *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Kompas Media Nusantara.
- Taylor, R. (2011). *Kiat-Kiat Pede untuk Meningkatkan Rasa Percaya Diri*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar psikologi Umum*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Yoo, J.-J., & Kim, H.-Y. (2010). Use of Beauty Products among U.S. Adolescents: An Exploration of Media Influence. *Bridging Fashion and Marketing*(3), 172-181.