

ABSTRAK

Make up dapat mempengaruhi aspek psikologis seseorang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui gambaran self-esteem pada mahasiswi yang menggunakan make up jurusan public relations di Universitas 'X' Jakarta. Teori yang digunakan yaitu teori self-esteem Coopersmith (1967). Rancangan penelitian menggunakan metode deskriptif.

Alat ukur berupa kuesioner yang disusun peneliti berdasarkan teori Coopersmith (1967), mencakup 4 aspek yaitu power, significance, competence, dan virtue. Validitas diukur menggunakan korelasi Rank Spearman menunjukkan 45 item diterima dengan nilai validitas 0,308 sampai dengan 0,725. Reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach menunjukkan alat ukur reliabel dengan nilai reliabilitas 0,940. Faktor yang mempengaruhi self-esteem dijarang melalui kuesioner data penunjang. Sampel penelitian berjumlah 100 orang yang dipilih berdasarkan teknik purposive sampling. Teknik analisis data penelitian ini dengan menghitung uji statistik distribusi frekuensi dan tabulasi silang self-esteem dengan data penunjang.

Berdasarkan hasil pengolahan data, sebanyak 50,0% responden memiliki self-esteem tinggi dan 50,0% lainnya memiliki self-esteem rendah. Persentase self-esteem tinggi menunjukkan aspek power, significance, competence, dan virtue yang juga tinggi. Persentase self-esteem rendah menunjukkan aspek power, significance, competence yang juga rendah, kecuali pada aspek virtue sebagian menunjukkan derajat yang tinggi. Faktor yang berkaitan yaitu nilai-nilai dan aspirasi-aspirasi (alasan menggunakan make up dan nilai-nilai penting kehidupan), serta respon terhadap devaluasi diri (respon terhadap kegagalan).

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi Universitas 'X' Jakarta untuk segera melakukan program kemahasiswaan, misalnya seperti seminar dan pelatihan yang mampu meningkatkan self-esteem mahasiswi, sehingga membantu mahasiswi untuk memiliki cara pandang yang positif terhadap dirinya dan mampu mengembangkan potensi yang dimiliki.

Kata kunci : self-esteem, power, significance, competence, virtue, make up

ABSTRACT

Make up may affect people's psychological aspects. This study is conducted to get a self-esteem overview of Public Relations female students who wear make up at University 'X' Jakarta. This study employs Coopersmith (1967) self-esteem theory and uses a descriptive method.

The questionnaire used as the instrument is developed by the researcher based on Coopersmith theory, it involves four aspects of self-esteem, they are power, significance, competence, and virtue. Validity measured using Rank Spearman's correlation shows that all the 45 questionnaire items are valid with validity scores range from 0,308 to 0,725. Alpha Cronbach formula is used to get reliability and it scores 0,940, meaning the instrument is reliable. Factors affecting self-esteem are captured through a supporting data questionnaire. It involves 100 samples selected using purposive sampling technique. Data analysis is conducted by calculating the frequency distribution, and cross tabulation of self-esteem and the supporting data.

Result of the data analysis show that 50,0% of the respondents have high self-esteem and the other 50,0% have low self-esteem. Those with high self-esteem show that their aspects of power, significance, competence, and virtue are also high, while the percentage with low self-esteem show that their aspects of power, significance, and competence are low, but the aspect of virtue is partially of high degree. Factors that influence to each other are values and aspirations (on the reasons of using make up and important values of life) as well as responses to self-devaluation (response to failure).

The results of this study can be used as a consideration by University 'X' Jakarta to immediately conduct special training programs for the students, like seminars or short courses, that may enhance students self-esteem which eventually may support students to have a positive view of themselves and be able to develop their potentials.

Keywords : self-esteem, power, significance, competence, virtue, make up

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4.1 Kegunaan Teoretis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5 Kerangka Pemikiran	11

1.5.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	19
1.6 Asumsi Penelitian.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 <i>Self-esteem</i>	21
2.1.1 Definisi <i>Self-esteem</i>	21
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi <i>Self-esteem</i>	21
2.1.3 Aspek <i>Self-esteem</i>	23
2.1.4 Area dalam <i>Self-esteem</i>	25
2.1.5 Derajat <i>Self-esteem</i>	26
2.2 Masa Dewasa Awal.....	28
2.2.1 Tugas Perkembangan Masa Dewasa Awal	28
2.2.2 Perkembangan Fisik.....	29
2.2.3 Perkembangan Kognitif.....	29
2.2.4 Perkembangan Sosio-Emosional.....	30
2.3 Kosmetik	30
2.3.1 Definisi Kosmetik	30
2.3.2 Jenis-Jenis Kosmetik.....	30
2.3.3 Fungsi <i>Make Up</i>	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian	33
3.2 Bagan Prosedur Penelitian	33
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	34
3.3.1 Variabel Penelitian	34
3.3.2 Definisi Konseptual.....	34

3.3.3 Definisi Operasional.....	34
3.4 Alat Ukur.....	35
3.4.1 Kuesioner <i>Self-esteem</i>	35
3.4.2 Sistem Penilaian	37
3.4.3 Data Pribadi dan Data Penunjang.....	38
3.4.4 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	39
3.4.4.1 Validitas Alat Ukur	39
3.4.4.2 Reliabilitas Alat Ukur	39
3.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.5.1 Populasi Sasaran.....	40
3.5.2 Karakteristik Sampel.....	40
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Responden	42
4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Semester.....	43
4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Make Up</i>	43
4.1.4 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis <i>Make Up</i> yang Digunakan	44
4.1.5 Gambaran Responden Berdasarkan Tempat yang Dituju	45
4.1.6 Gambaran Responden Berdasarkan Kegiatan yang Dilakukan.....	46
4.2 Hasil Penelitian	47
4.3 Pembahasan.....	48
4.4 Diskusi.....	55

BAB V SIMPULAN DAN SARAN56

5.1 Simpulan.....56

5.2 Saran.....57

 5.2.1 Saran Teoretis.....57

 5.2.2 Saran Praktis.....57

DAFTAR PUSTAKA59

DAFTAR RUJUKAN60

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Alat Ukur	36
Tabel 3.2 Skor Item	37
Tabel 3.3 Norma <i>Try Out</i>	38
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Semester	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan <i>Make Up</i> dalam Satu Minggu	43
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis <i>Make Up</i> yang Digunakan	44
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Tempat yang Dituju Ketika Menggunakan <i>Make Up</i>	45
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Kegiatan yang Dilakukan Ketika Menggunakan <i>Make Up</i>	46
Tabel 4.7 <i>Self-esteem</i> Responden.....	47
Tabel 4.8 Skor Aspek <i>Self-esteem</i>	47

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Bagan 3.1 Prosedur Penelitian	33



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Lembar Persetujuan dan Kuesioner
LAMPIRAN 2	Validitas dan Reliabilitas
LAMPIRAN 3	Hasil Penelitian (<i>Self-esteem</i> Responden)
LAMPIRAN 4	Tabulasi Silang Aspek <i>Self-esteem</i> dan Data Penunjang
LAMPIRAN 5	Tabulasi Silang <i>Make Up</i>
LAMPIRAN 6	Data Peneliti

