

Hubungan Antara *Body Image* dengan Perilaku Konsumtif Pada Penonton

Beauty YouTuber

Finnamawadda Arcintya Putri

Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada

INTISARI

Perkembangan globalisasi serta munculnya para *beauty YouTuber* meningkatkan minat perempuan terhadap kosmetik. Internet menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat sehingga perempuan lebih mudah tertarik pada kosmetik. Peningkatan minat perempuan terhadap kosmetik tersebut juga meningkatkan perilaku konsumtif dalam membeli produk-produk kosmetik. Kemudahan dalam mengakses internet tersebut juga menyebabkan perempuan membandingkan dirinya dengan sosok *beauty YouTuber* yang menjadi gambaran tubuh idealnya. Penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa *body image* yang rendah akan meningkatkan perilaku konsumtif. Maka penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan *body image* dengan perilaku konsumtif pada penonton *beauty YouTuber*.

Penelitian ini menggunakan 155 subjek yang memiliki kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai penonton *beauty YouTuber* dengan kisaran usia antara 18-27 tahun. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Instrumen pengambilan data berupa skala *body image* dan skala perilaku konsumtif. Analisis menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Pearson. Pengolahan statistik dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 16.0 *for Windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan angka korelasi sebesar $r=-0,540$, dengan $p=0,01$ ($p<0,05$). Angka tersebut menunjukkan ada korelasi negatif dan signifikan antara kedua variabel. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang negatif dan signifikan antara *body image* dengan perilaku konsumtif pada penonton *beauty YouTuber*.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, *Body Image*, Penonton *Beauty YouTuber*, *Beauty YouTuber*.

***The Correlation Between Body Image with Consumptive Behaviour in Beauty
YouTubers Viewers***

Finnamawadda Arcintya Putri

Faculty of Phychology Gadjah Mada University

ABSTRACT

In this globalization era, the emergence of beauty YouTuber shows increasing interest in cosmetic in Indonesian women. Easy access to internet makes them more easily interested to cosmetic products. The increasing of interest to in cosmetic also affect on consumptive behavior in Indonesian women. The increasing popularity of beauty Youtuber makes them comparing their body image to their ideal self. Past study show that low body image will increase consumptive behavior. The purpose of this study is to determine the correlation between body image and consumptive behavior in beauty YouTuber viewers.

The population of this study use 155 subject with criteria that already set by the reasearcher as beauty YouTuber viewers with age range from 18-27 years old. This study use quantitative approach. Analysis of this study use Product Moment correlation technique from Pearson with SPSS 16.0 for Windows.

The result of this study have shown correlation determinant $r=-0,545$, with $p=0,01$ ($p<0,05$). That is mean that negative and significant correlation between body image and consumptive behavior.

Key Word : Body Image, Consumptive Behaviour, Beauty YouTuber Viewers, Beauty YouTuber.