

**NO. DAFTAR FPIPS: 0393/UN40.F2.13/PT.01.07/2021**

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT  
KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

(Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @scarlett\_whitening)

**SKRIPSI**

*diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada  
Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*



Oleh

Sarah Alifa Putri

NIM 1704017

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

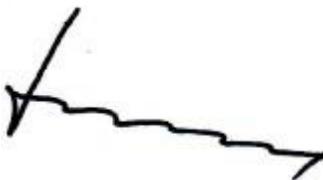
**SARAH ALIFA PUTRI**

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT  
KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

**(Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @scarlett\_whitening)**

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



**Prof. Dr. H. Johar Permana, M.A.**

**NIP. 195908141985503104**

Pembimbing II,



**Yeni Kurniawati Sumantri, S.Pd., M.Pd.**

**NIP. 197706022003122001**

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia



**Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si**

**NIP. 198507172014041001**

Sarah Alifa Putri, 2021

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT  
KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**  
**(Studi Korelasi pada Pengikut Akun Instagram @scarlett\_whitening)**

Oleh  
**Sarah Alifa Putri**

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Sarah Alifa Putri  
Universitas Pendidikan Indonesia  
2021

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, fotocopy,  
atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis

Sarah Alifa Putri, 2021

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## ABSTRAK

Persepsi mencerahkan kulit yang diterapkan oleh produk kecantikan akan menghasilkan suatu respon dari perempuan sebagai konsumennya. Tujuan penelitian yaitu untuk menilai ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara persepsi mencerahkan kulit dengan tingkat kepercayaan diri perempuan muda. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif di mana variabel X yakni sensasi, atensi, dan respon akan diukur pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan diri (Y). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan populasi perempuan muda pengikut akun Instagram @scarlett\_whitening. Penelitian dilakukan dengan melibatkan 400 sampel dengan rentang usia 18 sampai dengan 34 tahun. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa persepsi mencerahkan kulit (X) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepercayaan diri perempuan muda, dengan aspek respon yang memberikan pengaruh paling kuat dengan nilai regresi sebesar 0,871. Artinya, perubahan naik turunnya nilai X1 satuan akan meningkatkan kenaikan, begitu pula sebaliknya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti merekomendasikan adanya penelitian lanjutan diluar konteks mencerahkan kulit untuk mengetahui faktor lain yang dapat meningkatkan kepercayaan diri perempuan muda.

Kata kunci: persepsi mencerahkan kulit, kepercayaan diri, perempuan muda

Sarah Alifa Putri, 2021

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## ABSTRACT

Perception of skin brightening applied by beauty products will result in a response from women as consumers. The purpose of this study is to assess whether there is a significant effect between the perception of skin brightening and the level of self-confidence of young women. This study uses a quantitative research method in which the variable X, namely sensation, attention, and response will be measured its influence on the level of self-confidence (Y). The sampling technique used is purposive sampling with a population of young women who follow the Instagram account @scarlett\_whitening. The study conducted, involved 400 samples with an age range of 18 to 34 years. The study found that the perception of skin brightening (X) had a significant effect on the level of self-confidence of young women, with response as one of the aspects, it has the strongest influence with a regression value of 0,871. Which means, when there are changes in the ups and downs of the X1 value unit will increase, and vice versa. Based on the results of this study, the researcher recommends further research outside the context of brightening the skin to find out other factors that can increase the confidence of young women.

Keywords: perception of skin brightening, self-confidence, young women

Sarah Alifa Putri, 2021

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
UCAPAN TERIMA KASIH .....	ii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II .....	12
KAJIAN PUSTAKA .....	12
2.1 Pembentukan Persepsi Mencerahkan Kulit .....	12
2.2 Kulit Cerah Sebagai Faktor Kepercayaan Diri .....	17
2.3 Keterkaitan Kosmetik Mencerahkan dan Kepercayaan Diri .....	20
2.4 Media Sosial Sebagai Media Pengiklanan .....	21
2.4.1 Media Sosial .....	21
2.4.2 Instagram @scarlett_whitening .....	24
2.5 Teori Rujukan Penelitian .....	26
2.5.1 Teori S-O-R .....	26
2.5.2 Teori Kepercayaan Diri ( <i>Self-confidence Theory</i> ) .....	27
2.6 Penelitian Terdahulu .....	28
2.7 Kerangka Pemikiran .....	33

Sarah Alifa Putri, 2021

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.8 Paradigma Penelitian .....	34
2.9 Hipotesis.....	35
BAB III.....	36
METODE PENELITIAN .....	36
3.1 Metodologi Penelitian .....	36
3.2 Pendekatan Penelitian .....	36
3.3 Partisipan.....	37
3.4 Populasi dan Sampel .....	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5.1 Kuesioner (Angket).....	40
3.5.2 Studi Kepustakaan .....	41
3.6 Prosedur Penelitian .....	41
3.7 Operasional Variabel.....	41
3.8 Pengujian Analisis Data .....	47
3.8.1 Uji Validitas.....	47
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	50
3.9 Teknik Analisis Data.....	51
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.10.1 Uji Normalitas .....	53
3.10.2 Uji Multikolinearitas .....	53
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.11 Uji Hipotesis .....	54
3.11.1 Uji Korelasi .....	54
3.11.2 Uji Simultan (Uji F) .....	55
3.11.3 Uji t .....	55
3.11.4 Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	56
3.11.5 Regresi Linier Berganda.....	56
BAB IV.....	58
PEMBAHASAN .....	58
4.1 Profil Responden.....	58
4.2 Karakteristik Responden .....	58

Sarah Alifa Putri, 2021

**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	59
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	59
4.3	Analisis Deskripsi Tanggapan Responden .....	60
4.3.1	Gambaran Umum Persepsi Mencerahkan Kulit .....	61
4.3.2	Gambaran Umum Tingkat Kepercayaan Diri.....	70
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	82
4.4.1	Uji Normalitas .....	82
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	83
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	84
4.5	Uji Hipotesis .....	85
4.5.1	Uji Korelasi .....	85
4.5.2	Uji Simultan (Uji F) .....	87
4.5.3	Uji t .....	88
4.5.4	Uji Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	89
4.5.5	Regresi Linier Berganda.....	89
4.6	Pembahasan .....	90
4.6.1	Respon Sebagai Faktor Yang Paling Menentukan Tingkat Kepercayaan Diri Perempuan Muda .....	91
4.6.2	Kepercayaan Diri Meningkat Dengan Adanya Persepsi Mencerahkan Kulit .....	93
BAB V	.....	95
SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	.....	95
5.1	Simpulan.....	95
5.2	Implikasi.....	96
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	97
5.2.2	Implikasi Praktis .....	98
5.3	Rekomendasi .....	99
DAFTAR PUSTAKA	.....	xii
LAMPIRAN	.....	101

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. F. (2015). Analisis Persepsi Pelajar Tingkat Menengah Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. *Edukasia: Jurnal Penelitian Pendidikan Islam*, 10(1), 189–210. <https://doi.org/10.21043/edukasia.v10i1.791>
- Ali, M. (2014). *Memahami Riset Perilaku dan Sosial* (Yayat Sri Rahayati, Ed.). Jakarta: Bumi Aksara.
- Alrayyes, S. F., Alrayyes, S. F., & Farooq, U. D. (2019). Skin-lightening patterns among female students: A cross-sectional study in Saudi Arabia. *International Journal of Women's Dermatology*, 5(4), 246–250. <https://doi.org/10.1016/j.ijwd.2019.04.026>
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Arikunto, S. (2010). *Metode Peneltian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badriya, L., Fitriyah, N., & Sary, K. A. (2018). Persepsi Audiens terhadap Kecantikan Perempuan oleh Beauty Vlogger di Youtube (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unmul). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 6(4), 357–371.
- Bungin, B. (2014). *Penelitian Kualitatif untuk Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Politik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Calder, B. J., Isaac, M. S., & Malthouse, E. C. (2016). How to capture consumer experiences: A context-specific approach to measuring engagement: Predicting consumer behavior across qualitatively different experiences. *Journal of Advertising Research*, 56(1), 39–52. <https://doi.org/10.2501/JAR-2015-028>
- Choma, B. L., & Prusaczyk, E. (2018). The Effects of System Justifying Beliefs on Skin-Tone Surveillance, Skin-Color Dissatisfaction, and Skin-Bleaching Behavior. *Psychology of Women Quarterly*, 42(2), 162–177. <https://doi.org/10.1177/0361684317747845>  
Sarah Alifa Putri, 2021
- PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**

- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran* (Edisi Keem). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cuny, C., & Opaswongkarn, T. (2017). “Why Do Young Thai Women Desire White Skin?” Understanding Conscious and Nonconscious Motivations of Young Women in Bangkok. *Psychology & Marketing*, 34(5), 556–568.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Davids, L. M., Van Wyk, J., Khumalo, N. P., & Jablonski, N. G. (2016). The phenomenon of skin lightening: Is it right to be light? *South African Journal of Science*, 112(11–12). <https://doi.org/10.17159/sajs.2016/20160056>
- Deni, A. U., & Ifdil. (2016). Konsep Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Educato*, 2(2), 43–52.
- Dimara, G. Y. (2019). Perlukah Kita Memakai Skin Care dari Usia Remaja? Retrieved March 11, 2021, from Kumparan website: <https://kumparan.com/kumparanwoman/perlukah-kita-memakai-skin-care-dari-usia-remaja-1rfDO4Z9AZA/full>
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fatchurahman, M., & Pratikto, H. (2012). Kepercayaan Diri, Kematangan Emosi, Pola Asuh Orang Tua Demokratis dan Kenakalan Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2), 77–87. <https://doi.org/10.30996/persona.v1i2.27>
- Framanik. (2012). *Komunikasi Persuasi*. Serang: Kocipta Publising.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang*. Penerbit Andi.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (VIII)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibson, J. J. (2015). The Ecological Approach to Visual Perception. In *Psychology Press*. <https://doi.org/10.4324/9781315514413-18>
- Sarah Alifa Putri, 2021
- PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**
- Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Girindra, A., Weliangan, H., & Pardede, Y. O. K. (2018). Citra Tubuh Dan Kepercayaan Diri Pada Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wardah. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 143–152.  
<https://doi.org/10.35760/psi.2018.v11i2.2259>
- Hamdan, N. (2019). Pengguna Instagram di Indonesia Terbesar ke-4 Dunia. Retrieved February 25, 2021, from Tagar.id website: <https://www.tagar.id/pengguna-instagram-di-indonesia-terbesar-ke4-dunia>
- Harris, M. A., & Orth, U. (2019). The link between self-esteem and social relationships: A meta-analysis of longitudinal studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1–20.  
<https://doi.org/10.1037/pspp0000265>
- Haryanto, A. T. (2020). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. Retrieved from detikInet website: <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2017). Hubungan Body Image dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 2(3), 107–113.
- Iman, M. (2020). Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial. Retrieved February 28, 2021, from GoodNews From Indonesia website:  
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Jayani, D. H. (2020). No Title. Retrieved from databoks website:  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Kim, S., & Lee, Y. (2018). Why do women want to be beautiful? A qualitative study proposing a new “human beauty values” concept. *PLoS ONE*, 13(8), 1–25.  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0201347>
- Krueger, J. (2000). *A Building Block of Social Comparison Processes*.
- Kumar, S., Murphy, M., Talwar, S., Kaur, P., & Dhir, A. (2021). What drives brand love and Sarah Alifa Putri, 2021  
**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- purchase intentions toward the local food distribution system? A study of social media-based REKO (fair consumption) groups. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60(102444), 12. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102444>
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan.
- Larasati, D. A., & Arymami, D. (2018). PEREMPUAN DAN KAMPANYE DIGITAL (Analisis Resepsi Perempuan terhadap Kampanye Digital Bangga Dengan Warna Kulitmu Clean & Clear di Media Sosial).
- Lisanias, C. V., Loekmono, J. T. L., & Windrawanto, Y. (2019). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kecemasan Berbicara di Depan Umum Pada Mahasiswa Progdi Pendidikan Sejarah UKSW Salatiga. *Jurnal Psikologi Konseling*, 15(2), 462–473.
- Marway, H. (2018). Should We Genetically Select for the Beauty Norm of Fair Skin? *Health Care Analysis*, 26(3), 246–268. <https://doi.org/10.1007/s10728-017-0341-y>
- Puspa, R. (2010). Isu Ras dan Warna Kulit dalam Konstruksi Kecantikan Ideal Perempuan. *Urban Studies: Arts, Culture, and History*, 23(4), 312–323.
- Rachmat, K. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi* (28th ed.; T. Surjaman, Ed.). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhani, T. N., & Putrianti, F. G. (2014). Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Citra Diri pada Remaja Akhir. *Jurnal SPIRITS*, 4(2), 22–32.
- Riduwan. (2016). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Sakinah. (2018). “Ini Bukan Lelucon”: Body Shaming, Citra Tubuh, Dampak dan Cara Mengatasinya. *Jurnal Emik*, 1(1), 53–67.
- Saraswati, L. A. (2017). *Putih: Warna Kulit, Ras, dan Kecantikan di Indonesia Transnasional*  
Sarah Alifa Putri, 2021  
**PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- (N. D. Andarnuswari, Ed.). Jakarta: Marjin Kiri.
- Sari, A. T. P. (2017). “Tidak Menang Tampang Doang”: Kombinasi Outer dan Inner Beauty di Kalangan Mahasiswi. *Etnosia: Jurnal Etnografi Indonesia*, 3(1), 22–47.
- Sari, R. (2017). Konstruksi Makna Cantik Bagi Mahasiswi Universitas Riau Berkulit Coklat. *JOM FISIP*, 4(1), 1–15.
- Sarosa, A. P. (2018, August 20). Alasan Wanita Muda Indonesia Masih Mementingkan Kulit Putih. *Tempo*. Retrieved from <https://cantik.tempo.co/read/1118977/alasan-wanita-muda-indonesia-masih-mementingkan-kulit-putih/full&view=ok>
- Sarwono, J. (2011). *Buku Pintar IBM SPSS Statistics 19*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Shochrul R., A., Sari, D. W., & Setianto, R. H. (2011). *Cara Cerdas Menguasai Eviews*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siswanta. (2015). Informasi Kesehatan di Media Online. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(3), 210–223.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. P. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan. Pendekatan Kuantitatif*.
- Sukardi. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Susilawati, D. (2017, August 22). Remaja Indonesia Pandang Kecantikan dari Putihnya Kulit. *Republika*. Retrieved from <https://republika.co.id/berita/ov2cip328/remaja-indonesia-pandang-kecantikan-dari-putihnya-kulit>
- Syam, A., & Amri. (2017). Pengaruh Kepercayaan Diri (Self Confidence) Berbasis Kaderisasi IMM Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa. *Jurnal Biotek*, 5(1), 87–102. Retrieved from <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/biotek/article/viewFile/3448/3243>
- Tampi, F. E. I., David, L., & Opod, H. (2016). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Jerawat (Acne Vulgaris) Pada Remaja Kelas X-Xii Ipa Sman 9 Binsus Manado. *Jurnal E-Sarah Alifa Putri*, 2021
- PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**
- Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Biomedik*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.35790/ebm.4.1.2016.11054>
- Tracy, B. (2012). *The Power of Self-Confidence: Become Unstoppable, Irresistible, and Unafraind in Every Area of Your Life* (1st ed.). John Wiley & Sons, Ltd.
- Tsunokai, G. T., Kposowa, A. J., Carroll, E., & Karamoko, M. (2019). The color continuum: Skin tone and online dating preferences among Asian Americans. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(11–12), 4027–4047. <https://doi.org/10.1177/0265407519847772>
- Umarela, F. H., Dwityas, N. A., & Zahra, D. R. (2020). Representasi ideologi supremasi kulit putih dalam iklan televisi. *ProTVF*, 4(1), 64–84. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v4i1.25172>
- Unde, A. A., & Seniwati. (2019). S-O-R Theory and the issues of environment: The role of online social media in affecting public opinion. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/343/1/012102>
- Voorveld, H. A. M., van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement with Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role of Platform Type. *Journal of Advertising*, 47(1), 38–54. <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1405754>
- Wardani, E., & Hastjarja, D. (2013). Pengaruh facial image, cosmetic usage pada brand personality dan brand attitude. *Fokus Manajerial*, 12(1), 41–57.
- Wibowo. (2013). *Perilaku Dalam Organisasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Widayati, W., & Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 1–20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>
- Wiranatha, F. D., & Supriyadi, S. (2015). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Kepercayaan Diri Pada Remaja Pelajar Puteri Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 38–47. <https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p04>
- Wirasari, I. (2016). Kajian Kecantikan Kaum Perempuan Dalam Iklan. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 1(2), 146–156. <https://doi.org/10.25124/demandia.v1i02.278>
- Sarah Alifa Putri, 2021
- PENGARUH PERSEPSI MENCERAHKAN KULIT TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PEREMPUAN MUDA**
- Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Zhu, Y. Q., & Chen, H. G. (2015). Social media and human need satisfaction: Implications for social media marketing. *Business Horizons*, 58(3), 335–345.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2015.01.006>