

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9

BAB II DASAR TEORI

A. Citra Tubuh Perempuan.....	11
1. Pengertian Citra Tubuh.....	11
2. Aspek-aspek Citra Tubuh.....	12
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Tubuh.....	15
4. Pengaruh Citra Tubuh.....	17
5. Citra Tubuh pada Perempuan.....	18
B. Internalisasi Media Iklan Kosmetik.....	19
1. Pengertian Internalisasi.....	19



2. Aspek-aspek Internalisasi.....	21
3. Pengertian Media Iklan.....	23
4. Jenis Media Iklan.....	24
5. Fungsi Iklan.....	25
6. Sifat Iklan.....	26
7. Tujuan Iklan.....	27
8. Pengertian Kosmetik.....	28
9. Proses Internalisasi Media Iklan Kosmetik.....	29
10. Teori-teori Internalisasi Media dan Citra Tubuh.....	30
C. Hubungan Internalisasi Media Iklan Kosmetik terhadap Citra Tubuh Perempuan.....	32
D. Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel.....	36
B. Definisi Operasional.....	36
1. Citra Tubuh Perempuan.....	36
2. Internalisasi Media Iklan Kosmetik.....	36
C. Subjek Penelitian.....	37
D. Metode Pengumpulan Data.....	38
E. Instrumen Pengambilan Data.....	39
1. Skala Citra Tubuh.....	39
2. Skala Internalisasi Media Iklan Kosmetik.....	40
F. Validitas dan Reliabilitas.....	41
G. Metode Pengolahan Data.....	42
BAB IV PELAKSANAAN PENELITIAN DAN HASIL ANALISIS	
A. Orientasi Kacah.....	44
B. Pelaksanaan Penelitian.....	44
1. Persiapan Penelitian.....	44



2. Pelaksanaan Uji Coba Alat Ukur.....	45
3. Pelaksanaan Penelitian.....	46
C. Deskripsi Data.....	47
1. Deskripsi Data Subjek.....	47
2. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	48
D. Hasil Uji Prasyarat Analisis.....	49
1. Uji Normalitas.....	49
2. Uji Linearitas.....	49
3. Uji Hipotesis.....	50
E. Pembahasan.....	52
F. Keterbatasan Penelitian.....	55
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58



DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Gambar 1. Unggahan poster iklan yang diunggah di internet.....	5
Gambar 2. Unggahan poster iklan kosmetik Maybelline yang diunggah di Internet.....	6
Tabel 1. Sebaran Aitem Skala Citra Tubuh.....	38
Tabel 2. Sebaran Aitem Skala Internalisasi Media Iklan Kosmetik Sebelum Uji Coba.....	39
Tabel 3. Distribusi Aitem Skala Internalisasi Media Iklan Kosmetik Sebelum Uji Coba.....	42
Tabel 4. Distribusi Aitem Skala Internalisasi Media Iklan Kosmetik Setelah Uji Coba Dengan Nomor Baru.....	42
Tabel 5. Rincian Usia Subjek.....	43
Tabel 6. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	45
Tabel 7. Hasil Uji Linearitas.....	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Blue Print Skala Citra Tubuh dan Internalisasi Media Iklan Kosmetik	67
Lampiran 2. Skala Citra Tubuh.....	75
Lampiran 3. Skala Internalisasi Media Iklan Kosmetik Setelah Uji Coba.....	78
Lampiran 4. Uji Reliabilitas Internalisasi Media Iklan Kosmetik.....	84
Lampiran 5. Deskripsi Data Penelitian.....	91
Lampiran 6. Uji Normalitas.....	92
Lampiran 7. Uji Linearitas.....	93
Lampiran 8. Uji Hipotesis.....	94
Lampiran 9. Data Respon Skala Citra Tubuh.....	96
Lampiran 10. Data Respon Skala Internalisasi Media Iklan Kosmetik.....	102