

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kerangka Pemikiran	4
1. <i>Body image</i>	4
2. Instagram dan <i>Body Image</i>	9
3. Proses Produksi Konten Instagram	13
F. Kerangka Konsep	16
1. Operasional Konsep	18
2. Definisi Operasional	20
G. Hipotesis Penelitian	23
H. Metodologi Penelitian	23
1. Objek Penelitian	23
2. Metode Penelitian	24
3. Populasi dan Sampel	25
4. Teknik Pengambilan Sampel	26
5. Teknik Pengumpulan Data	26
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	27

7. Teknik Analisis Data.....	27
BAB II.....	29
A. <i>Body Image</i> , Perempuan dan Media.....	29
B. Perilaku konsumsi produk kecantikan	34
C. Media Sosial dan Instagram Sebagai Kanal Media	37
D. Dinamika <i>Body Image</i> dalam Media Sosial Instagram.....	39
BAB III	43
A. Perempuan Indonesia dan Konstruksi Kecantikan di Media	43
B. Perilaku pengguna Instagram perempuan	50
BAB IV	53
A. Temuan	53
1. Uji validitas	53
2. Uji reliabilitas	53
3. Deskripsi responden.....	54
4. Faktor dominan dalam variabel independen dan dependen (analisis <i>mean</i>) ..	83
5. Besaran kekuatan hubungan pada <i>body image concern</i> dan proses produksi konten Instagram	93
6. Besaran nilai pengaruh dari <i>body image concern</i> terhadap proses produksi konten Instagram	101
7. Faktor pembentuk jawaban responden (analisis <i>crosstab</i>)	106
B. Pembahasan.....	134
BAB V	140
A. Kesimpulan.....	140
B. Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN.....	154

DAFTAR GAMBAR, TABEL, DAN GRAFIK

GAMBAR

Gambar 3.1	Perempuan Dayak.....	45
Gambar 3.2	Iklan Kecantikan Zaman Dulu.....	48
Gambar 4.1	Konten <i>Body Positivity</i> Candrika Soewarno.....	121
Gambar 4.2	Konten Kecantikan Jenny Jusuf.....	121
Gambar 4.3	Tren <i>Golden Hour Selfie Effect</i> Tyna Kanna Mirdad.....	133
Gambar 4.4	<i>Photo Filter Preference</i> Agnes Oryza.....	134

TABEL

Tabel 1.1	Operasional Konsep.....	18
Tabel 4.1	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	54
Tabel 4.2	Kategori Informasi.....	65
Tabel 4.3	Aplikasi Untuk Mengambil foto.....	68
Tabel 4.4	<i>Editing</i> yang Digunakan.....	70
Tabel 4.5	Aplikasi <i>Editing</i> Foto.....	71
Tabel 4.6	Upaya Kontrol Bentuk Tubuh.....	78
Tabel 4.7	Penggunaan <i>Make-up</i>	80
Tabel 4.8	Perawatan Wajah.....	82
Tabel 4.9	Dimensi <i>Perceptual</i>	84
Tabel 4.10	Dimensi <i>Attitudinal</i>	86
Tabel 4.11	Dimensi <i>Behavioral</i>	88
Tabel 4.12	Dimensi Produksi.....	90

Tabel 4.13	Dimensi Publikasi.....	92
Tabel 4.14	Analisis Pearson Test Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen.....	94
Tabel 4.15	Analisis Pearson Test Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen.....	95
Tabel 4.16	<i>Variables Entered/Removed</i>	102
Tabel 4.17	Uji Regresi <i>Coefficient</i>	102
Tabel 4.18	<i>Model Summary</i>	103
Tabel 4.19	Hubungan antara usia dengan aktivitas yang dilakukan di Instagram.....	107
Tabel 4.20	Persebaran Jawaban Usia*Aktivitas yang dilakukan di Instagram.....	108
Tabel 4.21	Hubungan antara pengaruh pandangan kecantikan dengan upaya mengontrol bentuk tubuh.....	112
Tabel 4.22	Hubungan antara pengaruh pandangan kecantikan dengan <i>body image concern</i>	122
Tabel 4.23	Hubungan antara pengaruh pandangan kecantikan dengan proses produksi konten Instagram.....	129

GRAFIK

Grafik 1.1	Kerangka Konsep.....	17
Grafik 4.1	Usia.....	55
Grafik 4.2	Profesi.....	57
Grafik 4.3	Pengeluaran setiap bulan.....	59
Grafik 4.4	Estimasi Penggunaan Instagram Harian.....	60



Grafik 4.5	Aktivitas di Instagram.....	62
Grafik 4.6	Fitur Paling Sering Diakses.....	63
Grafik 4.7	Bercermin.....	74
Grafik 4.8	Pengaruh Pandangan Kecantikan.....	76
Grafik 4.9	Usia dan Aktivitas di Instagram.....	109
Grafik 4.10	Pengaruh Pandangan Kecantikan dan Diet.....	114
Grafik 4.11	Pengaruh Pandangan Kecantikan dan Olah Raga.....	117
Grafik 4.12	Pengaruh Pandangan Kecantikan dan Upaya Medis.....	118
Grafik 4.13	Pengaruh Pandangan Kecantikan dan Tidak Melakukan Kontrol Bentuk Tubuh.....	120
Grafik 4.14	Pengaruh Pandangan Kecantikan dan Kepuasan Penampilan.....	125
Grafik 4.15	Pengaruh Pandangan Kecantikan dan Tekanan Penampilan.....	127
Grafik 4.16	Pengaruh Pandangan Kecantikan dan Perawatan Tubuh.....	128
Grafik 4.17	Pengaruh Pandangan Kecantikan dan <i>Editing</i> Foto.....	132



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Survey Pengaruh Body Image Concern Terhadap Proses Produksi Konten Instagram
Deannisa Hanif Savitri, Pulung Setiosuci Perbawani, S.I.P., M.M.
Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>