

ABSTRAK

Penelitian sebelumnya telah banyak menjabarkan hubungan antara paparan media dengan konten seksual terhadap beberapa domain sikap, terutama kaitannya dengan hubungan antara konsumsi pornografi dengan sikap dalam melihat wanita. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menginvestigasi dampak iklan dengan konten seksual terhadap sikap objektifikasi seksual wanita (OSW) pada remaja. Penelitian dilakukan secara eksperimen di mana partisipan dalam kelompok eksperimen dan kontrol akan diberi stimulus berupa tayangan dan gambar netral dan iklan dengan konten seksual, dilanjutkan dengan pengisian skala objektifikasi seksual wanita. Pengisian skala antara kelompok eksperimen dan kontrol dibandingkan antara sebelum dan sesudah eksperimen menggunakan ANOVA. Hasil menunjukkan tidak adanya perbedaan antara kelompok eksperimen dan kontrol pada sebelum dan sesudah tes ($p > 0,05$). Beberapa rekomendasi perlu diperhatikan secara seksama dalam penelitian selanjutnya.

ABSTRACT

Previous studies have outlined the relationship between media exposure with sexual content on several domains of attitude, specifically regarding to the relationship between pornography consumption with attitude in seeing women. Hence, we seek to investigate the effect of advertisements with sexual content on sexual objectification towards women attitude among adolescence. An Experiment conducted in which participants in each control and experimental group received exposure in the form of neutral video and images as well as sexually contented advertisement video and images, continued by filling in the women sexual objectification scale. Scores between pre and post experiment were compared by utilizing ANOVA. Result shows that there is no score difference between control and experimental group before and after the experiment ($p > 0.05$). Further suggestion needs to be carefully considered for future research.