

**PENGARUH KONTEN INKLUSIF TERHADAP PEMBENTUKAN  
PERSEPSI CITRA TUBUH**

(Studi Regresi pada Remaja Wanita Pengikut Akun Instagram  
@*Kamucantikproject* Tahun 2021)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi



oleh

Ajeng Megapratwi

NIM 1700695

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

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH KONTEN INKLUSIF TERHADAP PEMBENTUKAN  
PERSEPSI CITRA TUBUH**

(Studi Regresi pada Remaja Wanita Pengikut Akun Instagram  
@Kamucantikproject Tahun 2021)

oleh

**Ajeng Megapratwi**

**NIM 1700695**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

**Pembimbing I,**



**Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si.**

**NIP. 196604251992032002**

**Pembimbing II,**



**Firman Aziz, M.Pd.**

**NIP. 198302152009121004**

**Mengetahui,**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia,**



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

**NIP. 19850717210114041001**

**PENGARUH KONTEN INKLUSIF TERHADAP PEMBENTUKAN  
PERSEPSI CITRA TUBUH**

(Studi Regresi pada Remaja Wanita Pengikut Akun Instagram  
@*Kamucantikproject* Tahun 2021)

Oleh

**Ajeng Megapratiwi**

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

© Ajeng Megapratiwi

Universitas Pendidikan Indonesia

2021

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

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

## ABSTRAK

Megapratiwi, Ajeng (2021). *Pengaruh Konten Inklusif terhadap Pembentukan Persepsi Citra Tubuh (Studi Regresi pada Remaja Wanita Pengikut Akun Instagram @Kamucantikproject Tahun 2021)*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh isi, struktur, format, dan sumber pesan secara simultan pada konten inklusif tentang tubuh di instagram @Kamucantikproject terhadap pembentukan persepsi citra tubuh remaja wanita. Penelitian ini menggunakan metode studi regresi dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampel dalam penelitian ini ialah *purposive sampling* dengan total sampel sebanyak 336 responden remaja wanita pengikut akun @Kamucantikproject. Hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut. *Kesatu*, terdapat pengaruh isi pesan pada konten inklusif tentang tubuh di instagram @Kamucantikproject terhadap pembentukan persepsi citra tubuh remaja wanita sebesar 0,551. *Kedua*, terdapat pengaruh format pesan pada konten inklusif tentang tubuh di instagram @Kamucantikproject terhadap pembentukan persepsi citra tubuh remaja wanita sebesar 0,417. *Ketiga*, terdapat pengaruh sumber pesan pada konten inklusif tentang tubuh di instagram @Kamucantikproject terhadap pembentukan persepsi citra tubuh remaja wanita sebesar 0,352. *Keempat*, terdapat pengaruh sumber pesan pada konten inklusif tentang tubuh di instagram @Kamucantikproject terhadap pembentukan persepsi citra tubuh remaja wanita sebesar 2,079. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh isi, struktur, format, dan sumber pesan secara simultan pada konten inklusif tentang tubuh di instagram @Kamucantikproject terhadap pembentukan persepsi citra tubuh remaja wanita. Penelitian ini berimplikasi secara langsung terhadap remaja wanita berkaitan dengan pembentukan persepsi citra tubuh.

**Kata Kunci:** *Terpaan Konten Media, Konten Inklusif, Penggunaan Media Sosial, Instagram, Citra Tubuh*

## ABSTRACT

Megapratiwi, Ajeng (2021). *The Influence of Inclusive Content on the Formation of Body Image Perception (Regression Study on Adolescent Females Following the Instagram Account @Kamucantikproject in 2021)*.

This study aims to analyze how much influence the content, structure, format, and source of the message simultaneously on inclusive body content on instagram @Kamucantikproject on the formation of body image perceptions of adolescent girls. This research uses a regression study method with a quantitative approach. The sampling technique in this study is purposive sampling with a total sample of 336 female adolescent respondents who follow the @Kamucantikproject account. The results of the study show the following. *First*, there is an effect of message content on inclusive body content on instagram @Kamucantikproject on the formation of female adolescent body image perceptions of 0,551. *Second*, there is an effect of message format on inclusive body content on instagram @Kamucantikproject on the formation of female adolescent body image perception of 0,417. *Third*, there is the influence of message sources on inclusive body content on instagram @Kamucantikproject on the formation of female adolescent body image perceptions of 0,352. *Fourth*, there is the influence of message sources on inclusive body content on instagram @Kamucantikproject on the formation of female adolescent body image perceptions of 2,079. Thus, it can be concluded that there is a simultaneous effect of content, structure, format, and source of messages on inclusive body content on instagram @Kamucantikproject on the formation of female adolescent body image perceptions. This study has direct implications for female adolescents related to the formation of body image perceptions.

*Keywords : Media Exposure, Inclusive Content, Use Of Social Media, Instagram, Body Image*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.4.3 Manfaat Kebijakan .....	9
1.4.4 Manfaat Isu Aksi Sosial.....	9
1.5 Struktur Organisasi Skripsi .....	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Terpaan Konten Media.....	11
2.2 Representasi Citra Tubuh Wanita di Media .....	13
2.3 Kaitan Terpaan Konten Media dan Pembentukan Persepsi Citra Tubuh.....	16
2.4 Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Ketidakpuasan Tubuh.....	17
2.5 Urgensi Citra Tubuh Positif Remaja Wanita di Media .....	20
2.6 Teori Stimulus-Organisme-Respon (S-O-R).....	24
2.7 Penelitian Terdahulu .....	25
2.8 Kerangka Berpikir .....	31
2.9 Paradigma Penelitian.....	33
2.10 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III.....	36

METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Tempat dan Partisipan Penelitian.....	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
3.3.1 Populasi Penelitian.....	37
3.3.2 Sampel Penelitian .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1 Survei .....	40
3.4.2 Studi Kepustakaan .....	41
3.5 Teknik Pengolahan Data .....	41
3.6 Teknik Penganalisisan Data .....	42
3.6.1 Metode Analisis Data Deskriptif .....	42
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.6.3 Skala Pengukuran .....	43
3.7 Operasional Variabel.....	44
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	53
3.8.1 Uji Validitas .....	53
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	56
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	57
3.9.1 Uji Normalitas.....	57
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	58
3.9.3 Uji Heterokedastisitas .....	58
3.9.4 Uji Autokorelasi.....	59
3.10 Uji Hipotesis.....	59
3.10.1 Uji T (Pengujian Parsial) .....	59
3.10.2 Uji F (Pengujian Simultan).....	60
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
3.11 Prosedur Penelitian.....	61
BAB IV .....	62
PEMBAHASAN .....	62
4.1 Profil Responden.....	62
4.2 Karakteristik Responden .....	63
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	63
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	64

4.3	Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	65
4.3.1	Gambaran Umum Paparan Konten Inklusif.....	65
4.3.1.1	Deskripsi Sub Variabel Isi Pesan (X1) pada Variabel Paparan Konten Inklusif	65
4.3.1.2	Deskripsi Sub Variabel Struktur Pesan (X2) pada Variabel Paparan Konten Inklusif .....	68
4.3.1.3	Deskripsi Sub Variabel Format Pesan (X3) pada Variabel Paparan Konten Inklusif .....	71
4.3.1.4	Deskripsi Sub Variabel Sumber Pesan (X4) pada Variabel Paparan Konten Inklusif .....	73
4.3.2	Gambaran Umum Pembentukan Persepsi Citra Tubuh.....	75
4.3.2.1	Deskripsi Sub Variabel Kognisi (Y1) pada Variabel Pembentukan Persepsi Citra Tubuh.....	76
4.3.2.2	Deskripsi Sub Variabel Afeksi (Y2) pada Variabel Pembentukan Persepsi Citra Tubuh.....	78
4.3.2.3	Deskripsi Sub Variabel Konasi (Y3) pada Variabel Pembentukan Persepsi Citra Tubuh.....	80
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	81
4.4.1	Uji Normalitas.....	82
4.4.2	Uji Multikolinearitas.....	82
4.4.3	Uji Heterokedastisitas .....	83
4.4.4	Uji Autokorelasi.....	84
4.5	Uji Hipotesis.....	85
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	85
4.5.2	Uji F (Pengujian Simultan) .....	86
4.5.3	Uji T (Pengujian Parsial) .....	87
4.5.4	Uji Regresi Linear Berganda .....	89
4.6	Pembahasan.....	90
4.6.1	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Isi Pesan pada Paparan Konten Inklusif terhadap Pembentukan Persepsi Citra Tubuh .....	91
4.6.2	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Struktur Pesan pada Paparan Konten Inklusif terhadap Pembentukan Persepsi Citra Tubuh.....	92
4.6.3	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Format Pesan pada Paparan Konten Inklusif terhadap Pembentukan Persepsi Citra Tubuh.....	93
4.6.4	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Sumber Pesan pada Paparan Konten Inklusif terhadap Pembentukan Persepsi Citra Tubuh.....	95



4.6.5 Hasil Penelitian Pengaruh Variabel Paparan Konten Inklusif terhadap Pembentukan Persepsi Citra Tubuh .....	96
BAB V.....	100
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI .....	100
5.1 Simpulan .....	100
6.2 Implikasi.....	102
5.2.2 Implikasi Teoretis.....	102
5.2.3 Implikasi Praktis.....	103
6.3 Rekomendasi.....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	108
LAMPIRAN.....	115

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., & Asrori, M. (2012). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Andrew, R., Tiggemann, M., & Clark, L. (2015). The protective role of body appreciation against media-induced body dissatisfaction. *Body Image, 15*, 98–104. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.07.005>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia. (2018). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018. *Apjii*, 51. Retrieved from [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Betz, D. E., & Ramsey, L. R. (2017). Should women be “All About That Bass?”: Diverse body-ideal messages and women’s body image. *Body Image, 22*, 18–31. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.04.004>
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women’s mood and body image. *Body Image, 19*, 37–43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>
- Bungin, B. (2014). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cohen, R., & Blaszczynski, A. (2015). Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. *Journal of Eating Disorders, 3*(1). <https://doi.org/10.1186/s40337-015-0061-3>
- Cohen, R., Fardouly, J., Newton-John, T., & Slater, A. (2019). #BoPo on Instagram: An experimental investigation of the effects of viewing body

- positive content on young women's mood and body image. *New Media and Society*, 21(7), 1546–1564. <https://doi.org/10.1177/1461444819826530>
- Cohen, R., Newton-john, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, 23(October), 183–187. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.10.002>
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). The Mediating Role of Appearance Comparisons in the Relationship Between Media Usage and Self-Objectification in Young Women. *Psychology of Women Quarterly*, 39(4), 447–457. <https://doi.org/10.1177/0361684315581841>
- Fardouly, J., & Holland, E. (2018). *Social media is not real life : The effect of attaching disclaimer-type labels to idealized social media images on women's body image and mood*. <https://doi.org/10.1177/1461444818771083>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2015). Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. *Body Image*, 12(1), 82–88. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.10.004>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., & Vartanian, L. R. (2018). *Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification : Testing mediational pathways*. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Fatt, S. J., Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). *#malefitspo : Links between viewing fitspiration posts , appearance comparisons , body satisfaction , and exercise motivation in men*. <https://doi.org/10.1177/1461444818821064>

- Feltman, C. E. (2018). *Instagram use and self-objectification : The roles of internalization , comparison , appearance commentary , and feminism.*
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gurajati, D. N. (2015). *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5 Buku 2.* Jakarta: Salemba Empat.
- Halliwell, E. (2015). Future directions for positive body image research. *Body Image, 14*, 177–189. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.003>
- Hikmat, M. H. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra.* Bandung: Graha Ilmu.
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image, 17*, 100–110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2016). *Metodologi Penelitian.* Bandung: Refika Aditama.
- Instagram. (2018). *No Title.*
- Kim, H. M. (2020). *What do others ' reactions to body posting on Instagram tell us ? The effects of social media comments on viewers ' body image perception.* <https://doi.org/10.1177/1461444820956368>
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). *Picture Perfect : The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls.*
- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: PT Kencana Prenadamedia Group.

- Krizan, Z., & Gibbon, F. X. (2014). *Communal Functions of Social Comparison*. New York: Cambridge University Press.
- Kusnendi. (2007). *Analisis Jalur Satu dan Multigroup Sampel dengan Amos*. Bandung: SPS UPI.
- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pascasarjana Universitas Kuningan, Bandung.
- Lewallen, J., & Behm-morawitz, E. (2016). *Pinterest or Thinterest?: Social Comparison and Body Image on Social Media*.  
<https://doi.org/10.1177/2056305116640559>
- Liliweri, A. (1992). *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ma'rat. (1984). *Sikap Manusia, Perubahan dan Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Martanatasha, M., & Primadini, I. (2019). Relasi Self-Esteem dan Body Image dalam Terpaan Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOMM*, 11(2), 158–172. Retrieved from <http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM><http://ejournals.umn.ac.id/index.php/FIKOM/about>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132–1140. <https://doi.org/10.1002/eat.22449>
- McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publication Inc.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1993). *Communication Models, for the Study of Mass Communications: Second Edition*. New York: Longman.

- Munawwaroh, P. R. (2017). Pengaruh Terpaan Media pada Akun Instagram @ExploreSiak terhadap Minat Kunjungan Wisata ke Siak Sri Indrapura. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Nagar, I., & Virk, R. (2017). *The Struggle Between the Real and Ideal : Impact of Acute Media Exposure on Body Image of Young Indian Women*.  
<https://doi.org/10.1177/2158244017691327>
- Pabundu Tika, M. (1997). *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Paraskeva, N., Lewis-Smith, H., & Diedrichs, P. C. (2017). Consumer opinion on social policy approaches to promoting positive body image: Airbrushed media images and disclaimer labels. *Journal of Health Psychology*, 22(2), 164–175. <https://doi.org/10.1177/1359105315597052>
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Regehr, R. Y., Owens, R. L., Cox, D. W., & Clayton, C. C. (2020). *Piloting Free To Be : A Positive Body Image Program for Adolescents* *Projet pilote Free To Be : un programme visant l ' image corporelle positive pour les adolescents*. <https://doi.org/10.1177/0011000020922216>
- Ricciardelli, L. A., & Yager, Z. (2016). Adolescence and Body Image. In J. C. Coleman (Ed.), *Routledge*. New York.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Riduwan. (2016). *Pengantar Statistika Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M., & Tiggemann, M. (2017). Idealised media images: The effect of fitspiration imagery on body satisfaction and exercise behaviour. *Body Image*, 22, 65–71. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.001>
- Romo, L. F., Mireles-Rios, R., & Hurtado, A. (2016). Cultural, media, and peer influences on body beauty perceptions of Mexican American adolescent

girls. *Journal of Adolescent Research*, 31(4), 474–501.  
<https://doi.org/10.1177/0743558415594424>

Shroff, H. P., Calogero, R. M., & Thompson, J. K. (2009). Assessment of body image. *Handbook of Assessment Methods for Eating Behaviors and Weight-Related Problems: Measures, Theory, and Research*, (March 2016), 115–136.

Slater, A., Cole, N., & Fardouly, J. (2019). The effect of exposure to parodies of thin-ideal images on young women's body image and mood. *Body Image*, 29, 82–89. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.001>

Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2009). Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology, Seventh Edition. *Successful Project Management*. <https://doi.org/0-495-91356-1>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.

Sukardi. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Tatangelo, G. L., & Ricciardelli, L. A. (2015). *Children ' s body image and social comparisons with peers and the media*.  
<https://doi.org/10.1177/1359105315615409>

Taylor, J. V. (2014). *The Body Image Workbook for Teens*. Canada: Raincoast Books.

Thompson, J. K., & Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them? *Journal of Social Issues*, 55(2), 339–353.  
<https://doi.org/10.1111/0022-4537.00119>

Tiggemann, M., & Anderberg, I. (2019). *Social media is not real : The effect of ' Instagram vs reality ' images on women ' s social comparison and body*

*image*. <https://doi.org/10.1177/1461444819888720>

- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). “Exercise to be fit, not skinny”: The effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body Image*, *15*, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, *14*, 118–129. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
- Van Vonderen, K. E., & Kinnally, W. (2012). Media effects on body image: Examining media exposure in the broader context of internal and other social factors. *American Communication Journal*, *14*(2), 41–57.