

**PESAN KONTEN *BODY IMAGE* SELEBRITI DAN *SELF-ESTEEM*
REMAJA WANITA**

(Studi Korelasi pada pengikut akun Instagram @tarabasro)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian dari Syarat memperoleh Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi



oleh

Intan Permatasari

NIM 1702250

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

**PESAN KONTEN *BODY IMAGE* SELEBRITI DAN *SELF-ESTEEM*
REMAJA WANITA**

Oleh

Intan Permatasari

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

© Intan Permatasari

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 peneliti.

LEMBAR PENGESAHAN

PESAN KONTEN *BODY IMAGE* SELEBRITI DAN *SELF-ESTEEM*
REMAJA WANITA

(Studi Korelasi pada pengikut akun Instagram @tarabasro)

oleh

Intan Permatasari

NIM 1702250

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I,



Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.

NIP. 19620926198904001

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. 198507172014041001

ABSTRAK

Penelitian terkait Pesan Konten *Body image* dan *self-esteem* Remaja Wanita ini dilatarbelakangi oleh bagaimana cara seseorang dalam menggambarkan dan memahami tubuhnya serta kemampuan untuk melakukan *self-esteem*. Dewasa ini, hal tersebut kerap kali muncul dari media internet yang digunakan oleh sebagian besar masyarakat dunia. Pesatnya perkembangan teknologi khususnya internet mendorong manusia di seluruh penjuru dunia untuk semakin mendekati diri dengan internet. Hal tersebut berdampak pada banyaknya pesan yang diterima sesuai dengan apa yang dibutuhkan, termasuk pesan terkait dengan konten *body image*. Konten *body image* yang diunggah melalui media internet akan menimbulkan berbagai sikap dari para penggunanya. Salah satu yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah *self-esteem* yang muncul dikarenakan adanya konten *body image* pada salah satu akun media sosial Instagram selebriti. Hal tersebut dikarenakan selebriti memiliki kemampuan untuk memengaruhi penggemarnya atau yang kerap disebut sebagai *celebrity influencer*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pesan konten *body image* selebriti (X) dan *self-esteem* remaja wanita (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional, serta menggunakan teknik pengambilan data *simple random sampling* pada 100 remaja wanita yang mengikuti akun Instagram selebriti Tara Basro (@tarabasro). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara isi pesan, struktur pesan, format pesan dan sumber pesan konten *body image* selebriti (X) dan *self-esteem* remaja wanita (Y); 2) Selain itu, ditemukan pula bahwa pesan konten *body image* akun Instagram @tarabasro memiliki tingkat hubungan pada kategori kuat pada sub variabel isi pesan, sedangkan pada sub variabel struktur pesan, format pesan dan sumber pesan berada pada tingkat kategori sedang.

Kata kunci : Pesan Konten, *Body image*, *Self-esteem*, Media Sosial, *Celebrity influencer*

ABSTRACT

The research about content message of body image and self-esteem for adolescent female is motivated by how a person describes and understands her body and the ability to do self-esteem. Nowadays, this influence often arises from the internet media used by most of the world's people. The rapid development of technology, especially the internet, encourages people worldwide to get closer to the internet. It impacts the number of messages received according to need, including messages related to body image content. Body image content uploaded through the internet will cause various attitudes from its users. This study focuses on self-esteem due to body image content on one celebrity's Instagram social media accounts. The reason is, these celebrities can influence their fans or who are often referred to as influencers. The purpose of this study is to determine whether there is a significant effect between a celebrity's body image content messages (X) and young women's self-esteem (Y). This study used a quantitative, correlational approach and simple random sampling data collection techniques on 100 young women who follow a celebrity Tara Basro's (@tarabasro) Instagram account. The results showed that: 1) there was a simultaneous significant effect between message content, message structure, message format and message source on celebrity body image content messages (X) and female adolescent self-esteem (Y); 2) In addition, it was found that body image content messages on the Instagram account of @tarabasro had a strong level of relationship in the message content sub-variable, Meanwhile ,the message structure, message format and source of the message are at the medium category.

Keywords: Body Image, Celebrity Influencer, Content Message, Self-esteem, Social Media.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | ix |
| DAFTAR ISI | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Struktur Organisasi Skripsi..... | 8 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Konsep Pesan Konten <i>Body image</i> dan Dampak Psikologis Terhadap Pengguna Media Sosial..... | 10 |
| 2.2 Eksistensi Selebriti dan Perannya Sebagai <i>Social Media Influencer</i> | 13 |
| 2.3 Peran Akun Instagram Selebriti dalam Membentuk <i>Self-esteem</i> Remaja..... | 16 |
| 2.4 Teori S-O-R..... | 19 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu..... | 21 |
| 2.6 Kerangka Pemikiran..... | 26 |
| 2.7 Kerangka Teori..... | 28 |
| 2.8 Paradigma Penelitian..... | 30 |
| 2.9 Hipotesis Penelitian..... | 30 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 32 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 32 |
| 3.2 Objek dan Subjek Penelitian..... | 32 |
| 3.3 Populasi Penelitian..... | 33 |
| 3.4 Sampel Penelitian..... | 33 |
| 3.5 Instrumen Penelitian..... | 35 |
| 3.5.1 Kuesioner (Angket)..... | 35 |
| 3.5.2 Studi Kepustakaan..... | 36 |
| 3.5.3 Skala Pengukuran..... | 37 |
| 3.6 Operasional Variabel..... | 38 |

| | | |
|---------|---|-----------|
| 3.7 | Pengujian Instrumen Penelitian..... | 48 |
| 3.7.1 | Uji Validitas..... | 48 |
| 3.7.2 | Uji Reliabilitas..... | 53 |
| 3.8 | Prosedur Penelitian..... | 55 |
| 3.9 | Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis..... | 56 |
| 3.9.1 | Metode Analisis Deskriptif..... | 56 |
| 3.10 | Uji Asumsi Klasik..... | 59 |
| 3.10.1 | Uji Normalitas..... | 59 |
| 3.10.2 | Uji Multikolinearitas..... | 60 |
| 3.10.3 | Uji Heteroskedastisitas..... | 60 |
| 3.10.4 | Uji Autokorelasi..... | 60 |
| 3.11 | Uji Hipotesis..... | 61 |
| 3.11.1 | Uji Korelasi..... | 61 |
| 3.11.2 | Uji T..... | 61 |
| 3.11.3 | Uji F..... | 62 |
| 3.11.4 | Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 62 |
| 3.11.5 | Regresi Linear Berganda..... | 63 |
| | BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN..... | 64 |
| 4.1 | Profil Responden..... | 64 |
| 4.2 | Karakteristik Responden..... | 65 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 65 |
| 4.3 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 66 |
| 4.4 | Analisis Deskriptif..... | 68 |
| 4.4.1 | Deskripsi Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti..... | 69 |
| 4.4.1.1 | Isi Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti..... | 70 |
| 4.4.1.2 | Struktur Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti..... | 72 |
| 4.4.1.3 | Format Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti..... | 73 |
| 4.4.1.4 | Sumber Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti..... | 75 |
| 4.4.2 | Deskripsi <i>Self-esteem</i> Remaja Wanita..... | 76 |
| 4.5 | Uji Asumsi Klasik..... | 78 |
| 4.5.1 | Uji Normalitas..... | 78 |
| 4.5.2 | Uji Multikolinearitas..... | 80 |

| | |
|--|------------|
| 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas..... | 80 |
| 4.5.4 Uji Autokorelasi..... | 81 |
| 4.6 Uji Hipotesis | 82 |
| 4.6.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian..... | 82 |
| 4.6.2 Uji Regresi Linear Berganda..... | 84 |
| 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 86 |
| 4.6.4 Uji T..... | 86 |
| 4.6.5 Uji F..... | 88 |
| 4.7 Pembahasan..... | 89 |
| 4.7.1 Pembahasan Isi Pesan Konten <i>Body Image</i> Selebriti dan <i>Self-esteem</i> Remaja Wanita..... | 89 |
| 4.7.2 Pembahasan Struktur Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti dan <i>Self-esteem</i> Remaja Wanita..... | 91 |
| 4.7.3 Pembahasan Format Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti dan <i>Self-esteem</i> Remaja Wanita..... | 93 |
| 4.7.4 Pembahasan Sumber Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti dan <i>Self-esteem</i> Remaja Wanita..... | 95 |
| 4.7.5 Pembahasan Pesan Konten <i>Body image</i> Selebriti dan <i>Self-esteem</i> Remaja Wanita..... | 97 |
| BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI | 100 |
| 5.1 Simpulan | 100 |
| 5.2 Implikasi | 101 |
| 5.2.1 Implikasi Teoretis | 101 |
| 5.2.2 Implikasi Praktis | 102 |
| 5.3 Rekomendasi..... | 102 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 105 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR PUSTAKA

- Abdel-khalek, A. M. (2017). *INTRODUCTION TO THE PSYCHOLOGY*, (January).
- Abidin, C. (2018). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online Article information* :
- Agustina, H. N., & Malang, P. N. (2020). Resistensi Perempuan pada Stigma dan Stereotip Perempuan Ideal dalam Film " Imperfect: Karier , Cinta & Timbangan ", (December).
- Aifiya, F. (2020). Rekomendasi Film-film yang Bisa Buatmu Lebih Percaya Diri Tanpa Perlu Menjadi Orang Lain. Retrieved September 21, 2020, from <https://www.hipwee.com/list/film-untuk-lebih-percaya-diri/>
- Al-emadi, F. A., & Yahia, I. Ben. (2020). Ordinary celebrities related criteria to harvest fame and influence on social media, *14*(2), 195–213. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2018-0031>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Basanti, I. D., & Susanto, A. A. (2020). Pelaksanaan Kampanye “# AbsoluteMe ” Bersama Into The Light Indonesia Untuk Meningkatkan Penerimaan Diri Remaja, *3*(2), 3–7.
- Belanche, D., Flavián, M., & Ibáñez-sánchez, S. (2020). Followers ’ reactions to influencers ’ Instagram posts Reacciones de los seguidores a las publicaciones de los influencers en Instagram, *24*(1), 37–53. <https://doi.org/10.1108/SJME-11-2019-0100>
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Darmawan, C., Silvana, H., Zaenudin, H. N., & Effendi, R. (2019). Pengembangan hubungan interpersonal remaja dalam penggunaan media sosial di Kota Bandung, *7*(2), 159–169.
- Djafarofa, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. *Computers in Human Behavior*, *68*, 1–7.
- Dove.com. (2016). Be Real: kampanye untuk kepercayaan diri. Retrieved September 21, 2020, from <https://www.dove.com/id/dove-self-esteem-project/help-for-parents/talking-about-appearance/be-real-the-campaign-for-body-confidence.html>

- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fallon, E. A., & Hausenblas, H. A. (2005). Media images of the “ ideal ” female body : Can acute exercise moderate their psychological impact ?, 2, 62–73. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.12.001>
- Ghazali, Iman & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan Eviews 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giles, D. C., Edwards, L., Giles, D. C., & Edwards, L. (2018). Twenty-First Century Celebrity : Fame In Digital Culture Article information :
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). The Relations Among Social Media Addiction , Self-Esteem , and Life Satisfaction in University Students, 35(March 2016), 576–586. <https://doi.org/10.1177/0894439316660340>
- Holman, E. A., Garfin, D. R., Lubens, P., & Silver, R. C. (2020). Media Exposure to Collective Trauma , Mental Health , and Functioning : Does It Matter What You See ? <https://doi.org/10.1177/2167702619858300>
- Iman, M. (2020). Pengguna Instagram di Indonesia Didominasi Wanita dan Generasi Milenial. Retrieved September 22, 2020, from <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>
- Iqbal, H. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Jin, S. V. (2019). Instafamous and social media influencer marketing. <https://doi.org/10.1108/MIP-09-2018-0375>
- Kemendes RI. (2015). Pusat Data dan Informasi Kementerian Kesehatan RI: Situasi Kesehatan Reproduksi Remaja.
- Kemendes RI. (2019). *Kemendes RI - 2019 - Situasi Kesehatan Jiwa di Indonesia.pdf*.
- Kusnendi. (2019). *Deskripsi variabel penelitian*. Bandung: Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- Like, P., Narsisme, E., Kebutuhan, D. A. N., L, E. A. K., Ardi, R., Psikologi, F., ... Airlangga, J. (2018). PADA PENGGUNA INSTAGRAM “ LIKE ” HUNTER : THE EFFECT OF NARCISISSM AND NEED FOR RECOGNITION ON INSTAGRAM USERS, 5, 138–148.
- Lin, H., Bruning, P.F. Swarna, H. (2018). Using online opinion leaders to promote the hedonic and utilitarian value of products and services. *Business Horizons*,

61 No.3, 431–442.

- Lockhart, M. (2019). “ The relationship between Instagram usage , content exposure , and reported self-esteem ,” (April).
- Mackson, S. B., Brochu, P. M., & Schneider, B. A. (2019). Instagram : Friend or foe? The application ’ s association with psychological well-being. <https://doi.org/10.1177/1461444819840021>
- Mardalis. (2008). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Marshall, K., & Chamberlain, K. (2019). Female bodybuilders on Instagram : Negotiating an empowered femininity. <https://doi.org/10.1177/0959353518808319>
- Martensen, A., Brockenhuus-schack, S., Zahid, A. L., Martensen, A., & Brockenhuus-schack, S. (2018). How citizen influencers persuade their followers. <https://doi.org/10.1108/JFMM-09-2017-0095>
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nurdiyanto, W. (2020). Rendahnya Self Esteem Pengaruhi Kesehatan Mental. Retrieved from <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/246055/rendahnya-self-esteem-pengaruh-kesehatan-mental>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama.
- Riduwan. (2004). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Riska, H. A., & Krisnatuti, D. (2017). SELF-ESTEEM OF GIRLS AND ITS RELATIONSHIP WITH PARENTAL ACCEPTANCE-, *10*(1), 24–35.
- Robins, R. W., Hendin, H. M., Trzesniewski, K. H., Robins, R. W., Hendin, H. M., & Trzesniewski, K. H. (2001). Personality and Social Psychology Bulletin Measuring Global Self-Esteem: and the Rosenberg Self-Esteem Scale. <https://doi.org/10.1177/0146167201272002>
- Rohmana. (2010). *Ekonometrika Teori dan Aplikasi dengan Eviews*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Ekonomi dan Koperasi.
- Safitri, R., & Andriani, I. (2018). Pengaruh Pesan pada Instagram terhadap Minat Beli Sayur Organik, *02*(01), 92–99.
- Santarossa, S., & Woodruff, S. J. (2017). # SocialMedia: Exploring the Relationship of Social Networking Sites on Body Image , Self-Esteem , and Eating Disorders. <https://doi.org/10.1177/2056305117704407>
- Self-Esteem and Body Image Perception in a Sample of University Students Self-Esteem and Body Image Perception in a Sample of University Students.

(2016), (August). <https://doi.org/10.14689/ejer.2016.64.2>

Sholeh, A., Indonesia, U. I., Rusdi, A., & Indonesia, U. I. (2019). Self-Esteem dan Narcissism sebagai Prediktor Instagram Addiction, (June 2020). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.16342.91208/4>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, W. (2016). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.

Trifiro, B. (2018). Instagram Use and It ' s Effect on Well-Being and.