

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas melihat iklan kecantikan dengan citra tubuh negatif pada remaja putri. Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah ada hubungan positif antara intensitas melihat iklan kecantikan dengan citra tubuh negatif pada remaja putri. Subjek penelitian ini yaitu remaja putri dengan usia 18-21 tahun, berjumlah 72 subjek. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan Skala Intensitas Melihat Iklan Kecantikan dan Skala Citra Tubuh Negatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis *Pearson Correlation*. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi $r_{xy} = 0,377$ dan $p = 0,001$ ($p < 0,050$) berarti terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas melihat iklan kecantikan dengan citra tubuh negatif pada remaja putri. Nilai koefisien determinasi (*R Squared*) sebesar 0,142 menunjukkan bahwa variabel intensitas melihat iklan kecantikan memberikan kontribusi sebesar 14,2% terhadap citra tubuh negatif pada remaja putri dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: citra tubuh negatif, intensitas melihat iklan kecantikan, remaja putri

ABSTRACT

This research aimed to know the relationship between intensity of seeing a beauty advertisement with negative body image in teenage girls. The hypothesis was proposed in this research namely there was a positive relationship between intensity of seeing a beauty advertisement with negative body image in teenage girls. The subjects of this research were teenage girls aged 18-21 years which totaled 72 subjects. The data were collected using the scale of intensity of seeing a beauty advertisement and the scale of negative body image. This research used Pearson Correlation analysis method to analyze the data. Based on the results of the research, acquired the correlation coefficient $r_{xy} = 0.377$ and $p = 0.001$ ($p < 0.050$) means that there is a significant positive relationship between the intensity of seeing beauty advertisement with negative body images in teenage girls. The determination coefficient value (R Squared) of 0.142 shows that the intensity variable of seeing beauty advertisement gives contribution of 14.2% to negative body image in teenage girls and the rest is influenced by other factors.

Keywords: negative body image, intensity of seeing a beauty advertisement, teenage girl