

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini kemajuan teknologi komunikasi membawa banyak pengaruh bagi setiap individu maupun kelompok masyarakat. Perkembangannya cukup pesat mengingat semakin maraknya inovasi yang dikemas rapi salah satunya dalam bentuk media sosial. Masyarakat khususnya kawula muda tidak kuasa menolak arus perkembangan media sosial yang kian lama kian menjamur keberadaannya. Salah satu media sosial yang sedang mencuri perhatian saat ini adalah Instagram. Instagram begitu memanjakan para penggunanya dengan berbagai macam fitur serta kemudahan dalam mengaksesnya.

Instagram telah menjadi fenomena baru di era globalisasi saat ini, selain itu Instagram menjadi salah satu magnet besar dalam proses pembentukan karakter seseorang. Selain Instagram juga dijadikan sebagai media komunikasi, sisi lain jejaring sosial Instagram memiliki fungsi sebagai alat citra tubuh yaitu dengan menunjukkan keunggulan dari segi fisik (cantik atau tampan), gaya berpakaian, merek sepatu yang digunakan, hingga tutur kata dalam berkomunikasi yang secara tidak langsung akan menumbuhkan atensi dari khalayak melalui postingan yang di unggah di media sosial Instagram.

Pertemuan seorang individu dengan media mengingatkan peneliti terhadap teori Defleur dan Ball Rokeach yang melihat pertemuan khalayak dengan media berdasarkan tiga kerangka teoritis. Pertama perspektif perbedaan individual, memandang bahwa sikap dan organisasi personal psikologis individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimulus tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar, dan lingkungan yang berbeda. Perbedaan inilah yang menyebabkan pengaruh media yang berbeda pula. Kedua perspektif kategori sosial, berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial yang reaksinya pada stimulus tertentu cenderung sama. Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal, dan kekayaan beragama menampilkan kategori respons. Anggota-anggota kategori tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberikan respons kepadanya dengan cara yang hampir sama pula.<sup>1</sup> Begitu juga dengan Instagram, selain bisa digunakan sebagai aplikasi pengunggah foto/video, Instagram saat ini juga memfasilitasi para komunitas untuk saling berkomunikasi. Seperti pecinta sepakbola, traveling, fotografi, fashion atau beragam komunitas lain dapat dijumpai di jejaring sosial Instagram. Ketiga adalah perspektif hubungan sosial yang menekankan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa atau media sosial. Lazarsfeld menyebutnya “pengaruh personal”,

---

<sup>1</sup> Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 201.

dalam model ini informasi bergerak melewati dua tahap. Pertama informasi bergerak pada sekelompok individu yang relatif lebih tahu dan sering memperhatikan media, kedua informasi bergerak dari orang-orang itu disebut “pemuka pendapat” dan melalui saluran-saluran interpersonal disampaikan individu yang bergantung kepada mereka dalam hal informasi.<sup>2</sup>

Peneliti tertarik untuk mengkaji pengaruh antara instagram dengan citra tubuh. Menurut Schonfeld citra tubuh adalah konsep seseorang mengenai penampilan fisiknya dan perasaanya terhadap hal tersebut berdasarkan pengalaman yang lalu dan sekarang baik secara nyata maupun fantasi.<sup>3</sup> Sedangkan untuk saat ini instagram telah menjadi konsumsi publik selain sebagai hiburan juga sebagai media pencitraan, hal tersebut didukung dengan semakin bertambahnya jumlah pengguna yang aktif dalam jejaring sosial tersebut untuk mempublikasikan foto maupun aktifitas mereka dalam berbagai kondisi dan situasi.

Membahas soal instagram siapa yang tak kenal dengan aplikasi ciptaan Kevin Systrom ini. Penggunaanya mulai dari anak kecil sampai orang tua. Upload foto dan video di instagram sudah seperti kebutuhan pokok penggunaanya. Instagram menjadi mini album foto di saat senang maupun susah. Dari fenomenalnya instagram sampai bermunculan selebgram atau

---

<sup>2</sup> Ibid, 202.

<sup>3</sup> Lia Amalia, *Mitos Cantik di Media*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press,2009), 24.

orang-orang yang sebenarnya bukan dari kalangan artis namun mempunyai banyak followers karena foto atau video mereka yang menarik. Misalnya Ayasha Putri, balita lucu yang dibuatkan instagram oleh orangtuanya sejak kecil memiliki followers mencapai 475K. Kemudian mulai bermunculan idola-idola baru seperti selebgram yang kemudian membuat pengguna instagram ingin meniru selebgram. Perilaku pengguna instagram pun tanpa disadari mulai berubah seperti yang biasanya tidak pernah dandan lalu berdandan, pergi ke suatu tempat yang sering muncul di instagram, dan meniru setiap adegan foto yang sering dilakukan selebgram di instagram. Itu semua dilakukan agar pengguna tersebut terlihat lebih populer dikalangan pengguna instagram . Sadar tidak sadar para pengguna instagram jika mereka saling bertemu, topik yang sering diperbincangkan adalah mengenai postingan dalam akun instagram kemudian mengeditnya dengan berbagai macam pilihan filter. Seiring bertambahnya berbagai jenis media sosial salah satunya adalah instagram, muncul sebuah istilah generasi menunduk, seperti yang dikatakan Hendra Wardhana generasi menunduk adalah generasi yang tercipta atas tuntutan eksistensi diri yang diciptakan oleh kemajuan teknologi, mereka membuat dunianya sendiri yang lebih ringkas.<sup>4</sup>

Kemudian mulai banyaknya toko-toko online di instagram juga memunculkan fenomena baru di kalangan masyarakat kita. Mendapati sebuah

---

<sup>4</sup>[http://www.kompasiana.com/indridelitasari/fenomena-instagram-yang-membuat-generasi-semakin-menunduk\\_](http://www.kompasiana.com/indridelitasari/fenomena-instagram-yang-membuat-generasi-semakin-menunduk_) diakses Rabu, 27 Januari 2016

iklan atau promosi di instagram bukan lagi suatu hal yang mengherankan. Toko-toko online di instagram pun secara terang-terangan bersaing untuk mendapatkan followers dan perhatian dari pengguna instagram. Semakin banyak followers yang didapatkan suatu toko online, berarti semakin banyak juga perhatian pengguna instagram yang diperoleh oleh toko online tersebut. Akun-akun baru di sosial media terutama di instagram kian hari kian marak bermunculan. Entah sebagai pengguna instagram biasa ataupun sebagai toko online yang menawarkan suatu produk. Bermunculannya toko online di instagram juga tidak lepas dari grafik pengguna aktif instagram yang terus saja meningkat. Hal ini tentunya dapat dimanfaatkan sebagai salah satu peluang bisnis yang menjadikan instagram sebagai lahan usaha yang siap dipanen kapan saja.<sup>5</sup>

Belum lama ini muncul suatu istilah endorse yang menjadi trend di kalangan toko online. Endorse merupakan suatu cara untuk mempromosikan produk sebuah toko online dengan bekerja sama dengan orang yang memiliki banyak followers di instagram. Orang-orang tersebut seringkali adalah seorang artis, namun ada juga politisi dan lain-lain. Bentuk kerjasama tersebut adalah pertukaran antara barang dan jasa. Toko online akan memberikan barang-barang gratis kepada seorang artis dan kemudian artis tersebut akan

---

<sup>5</sup><http://blog.shopious.com/tips-online-shop/fenomena-di-kalangan-toko-online-instagram>, diakses Rabu, 27 Januari 2016 16:38

mempromosikan toko online tersebut. Promosi tersebut biasanya ditampilkan dengan mengupload foto artis tersebut yang sedang mengenakan barang dari toko online. Kemudian dibagian caption akan disebutkan nama toko online. Hal ini tentu saja merupakan salah satu cara ampuh untuk mendapat banyak perhatian dan pelanggan dari para pengguna instagram yang merupakan followers artis tersebut.<sup>6</sup>

Saat ini keberadaan instagram menunjukkan pengaruh yang cukup signifikan terhadap penampilan mahasiswa ushuluddin dan dakwah, lewat satu sentuhan saja mereka sudah mampu menjelajahi dunia untuk mendapatkan brand pakaian atau merek sepatu terbaik tanpa harus membuang waktu pergi ke toko atau butik. Ada beberapa mahasiswa yang tertarik menggunakan instagram sebagai media untuk jual-beli online, bahkan bagi mereka yang paham betul strategi bisnis, akan memanfaatkan instagram sebagai inisiatif untuk memperkenalkan usaha mereka kepada masyarakat. Hal ini juga menunjukkan bahwa instagram memiliki pengaruh dari segi citra tubuh seorang mahasiswa Ushuluddin dan Dakwah terhadap konsep penampilan dan wirausaha. Saat ini muncul istilah di media sosial yaitu quote, merupakan kata mutiara atau motivasi yang sering digunakan pengguna jejaring sosial dalam berbagi kata-kata. Tanpa disadari penggunaan instagram juga mempengaruhi keberagaman bahasa mahasiswa Ushuluddin dan

---

<sup>6</sup> Ibid

Dakwah, selain dari berbagai macam postingan atau foto yang diunggah di akun instagram kita juga dapat melihat bagaimana karakter dan kepribadian seseorang lewat caption yang disertakan dalam setiap postingan foto. Selain itu terdapat beberapa kejahatan dalam media sosial yang patut untuk diwaspadai, salah satunya adalah cyber bullying. Perilaku ini masuk dalam kategori diskriminatif dan pencemaran nama baik, karena lemahnya hukum di Indonesia terkadang kasus seperti ini masih saja luput begitu saja. Satu hal yang sering dijumpai adalah munculnya istilah haters, mereka mengatasnamakan kebebasan beropini demi menjatuhkan harga diri seseorang atau public figure yang tidak mereka sukai, atau sebaliknya bagi seorang fans akan sangat menghormati, mendukung dan mencintai idolanya. Permasalahan seperti ini sering terjadi di media sosial instagram akibat konflik antar fans yang terlalu fanatik mengidolakan seseorang, merasa yang sama-sama dijatuhkan pada akhirnya akan saling melempar ucapan yang tidak pantas dan saling menyudutkan satu sama lain. Menurut Harry Stack Sullivan jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan kita dan menolak kita, kita akan cenderung tidak akan menyenangi diri kita.<sup>7</sup> Fakta lain yang mudah dijumpai di media sosial instagram adalah faktor citra tubuh yang dapat mempengaruhi sikap, penampilan dan attitude seseorang. Dengan latar

---

<sup>7</sup> Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008), 99.

belakang mayoritas mahasiswa Ushuluddin dan Dakwah pernah mengenyam atau sedang menempuh pendidikan di pondok pesantren, menimbulkan ketertarikan dari peneliti untuk melihat sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial bagi mereka yang notabene atau memiliki latar belakang ilmu agama yang mumpuni, kemudian menghadapi era digital seperti sekarang ini apakah terdapat pengaruh maupun perubahan yang cukup signifikan terhadap tiga indikator diatas. Oleh karena itu peneliti mengambil kesimpulan untuk memunculkan topik seputar pengaruh media sosial instagram terhadap citra tubuh seseorang, dengan judul sebagai berikut: “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Citra Tubuh Mahasiswa Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016” (Studi Kasus di Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo).

## **B. Penegasan Istilah**

### **1. Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi



Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content. Media sosial teknologi mengambil berbagai bentuk termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam bidang media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan proses sosial (self-presentasi, self-disclosure) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010.<sup>8</sup>

Pengguna media sosial di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Facebook di Indonesia bahkan mencapai 500 juta pengguna bulanan aktif pada kuartal pertama 2016.<sup>9</sup> Sedangkan Instagram memiliki 22 juta pengguna, berdasarkan siaran pers yang diterima dari media online CNN Indonesia yang diyakini akan terus meningkat, sebab pada bulan September 2015 pengguna media sosial Instagram masih 400 juta user (pengguna).<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Rachmat04, "Media Sosial", dalam [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial) (diakses tanggal 27 Januari 2016, jam 17.36).

<sup>9</sup> Suryanto, "Cara Selaraskan Website dan Media Sosial Bagi Pebisnis Online", dalam <http://www.antaraneews.com/berita/570098/cara-selaraskan-website-dan-media-sosial-bagi-pebisnis-online> (diakses tanggal 28 Juni 2016, jam 12.11).

<sup>10</sup> Hani Nur Fajrina, "Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia", dalam <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> (diakses tanggal 28 Juni 2016, jam 12.14).

Saat ini kita tengah menyaksikan perubahan sosial dan kultural yang sebenarnya sangat luar biasa. Yakni perubahan dalam hal bagaimana cara kita memanfaatkan waktu senggang, waktu santai, atau waktu luang. Ketika industrialisasi mulai menyeruak ke pentas sejarah kehidupan modern dan mesin robot mulai menggantikan aktifitas fisik manusia, saat itu tenaga manusia sudah mulai tak begitu dibutuhkan lagi dalam proses produksi. Teknologi yang padat karya pun telah digeser oleh teknologi yang padat modal.<sup>11</sup>

Kita hidup di tengah derasnya perkembangan sistem komunikasi. Internet berkembang dengan cepat dan menjadi bagian-bagian terpenting dalam bidang ekonomi. Di pihak lain perkembangan teknologi baru, termasuk televisi digital, menawarkan perubahan besar di bidang lain. Istilah media konvergen digunakan dalam arti bergabungnya layanan yang dahulu terpisah, termasuk internet, televisi, kabel dan telepon. Salah satu penyebab terjadinya media konvergen adalah masalah teknis lebih banyak isi media dimasukkan dalam format digital.<sup>12</sup>

Sekarang ini e-commerce (perdagangan lewat internet) mulai berperan penting dalam masyarakat. Sebab penelitian yang dilakukan oleh Universitas Texas pada tahun 1999 menunjukkan bahwa e-commerce

---

<sup>11</sup> Idi Subandi Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007), 34.

<sup>12</sup>Werner J. Severin & James W. Tankard, Jr., *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa)*, (Jakarta: Kencana, 2011), 5.

menjadi kekuatan utama dalam masyarakat. Total 350 miliar (dollar) dialokasikan untuk ekonomi internet pada tahun 1998. Menurut laporan Indicators, hanya dalam waktu lima tahun sejak diperkenalkannya World Wide Web, ekonomi internet sejajar dengan sektor yang telah ada seperti energi (223 miliar), otomotif (350 miliar) dan telekomunikasi (270 miliar).<sup>13</sup>

## 2. Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak instamatic dan polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.<sup>14</sup>

Pihak Instagram menyatakan terdapat ada sebanyak 95 juta foto dan video yang dipublikasikan ke platformnya setiap hari, disertai dengan 4,2 miliar likes per harinya. Perluasan layanan Instagram ke ranah global dalam waktu yang cepat kemudian dinilai telah mengalahkan jejaring sosial mikroblog Twitter yang sejak beberapa bulan lalu mengalami

---

<sup>13</sup>Ibid.

<sup>14</sup> Bonaditya, "Instagram," dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, (diakses pada tanggal 27 Januari 2016, jam 15.45).

stagnan pertumbuhan pengguna di angka 300 juta user. Sejak itu Instagram tumbuh menjadi salah satu aplikasi media sosial paling populer di dunia.<sup>15</sup>

Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 7.0 atau yang terbaru, telepon genggam Android apapun dengan sistem operasi versi 2.2 (Froyo) ke atas, dan Windows Phone 8. Aplikasi ini dapat diunggah melalui Apple App Store dan Google Play. Pada tanggal 9 April 2012, diumumkan bahwa Facebook setuju mengambil alih Instagram dengan nilai sekitar \$1 miliar.<sup>16</sup>

### 3. Citra Tubuh

Terdapat beberapa pengertian mengenai citra tubuh. Salah satunya seperti yang diungkapkan oleh Thompson, citra tubuh adalah pandangan intelektual seseorang tentang penampilannya. Menurut Schonfeld, citra tubuh adalah konsep seseorang mengenai penampilan fisik dan perasaannya terhadap hal tersebut berdasarkan pengalaman yang lalu dan sekarang baik secara nyata maupun fantasi. Hoyt mendefinisikan citra tubuh sebagai sikap seseorang terhadap tubuhnya dari segi ukuran, bentuk maupun estetika berdasarkan evaluasi individual dan pengalaman afektif terhadap

---

<sup>15</sup> Hani Nur Fajrina, "Ada 22 Juta Pengguna Aktif Instagram dari Indonesia", dalam <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-instagram-dari-indonesia/> (diakses tanggal 28 Juni 2016, jam 12.14).

<sup>16</sup> Bonaditya, "Instagram," dalam <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>, (diakses pada tanggal 27 Januari 2016, jam 15.45).

atribut-atribut fisiknya. Sedangkan Slade mengemukakan bahwa citra tubuh adalah representasi mental dari bentuk dan ukuran tubuh yang dipengaruhi oleh faktor-faktor biologis, historis, sosiokultural dan faktor-faktor individual. Dapat disimpulkan bahwa citra tubuh adalah pikiran, perasaan dan sikap seseorang mengenai tubuhnya dan pandangannya tentang bagaimana orang lain menilai tubuhnya yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, biologis, historis, sosiokultural dan faktor-faktor individual.<sup>17</sup>

### **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimanakah penggunaan media sosial instagram mahasiswa Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016?
2. Bagaimana tingkat citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016?

### **D. Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui penggunaan media sosial instagram mahasiswa jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016.

---

<sup>17</sup> Lia Amalia, *Mitos Cantik di Media*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2009), 23.

2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016.
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap sikap, penampilan dan tutur kata mahasiswa Jurusan Ushuluddin dan Dakwah Tahun 2016.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Peneliti memiliki segudang harapan untuk terealisasinya sebuah karya ilmiah yang aplikatif dan bermanfaat bagi pembaca, diantaranya:

##### 1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap dapat menguji tentang korelasi ada atau tidaknya pengaruh media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa jurusan Ushuluddin dan Dakwah tahun 2016. Serta dapat menjadi sumber bagi pembaca, pendidik dan masyarakat dalam memahami pengaruh media sosial Instagram terhadap citra tubuh.

##### 2. Kegunaan Praktis

Berdasarkan penelitian diatas, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi bagi pembaca dan masyarakat, diantaranya:

- a. Bagi mahasiswa, untuk menambah wawasan dalam menerapkan teori-teori penelitian serta untuk membantu menjawab permasalahan dibangku

kuliah agar menjalankan peran sebagai agent of change sehingga mampu memberikan kontribusi bagi lingkungan dan masyarakat.

- b. Bagi staf pengajar (dosen), sebagai bahan informasi agar para dosen lebih peka terhadap fenomena yang terjadi dalam ruang lingkup mahasiswa dan STAIN Ponorogo
- c. Bagi STAIN Ponorogo, untuk menambah literatur kepustakaan yang berkaitan dengan implikasi media sosial instagram serta dapat meningkatkan pengetahuan seluruh civitas akademik STAIN Ponorogo .
- d. Bagi pembaca dan masyarakat, untuk mengedukasi masyarakat agar memiliki referensi tentang fenomena instagram dan arti penting citra tubuh.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Dalam sistematika pembahasan peneliti akan menggambarkan alur bahasan yang relevan antara satu bagian dengan bagian berikutnya. Pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab, kelima bab tersebut merupakan satu kesatuan yang utuh yang tidak dapat terpisahkan untuk mencapai tujuan pembahasan agar dapat tergambarkan dengan baik. Sebelum menginjak bab pertama, peneliti akan mencantumkan dan menguraikan tentang cover atau halaman sampul, halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, abstrak, kata pengantar, dan pada bagian akhir adalah daftar isi.

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi pendahuluan yang akan menjabarkan tentang latar belakang dari permasalahan yang diangkat peneliti, kemudian penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan dilengkapi dengan sistematika pembahasan.

**BAB II : TEORI**

Landasan teori yang berisi uraian tentang kajian pustaka yang terdiri dari poin-poin penting yaitu berupa deskripsi variabel dan telaah pustaka, didalamnya juga terdapat kerangka berfikir dan pengajuan hipotesis. Dalam deskripsi teori, peneliti akan menyusun dan mengumpulkan beberapa teori yang sesuai dengan pembahasan, yang meliputi definisi media sosial instagram, teori media sosial, konsep citra tubuh dsb.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian, populasi dan sampel, instrument penelitian data dan teknik analisis data.

**BAB IV : TEMUAN DAN HASIL PENELITIAN**

Bab ini berisis tentang gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi data, analisis data (pengajuan hipotesis), dan pembahasan atau interpretasi atas angka statistik.

**BAB V : PENUTUP**



Bab ini membahas tentang kesimpulan penelitian dan disertai dengan saran serta kritik. Selain itu pada bagian akhir ini juga berisi daftar rujukan, lampiran-lampiran dan angket, curriculum vitae dan pernyataan keaslian penelitian agar terhindar dari dugaan plagiarisme.