

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Media Sosial**

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.<sup>1</sup>

Sedangkan definisi media sosial menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran user-generated content. Web 2.0 menjadi platform dasar media sosial. Media sosial ada dalam berbagai macam bentuk, diantaranya termasuk social network, forum internet, weblogs, social blogs, micro blogging, wikis, podcasts, gambar, video, rating, dan boomark sosial. Menurut Kaplan dan

---

<sup>1</sup> Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 125.

Haenlein ada enam jenis media sosial termasuk Instagram yang masuk kategori jaringan sosial.<sup>2</sup> Sementara untuk bisa tersambung dengan media sosial Instagram pengguna harus selalu mengaktifkan internet. Penemuan fungsi komunikasi yang supercanggih ini dijuluki dengan berbagai nama, antara lain internet, media komunikasi maya, media superhighway dan sebagainya. Kelebihan jaringan komunikasi internet ini adalah kecepatan mengirim dan memperoleh informasi, dan sekaligus sebagai penyedia data shopsticated. Sebab 30 tahun lalu orang tidak bisa membayangkan bahwa komputer yang berbasis internet akan menjadi perpustakaan dunia yang dapat diakses melalui satu pintu yang namanya world wide word (www). Kelebihan lain dari internet, yakni dfungsikannya sebagai media antarpribadi dengan pengiriman pesan dalam bentuk electronic mail (e-mail). Bagi orang muda, media internet boleh dikatakan sudah menjadi bagian budaya mereka. Karena internet selain bisa menyediakan informasi yang beragam, mereka juga bisa menjadikan internet sebagai saluran ajang gaul untuk berkenalan dengan siapa saja di atas bumi ini tanpa pernah bertatap muka, bahkan ia bisa tercatat sebagai mahasiswa universitas

---

<sup>2</sup>Daniella Putri Islamy, Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2015. hal 12.

terkenal disuatu negara tanpa mengunjungi negara di mana universitas itu berdiri. Itulah kemajuan dunia komunikasi saat ini.<sup>3</sup>

Kemajuan teknologi komunikasi saat ini menunjukkan grafik yang terus meningkat. Bahkan sejak kemunculan jejaring sosial atau media sosial, mengantarkanya pada era budaya populer. Saat ini untuk mengakses media sosial dapat dilakukan dengan cara yang lebih mudah dan cepat, tidak perlu membawa laptop ataupun komputer, cukup melalui smartphone seseorang dapat dengan mudah berkomunikasi kepada siapapun. Selain itu peran media sosial juga mulai tampak menggantikan media massa konvensional dalam menyebarkan berita maupun informasi.<sup>4</sup> Realitas media kini telah mengubah kehidupan masyarakat, sehingga membentuk hiper realitas yang menjadi bagian fungsional dalam berbagai struktur masyarakat, terutama hadirnya televisi dan internet yang mengambil alih fungsi sosial manusia.<sup>5</sup>

## **2. Elemen-Elemen Dalam Model Komunikasi<sup>6</sup>**

---

<sup>3</sup>Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), 151.

<sup>4</sup> Daniella Putri Islamy, Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2015, hal 13.

<sup>5</sup> Nurul Syobah, Media dan Saluran Komunikasi Islam (Artikulasi Media, Dakwah dan Pencitraan Islam), Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan, STAIN Samarinda, 2011. Hal 49

<sup>6</sup>Scott Cutlip dkk., Effective Public Relations, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 227.

Periset komunikasi telah mempelajari elemen individual dalam model proses komunikasi untuk menentukan efek dari masing-masing elemen terhadap efektivitas proses tersebut. kebanyakan studi membahas persuasi sebagai hasil yang diinginkan, tetapi kini banyak studi yang telah memperluas efek yang dikaji.

a. Pengirim

Karakteristik dari sumber pesan mempengaruhi tingkat penerimaan pesan oleh si penerima tetapi tidak banyak mempengaruhi dampak pesan jangka panjang. Hovland dan rekannya menyebut dampak sumber jangka panjang ini sebagai “sleeper effect.” Misalnya, menurut teori kredibilitas sumber dan daya tarik sumber, pesan seks-aman yang mempromosikan pencegahan infeksi HIV di kalangan mahasiswa akan lebih mudah diterima sebagai pesan yang terpercaya apabila diberikan oleh sumber yang kredibilitas tinggi, seperti otoritas medis yang diakui, ketimbang apabila pesan itu disampaikan oleh teman mereka sendiri.

Riset yang lebih baru menunjukkan dampak sumber jangka pendek maupun jangka panjang. Kredibilitas sumber memperbesar nilai informasi. Teori ini menyatakan bahwa status, reliabilitas, dan kepakaran dari sumber akan menambah bobot pesan. Mengalihkan ketiga sumber ini akan menghasilkan bobot sumber dalam proses

komunikasi. Para periset telah menyimpulkan bahwa meskipun karakteristik sumber akan mempengaruhi proses komunikasi, dampaknya akan bervariasi dari satu situasi ke situasi lainnya, dari satu topik ke topik lainnya, dari waktu ke waktu. Akan tetapi, setidaknya karakteristik sumber akan mempengaruhi penerimaan pesan oleh si penerima.

b. Pesan

Karakteristik pesan jelas berdampak pada proses komunikasi, tetapi banyak ahli komunikasi sepakat bahwa “maknanya tergantung pada orang, bukan kata-kata pesannya.” Observasi ini menghasilkan kesimpulan bahwa orang berbeda yang menerima pesan yang sama mungkin akan menafsirkannya secara berbeda, memberikan makna yang berbeda, dan bereaksi dengan cara yang berbeda pula. Bagaimanapun juga, karakteristik pesan dapat menghasilkan efek yang kuat, walaupun mungkin tidak dapat diterangkan dengan penjelasan berdasarkan sebab-akibat langsung dan sederhana. Seperti ditunjukkan lewat gagasan tentang audiens yang keras kepala, efek pesan dimediasi oleh penerima, dan karenanya menyulitkan pencarian aturan yang berlaku untuk semua situasi komunikasi. Riset terhadap dampak karakteristik pesan ini mendukung kesimpulan umum dari bagian sebelumnya. Misalnya, studi klasik terhadap urutan presentasi – “keutamaan” versus

“kebaruan” – menunjukkan bahwa bagian pertama dari pesan memberikan efek terbesar bagi penerima dengan minat awal yang rendah. Bagian terakhir dari pesan memberikan efek terbesar bagi penerima dengan minat awal yang sudah tinggi.

Riset pesan lain yang dilakukan oleh Hovland dan rekannya di Yale dilakukan untuk meneliti penggunaan pesan menakut-nakuti untuk mendapatkan persetujuan. Setelah melakukan eksperimen dengan menggunakan pesan tentang kesehatan gigi, Janis dan Feshback menyimpulkan bahwa pesan yang tidak terlalu menakut-nakuti lebih diterima ketimbang pesan yang terlalu banyak menakut-nakuti.

c. Medium atau Saluran

Teknologi baru untuk menyampaikan pesan telah menentang pandangan lama. Misalnya, di banyak organisasi, e-mail telah mengubah komunikasi di dalam organisasi dan bahkan melintasi batas negara. Misalnya, rapat bisa dilakukan dalam format digital atau virtual, mengubah sifat interaksi tetapi memberikan keuntungan dari segi biasa dan kenyamanan.

Sarjana dan praktisi komunikasi biasanya menganggap komunikasi tatap muka adalah metode pertukaran informasi yang paling langsung, kuat dan lebih disukai. Berbeda dengan komunikasi massal, komunikasi interpersonal (antar-orang) hanya

melibatkan dua orang komunikator (biasanya keduanya berdekatan), menggunakan banyak indra, dan bisa langsung ditanggapi. Akan tetapi, deskripsi komunikasi interpersonal ini tidak mempertimbangkan kemungkinan bahwa pesan media massa ditunjukkan kepada hanya sedikit orang di dalam publik spesifik. Demikian pula, kedekatan fisik bisa jadi kurang penting ketimbang sifat dari hubungan antarkomunikator, yang oleh para sarjana dinamakan “fenomena kedekatan yang mengatasi jarak.” Apa yang dahulunya merupakan komunikasi impersonal ketika orang tukar-menukar pesan bisa menjadi komunikasi interpersonal saat komunikator mulai menjalin hubungan.

Akan tetapi waktu dan jarak sering kali akan membutuhkan penggunaan sistem penyampaian pesan selain penyampaian antar-orang. Realita di masyarakat saat ini, kontak tatap muka mulai digantikan oleh transmisi dengan perantara. Komunikasi lisan diganti dengan komunikasi tertulis. Surat tulis tangan digantikan oleh surat yang di-print. Publikasi cetak membuka jalan bagi munculnya jaringan komputer yang menyampaikan sinyal digital yang diterjemahkan menjadi informasi. Memilih medium (tunggal) atau media (jarak) yang tepat akan membutuhkan pemahaman tentang media dan efek dari media tersebut.

d. Penerima

Dalam studi komunikasi massa awal, audiens masyarakat luas dianggap mudah dimanipulasi oleh pihak berkuasa dengan menggunakan media dan pesan. Para kritikus menganggap masyarakat telah teralienasi dan terisolasi dari kekuatan ikatan sosial dan psikologis sebagaimana ada dalam masyarakat tradisional sebagai akibat dari industrialisasi, urbanisasi, dan modernisasi. Akan tetapi, bukti dari penelitian efek audien menunjukkan bahwa mereka adalah penerima aktif. Eksperimen persuasi Yale menunjukkan bahwa penerima tidak semuanya dipengaruhi oleh pesan dan tidak semuanya berubah sikap secara seragam. Misalnya, penerima yang menghargai anggota suatu kelompok relati tidak terpengaruh oleh pesan yang menentang pandangan dari kelompok itu. Orang selalu agresif terhadap orang lain cenderung akan menolak terhadap persuasif. Di lain pihak, penerima yang rendah hati dan suka peduli pada orang lain lebih mudah dipengaruhi oleh pesan persuasif ketimbang orang yang angkuh dan suka tidak peduli pada orang lain. Perbedaan dampak ini membuat komunikator bertanggung jawab untuk mendefinisikan publik spesifik agar pesannya sesuai dengan sasaran.

e. Konteks Hubungan

Komunikasi terjadi di dalam konteks hubungan para komunikator. Rentang hubungan itu mencakup hubungan dekat



dan intim, hubungan formal, hubungan kompetitif, dan hubungan interpersonal konflikual dalam berbagai setting. Tentu saja, maksudnya adalah hubungan itu sendiri mempengaruhi proses komunikasi. Entah itu verbal atau nonverbal, komunikasi dalam hubungan membantu pihak-pihak yang terlibat untuk membuat prediksi satu sama lain dalam hubungan tersebut. komunikasi mengurangi ketidakpastian tentang kemungkinan akibat dari pertukaran informasi di masa depan dan menjadi basis untuk melanjutkan hubungan. Akan tetapi, memahami proses komunikasi bukan hanya memerlukan pemahaman hubungan antarkomunikator, tetapi juga pemahaman konteks sosial tempat di mana komunikasi terjadi.

f. Lingkungan Sosial

Komunikasi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh setting sosial. Jadi, komunikasi terjadi sebagai sebuah proses terstruktur di dalam sistem yang terdiri dari komponen dan aktivitas yang saling berhubungan. Sistem sosial mencakup keluarga, kelompok, organisasi, dan semua jenis kelompok yang pada saat yang sama bertindak sebagai produsen sekaligus produk komunikasi.

### **3. Fungsi Media Dan Pengaruhnya**

Sejumlah upaya telah dicoba untuk mensistimasisasikan fungsi utama media (tujuan atau efek; dimaksudkan atau tidak dimaksudkan),

yang pada mulanya dimulai dari Lasswell yang memberikan ringkasan kesimpulan mengenai fungsi dasar komunikasi sebagai pengawasan lingkungan; pertalian (korelasi) bagian-bagian masyarakat dalam memberikan respons terhadap lingkungannya; transmisi warisan budaya. Semua itu secara berurutan berkaitan dengan pemberian informasi; pemberian komentar atau interpretasi yang membantu pemahaman makna penggalan informasi, dan juga pembentuka kesepakatan (konsensus), ekspresi nilai-nilai dan simbol budaya yang diperlukan untuk melestarikan identitas dan kesinambungan masyarakat.<sup>7</sup>

Menurut Denis McQuail, fungsi informasi dalam komunikasi massa dapat dikaitkan dengan tiga makna yang masing-masing diantaranya; media berusaha untuk memberikan informasi (tujuan); orang mengetahui sesuatu dari media (konsekuensi); dan media diharapkan dapat memberikan informasi (harapan). McQuail berpendapat mengenai fungsi utama media bagi masyarakat adalah:

- a. Informasi
  - Inovasi, adaptasi dan kemajuan.
- b. Korelasi

---

<sup>7</sup> Agus Dharma & Aminuddin Ram, *Mass Communication Theory Second Edition*, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1996), 69-70.

- Menjelaskan, menafsirkan, mengomentari makna peristiwa dan informasi.
- Menunjang otoritas dan norma-norma yang mapan.
- Mengkoordinasikan beberapa kegiatan.
- Membentuk kesepakatan.

c. Kesenambungan

- Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan kebudayaan.
- Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan

- Menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sarana relaksasi.
- Meredakan ketegangan sosial.

e. Mobilisasi

- Mengkampanyekan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan terkadang juga dalam bidang agama.<sup>8</sup>

## 4. Citra Tubuh

### a. Pengertian Citra Tubuh

---

<sup>8</sup> Daniella Putri Islamy, Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2015. hal 13.

Terdapat beberapa pengertian mengenai citra tubuh. Salah satunya seperti yang diungkapkan oleh Thompson, citra tubuh adalah pandangan internal seseorang tentang penampilannya. Menurut Schonfeld, citra tubuh adalah konsep seseorang mengenai penampilan fisiknya 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 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.<sup>9</sup>

Istilah citra tubuh atau body image pertama kali dipopulerkan oleh Paul Schilder dalam bukunya *The Image and Appearance of the Human Body* pada tahun 1935. Citra tubuh terbentuk dari pengalaman pribadi individu, aspek sosial dan budaya sekitar. Oleh karena itu, citra tubuh terpengaruhi oleh standar ideal khususnya didalam budaya dimana individu tinggal. Pencapaian akan tubuh yang dianggap ideal oleh masyarakat sangat sulit dan

---

<sup>9</sup>Lia Amalia, *Mitos Cantik di Media*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2009), 23.

sering kali menyebabkan body image disturbance pada individu. Body image disturbance adalah penyakit mental yang dipicu oleh kecemasan berlebihan pada individu terhadap penampilan fisik dan citra tubuhnya.<sup>10</sup>

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa citra tubuh adalah pikiran, perasaan dan sikap seseorang mengenai tubuhnya dan pandangan tentang bagaimana orang menilai tubuhnya yang dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis, biologis, historis, sosiokultural dan faktor-faktor individual.<sup>11</sup>

Berkembangnya industrialisasi dan budaya konsumerisme di negara-negara Barat yang dengan cepat tersebar ke berbagai penjuru dunia, membentuk citra tubuh dan standar tubuh ideal yang baru bagi kaum wanita. Melalui fashion, perfilman Hollywood, dan berbagai macam jenis iklan, masyarakat diperkenalkan dengan figur-figur wanita yang lebih langsing. Media massa juga menciptakan image seolah-olah wanita langsing itu lebih baik daripada wanita gemuk.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Cikita Tiara, Citra Tubuh Dan Bentuk Tubuh Perempuan Ideal di Masyarakat, Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa dan Desain, Program Studi Sarjana Bidang Seni Rupa Fakultas Seni Rupa dan Desain ITB 2005. Hal 1.

<sup>11</sup> Lia Amalia, Mitos Cantik di Media, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2009), 24.

<sup>12</sup> Desi Bestiana, Jurnal Citra Tubuh dan Konsep Tubuh Ideal Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya, Vol.1/No.1/Juli-Desember tahun 2012, hal 1.

Hampir semua pemeran wanita, terutama pemeran utama, dalam sinetron dan film adalah mereka yang bertubuh langsing. Wanita yang bertubuh gemuk dan obesitas sangat jarang mendapatkan peran yang penting. Terkadang diceritakan pula kisah seorang gadis yang awalnya bertubuh gemuk dan tidak fashionable, sering menjadi bahan ejekan dan tertawaan orang-orang di sekitarnya, namun pada akhirnya akan berubah menjadi gadis cantik bertubuh langsing yang menjadi incaran para pria, contohnya di dalam film *Date Movie* produksi 20th Century Fox di tahun 2006 dan drama musikal Korea *Dream High* produksi KBS yang hampir semua pemeranya adalah pria tampan dan wanita cantik yang sempat populer di Indonesia pada tahun 2011.<sup>13</sup>

#### b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Citra Tubuh

Citra tubuh mulai terbentuk jauh sebelum seorang anak mampu mengungkapkan pikiran-pikiran maupun ide-idenya lewat kata-kata. Melalui kemampuan fisiknya seorang anak mempersepsi dirinya sebagai seseorang yang dapat menyebabkan sesuatu terjadi, misalnya dengan menggunakan tanganya sebagai alat.

---

<sup>13</sup> Ibid.

Kemampuan seorang anak untuk mengambil mainannya sendiri atau makan dengan menggunakan tangannya sendiri merupakan peristiwa yang akan menjadi bagian dari perkembangan penting dalam pertumbuhan self-help nya dan berkaitan erat dengan perkembangan kemandiriannya.<sup>14</sup> Anak-anak di usia pra-remaja mulai bergaul dengan teman sekolah dan orang-orang lain di luar lingkungan keluarga dan cara pandangya terhadap masyarakat dan kehidupan bersama dalam masyarakat mulai dipengaruhi oleh citra dan rasa percaya diri. Penampilan fisik seperti berat tubuh, penampilan kulit, dan tinggi badan, menjadi faktor penting bagi pra-remaja agar diterima oleh lingkungannya.<sup>15</sup>

Dengan berakhirnya masa anak-anak, seorang remaja akan terus berusaha mengembangkan self-helpnya dan menurunkan tingkat ketergantungannya pada orang dewasa termasuk dalam hal kemampuan fisik. Hal ini dipengaruhi oleh meningkatnya kekuatan, ukuran dan kemampuan fisiknya. Perubahan-perubahan fisik yang terjadi pada masa remaja dan serangkaian pengalaman akan membentuk persepsi remaja tentang physical self-nya dan memberi kesan mendalam tentang pentingnya makna sebuah tubuh dan kekuatan fisik. Bagaimana ia menilai tubuhnya akan

---

<sup>14</sup>Ibid, 25.

<sup>15</sup><http://indopos.co.id/bentuk-body-image-positif-usia-praremaj/> diakses 28 Juni 2016 jam 12.20.

turut dipengaruhi oleh pengalaman-pengalaman yang membawanya untuk melihat dan menilai apakah secara fisik dirinya lemah atau kuat, sehat atau mudah sakit, tinggi atau pendek, kurus atau gemuk, dan sebagainya.<sup>16</sup>

Para Sarjana telah lama berpendapat bahwa citra perempuan dalam dunia fashion, iklan, media populer dan majalah gosip turut mempengaruhi masyarakat dalam menyakini sejumlah mitos tentang tubuh ideal, tubuh yang didamba, tubuh yang sempurna, tetapi tetap cantik dan alami, dan terlebih dengan hadirnya para model dalam dunia fashion dan bintang yang menghiasi sampul majalah gadis dan perempuan. Mereka memiliki kekuatan hegemonik dan pedagogis. Bagaimana pada akhirnya konstruksi aura dan citra tubuh dalam teks-teks budaya populer tersebut ikut membentuk dan mengubah citra rasa budaya anak muda tentang tubuh yang ideal secara budaya. Dengan cara demikian pula, kita bisa memahami bahwa teks budaya populer tentang tubuh dan citra diri hampir tak bisa dilepaskan bila kita berbicara tentang penampilan perempuan dan laki-laki yang diidealkan di pentas budaya populer yang terkomersilkan.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Lia Amalia, *Mitos Cantik di Media*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2009), 25.

<sup>17</sup> Idi Subandi Ibrahim, *Budaya Populer Sebagai Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2007),



Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi citra tubuh antara lain:<sup>18</sup>

- Reaksi dan opini dari orang-orang yang dianggap penting oleh individu.
- Perubahan suasana hati
- Pengalaman-pengalaman fisik individu
- Pengalaman psikologis individu
- Perbandingan perkembangan fisik individu dengan perkembangan fisik orang lain
- Media massa
- Perbandingan terhadap cultural ideal
- Harga diri (self esteem)

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perubahan fisik yang terjadi sangat mempengaruhi citra tubuh remaja. Banyak remaja yang tidak puas pada tubuhnya sehingga memiliki citra tubuh negatif. Ketidakpuasan remaja terhadap tubuhnya dapat mengakibatkan beberapa hal seperti diet beresiko terhadap kesehatan tanpa petunjuk dokter, perilaku makan yang menyimpang, penyalahgunaan obat-obatan pelangsing dan pencahar, dan depresi. Oleh karena itu, remaja memerlukan

---

<sup>18</sup> Lia Amalia, *Mitos Cantik di Media*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press,2009), 26.

pemahaman yang benar mengenai tubuh agar dapat menilai tubuhnya secara positif.<sup>19</sup>

c. Membentuk Citra Baru

Upaya memperkenalkan diri kepada khalayak merupakan strategi komunikasi yang mutlak dilakukan. Memperoleh pengikut bukanlah persoalan yang mudah, sebab dewasa ini orang menyamakan dirinya dengan orang lain atau pihak lain tidak semata-mata mengikuti aspek “kebutuhan nyata”, tetapi lebih berperan dalam keputusannya adalah “rasa membutuhkan”. Upaya lain dalam membangun citra baru<sup>20</sup> :

- Menjalin kerjasama dengan tokoh-tokoh masyarakat yang menjadi panutan sosial
- Mengadakan aktivitas bersama dengan institusi lain yang mempunyai reputasi baik, sehingga menciptakan kesan seolah-olah kesejajaran dengan institusi atau perusahaan tersebut

d. Mempertahankan Citra Yang Sudah Terbangun

Dalam hal mempertahankan citra, lebih sulit daripada membangun citra. Mengapa? Karena ketika citra sudah terbangun, biasanya akan mengundang pesaing

---

<sup>19</sup>Ibid, 33.

<sup>20</sup>Helena Oliy, Opini Publik, (Jakarta: INDEKS, 2007), 108.

berkompetisi. Pada saat itu muncullah ujian mempertahankan citra yang sudah mapan dengan kerja pola yang lama, dan sudah terbentuk pengikut yang setia atau fanatik. Ketika memutuskan untuk mengubah citra, risikonya harus membangun strategi komunikasi dari awal lagi yang berarti membutuhkan dana atau cost tambahan yang tidak sedikit. Misal, bagaimana PT Unilever mempertahankan citra terhadap “pasta gigi pepsodent” terhadap keberadaanya, di tengah-tengah pesaing dengan berbagai merek dan rasa. Produk-produk baru itu menjanjikan, dan menjamin gigi akan kuat, cemerlang, disertai tambahan beberapa bahan-bahan baku, yang dikenal banyak orang dan lazim digunakan dalam produk makanan. Perusahaan penghasil “pepsodent” ini tetap menggunakan merek tersebut, dengan menambah kemasan disertai gambar dari bahan baku yang disertai dalam “pasta gigi” tersebut. Hal itu juga berlaku bagi produk sabun mandi dengan berbagai kemasan, pemakaian bahan baku yang sama dengan sabun produk lain, juga diperhatikan warna dan aromanya.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Ibid. 109

Citra ternyata bisa juga menurunkan popularitas, karena kuatnya citra pesaing yang mengganggu dukungan publik kepadanya. Situasi semacam ini dapat merugikan organisasi. Kalau organisasi ini merupakan organisasi bisnis, maka penurunan keuntungan berakibat lesunya penjualan. Seringkali dampak yang dilakukan dalam situasi persaingan cenderung emosional, dan semakin merusak citra.<sup>22</sup>

## **5. Sikap**

Menurut G. W. Allport sikap adalah keadaan mental dan saraf dari kesiapan, yang diatur melalui pengalaman yang memberikan pengaruh dinamik atau terarah terhadap respons individu pada suatu objek dan situasi yang berkaitan dengannya. Abu Ahmadi mendefinisikan sikap sebagai predisposisi (keadaan yang mudah terpengaruh) yang dipelajari yang mempengaruhi tingkah laku, berubah dalam hal intensitasnya, biasanya konsisten sepanjang waktu dalam situasi yang sama, dan komposisinya hampir selalu kompleks. Zimbardo dan Ebbesen menjelaskan bahwa sikap adalah suatu

---

<sup>22</sup> Ibid. 111

presdisposisi terhadap seseorang, ide atau objek yang berisi komponen-komponen cognitive, affective, dan behavior.<sup>23</sup>

#### **a. Struktur Sikap**

Mencermati uraian tentang sikap di atas, maka dapat dipahami bahwa terdapat tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu:<sup>24</sup>

##### **I. Komponen Kognitif (komponen perseprual)**

Komponen kognitif yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yakni hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana aorang mempersepsi terhadap objek sikap. Komponen ini berhubungan dengan gejala mengenai pikiran yang berwujud pengolahan, pengalaman, dan keyakinan serta harapan individu terhadap objek sikap.

##### **II. Komponen Afektif (komponen emosional)**

Komponen afektif yaitu komponen ini berkaitan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, demikian sebaliknya, rasa tidak senang, merupakan hal yang negatif. Komponen ini menunjukkan arah sikap, positif atau negatif.

##### **III. Komponen Konatif (action component)**

---

<sup>23</sup>Siti Mahmudah, Psikologi Sosial (Teori dan Model Penelitian), (Malang: UIN Maliki Press, 2012), 21-22.

<sup>24</sup>Ibid. 24.

Komponen konatif yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap, misalnya kecenderungan memberi pertolongan, menjauhkan diri dan sebagainya. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak seseorang terhadap objek sikap.

## **b. Teori Sikap<sup>25</sup>**

### **I. Belajar**

Dasar asumsi yang melatarbelakangi pendekatan ini adalah bahwa sikap dipelajari dengan cara yang sama seperti kebiasaan lainnya. Pendekatan belajar memandang sikap sebagai kebiasaan seperti hal-hal yang dipelajari. Oleh karena itu prinsip yang diterapkan pada bentuk-bentuk belajar lainnya juga menentukan pembentukan sikap. Orang memperoleh informasi, fakta-fakta dan juga mempelajari perasaan-perasaan dan nilai-nilai yang berkaitan dengan fakta tersebut. Seorang anak belajar bahwa hewan tertentu disebut kucing, bahwa kucing itu adalah teman, bahwa kucing itu baik, akhirnya ia belajar untuk menyukai kucing. Dia mempelajari kognisi dan afeksi sikap serta dia mempelajarinya melalui proses dan mekanisme yang sama yang mengatur jenis belajar lainnya.

### **II. Insentif**

---

<sup>25</sup>Ibid, 25-27.

Teori insentif memandang pembentukan sikap sebagai proses menimbang baik-buruknya berbagai kemungkinan posisi kemudian mengambil alternatif yang terbaik. Seorang mahasiswa mungkin merasa bahwa berpesta merupakan hal yang menyenangkan dan teman-temannya menyukai hal itu. Pertimbangan ini memberikannya sikap yang positif. Namun, dia tahu bahwa orang tuanya tidak ingin dia hanya berpesta selama di perguruan tinggi, karena ini akan mengganggu studinya. Pertimbangan ini memberikan sikap yang negatif terhadap pesta. Teori insentif dengan demikian mendasarkan diri pada prinsip utilitas, memaksimalkan keuntungan. Setiap sisi suatu masalah memiliki keuntungan dan kerugian, dan individu akan mengambil sisi yang memberikan keuntungan yang lebih besar.

### III. Kognitif

Pendekatan ini menggambarkan orang sebagai makhluk yang menemukan makna dan hubungan dalam struktur kognitifnya. Individu yang memiliki keyakinan atau nilai yang tidak konsisten satu dengan lainnya berusaha untuk membuat keyakinan atau nilai menjadi lebih konsisten. Demikian juga jika kognisinya konsisten dan dia dihadapkan pada kognisi baru yang akan menimbulkan ketidak konsistenan, dia akan berusaha untuk meminimalkan ketidak konsistenan itu. Berusaha mempertahankan atau memperbaiki konsisten kognitif adalah motif utama. Pendekatan ini menegaskan

bahwa orang mencari keselarasan dan kesesuaian dalam sikap mereka, dan antara sikap dan perilaku.

## **6. Percakapan**

Percakapan adalah kegiatan biasa, bersifat informal dan merupakan bentuk interaksi anatar individu yang dilakukan setiap hari, tetapi dalam teori komunikasi percakapan adalah topik penting yang banyak dipelajari para ahli komunikasi. Percakapan dapat didefinisikan sebagai an interaction sequence with a defined beginning and end, turn taking, and some sort of purpose or a set of goals (suatu urutan interaksi dengan awal dan akhir yang jelas, saling bergantian dan memiliki semacam arah atau seperangkat tujuan). Menurut Littlejohn dan Foss, percakapan dikontrol oleh sejumlah aturan, memiliki struktur dan menunjukkan adanya kesatuan (coherence) serta memiliki makna.<sup>26</sup>

## **7. Teori Bahasa**

Studi mengenai bahasa sangat dipengaruhi oleh semiotika dan sebaliknya dan karena itu adalah penting bagi kita untuk mengetahui mengenai struktur bahasa karena struktur mempengaruhi pesan. Ferdinand de Saussure, pendiri struktur linguistik modern, yang berjasa memberikan sumbangan besar pada tradisi struktural dalam ilmu komunikasi, mengajarkan bahwa “tanda” (sign), termasuk

---

<sup>26</sup>Morissan, Teori Komunikasi Indiviu Hingga Massa, (Jakarta: Kencana, 2013), 201.



bahasa, adalah bersifat acak (arbitrary). Ia menyatakan bahasa yang berbeda menggunakan kata-kata yang berbeda untuk menunjukkan hal yang sama, dan bahwa biasanya tidak ada hubungan fisik antara suatu kata dengan referennya. Karena itu tanda merupakan kesepakatan yang diarahkan oleh aturan (signs are conversation governed by rules).<sup>27</sup>

Menurut Saussure, kunci untuk memahami struktur dari sistem bahasa adalah perbedaan (difference). Bunyi huruf “p” berbeda dengan “b”; suatu kata berbeda dengan kata lainnya seperti “kucing” dan “anjing”; satu bentuk tata bahasa juga berbeda dengan tata bahasa lainnya “akan pergi” dan “telah pergi”. Sistem perbedaan ini membentuk struktur bahasa, baik dalam bahasa percakapan maupun tulisan. Saussure percaya bahwa pengetahuan manusia tentang dunia ditentukan oleh bahasa.<sup>28</sup>

## 8. Penampilan

Madonna adalah fenomena menarik bagi cultural studies karena karya, popularitas dan pengaruhnya menunjukkan ciri-ciri penting watak dan fungsi fashion dan identitas dalam dunia kontemporer. Fashion menawarkan model-model dan bahan untuk membangun identitas. Masyarakat tradisional memiliki peran sosial dan kode-kode aturan yang relatif baku, sehingga pakaian dan

---

<sup>27</sup>Ibid, 139.

<sup>28</sup>Ibid, 139-140.

penampilan seseorang secara langsung menunjukkan kelas sosial, profesi, dan statusnya. Pada abad pertengahan, identitas di Eropa Barat sangat dibatasi, bahkan terdapat aturan-aturan tertulis yang mendikte apa yang boleh atau tidak boleh dipakai oleh orang dari kelas yang berbeda. Masyarakat modern menghapus kode-kode pakaian dan fashion yang kaku, dan sejak tahun 1700-an perubahan fashion pakaian dan penampilan mulai berkembang. Meski pakar kapitalis mendikte bahwa hanya kelas-kelas tertentu saja yang mampu membeli pakaian mahal, yang menandakan kekuasaan dan privilese sosial, pasca revolusi Prancis fashion didemokratisasi di negara-negara yang mengalami revolusi demokrasi, sehingga siapa saja yang mampu membeli pakaian dan make up tertentu dapat mengenakan dan menunjukkan apa yang mereka inginkan.<sup>29</sup>

Modernisasi juga menawarkan kemungkinan-kemungkinan baru dalam membangun identitas personal. Masyarakat modern memungkinkan setiap individu untuk membuat dengan batasan tertentu identitas pribadi mereka sendiri dan mengalami krisis identitas. Filsuf David Hume merumuskan masalah identitas pribadi, tentang apa yang menjadikan diri sejati seorang, bahkan menyatakan bahwa tidak ada jati diri yang substansial maupun transdential. Isu tersebut menjadi obsesi bagi Rousseau, Kierkegaard, dan banyak

---

<sup>29</sup>Douglas Kellner, *Budaya Media*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 360.

orang Eropa lain yang mengalami perubahan cepat, kehancuran tatanan masyarakat tradisional, dan kemunculan modernitas. Dengan gerakan fashion seperti itu, setiap orang dapat dengan cepat menciptakan identitas mereka sendiri melalui penolakan terhadap kode-kode fashion dan menciptakan pernyataan fashion mereka sendiri, atau menggunakan gaya yang dominan namun menggunakan gaya mereka sendiri. Selama periode ini budaya media menjadi sumber fashion budaya yang ampuh dengan memberikan model-model tampilan, perilaku dan gaya. Bintang Rock tahun 1960-an dan 1970-an yang berambut panjang dan berpakaian tak umum, mempengaruhi perubahan gaya rambut, pakaian dan perilaku. Pengasosiasian budaya rock dengan rambut panjang, pemberontakan sosial, dan penolakan melalui fashion berlanjut hingga 1970-an.<sup>30</sup>

## **9. Hubungan antara citra diri dengan instagram**

Zaim Qashmal dan Dadi Ahmadi melakukan penelitian tentang hubungan citra diri dan instagram. mereka menyimpulkan empat poin yang menjelaskan tentang pengaruh instagram terhadap citra diri di kalangan mahasiswa Fikom Unisba. Analisis pertama membuktikan bahwa terdapat hubungan antara kognitif (kebutuhan informasi) dengan pembentukan citra diri. Hal-hal seperti kebutuhan dalam

---

<sup>30</sup>Ibid, 360-363.

menggunakan media sosial, lalu memahami maksud dan fungsi dari penggunaan media sosial tersebut, juga kebutuhan akan informasi melalui media sosial, dan mengetahui trend yang sedang berkembang saat ini merupakan hal yang mempunyai hubungan yang kuat dengan pembentukan citra diri seseorang. Analisis kedua membuktikan bahwa terdapat hubungan antara integratif personal (kebutuhan personal) dengan pembentukan citra diri. Hal-hal meliputi kepercayaan diri, penggunaan media sosial yang bersifat pribadi, juga pengaktualisasian diri merupakan hal-hal yang mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan pembentukan citra diri seseorang.<sup>31</sup>

Analisis ketiga membuktikan bahwa terdapat hubungan antara integratif sosial (kebutuhan sosial) dengan pembentukan citra diri, hal-hal seperti kebutuhan akan hubungan yang baik, kemudahan berkomunikasi, bertukar informasi dan pemahaman akan situasi dan kondisi sekitar merupakan hal-hal yang punya hubungan yang sangat kuat dengan pembentukan citra diri seseorang. Analisis keempat membuktikan bahwa terdapat hubungan pelepasan ketegangan dengan pembentukan citra diri. Hal-hal yang meliputi tekanan dalam pikiran,

---

<sup>31</sup> Zaim Qashmal & Dadi Ahmadi, *Prosiding Penelitian Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri*. Prodi Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Public Relations, Universitas Islam Bandung, tahun 2015.

keluh kesah, pencurahan isi pikiran, dan hiburan dianggap berpengaruh terhadap pembentukan citra diri, dalam penelitian ini hal tersebut membuktikan adanya hubungan diantara keduanya.<sup>32</sup>

## **B. Telaah Pustaka**

Disamping menggunakan literatur-literatur yang relevan peneliti juga mengamati hasil penelitian terdahulu agar tidak terjadi kesamaan dalam penulisan. Adapun penelitian terdahulu yang membahas tentang media sosial adalah :

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yuni Santika Dewi yang berjudul Esai tentang Dampak Media Sosial terhadap Perkembangan Psikologis Siswa Karya Siswa SMA Unggulan Sekota Denpasar, Bali. Masalah yang dikaji dalam penelitian tersebut adalah tentang dampak positif dan negatif penggunaan jejaring sosial serta dampak positif dan negatif penggunaan media sosial bergantung pada penggunaannya. Penelitian tersebut menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif. Data penelitian ini berupa struktur makro, super, dan mikro yang bersumber dari esai karya siswa SMA Negeri Unggulan Sekota Denpasar. Data penelitian diperoleh melalui metode dokumentasi. Kemudian dianalisis melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) struktur

---

<sup>32</sup> Ibid.

makro esai tentang dampak media sosial terhadap perkembangan psikologis siswa beragam dari segi tema, meliputi tema yang mengungkapkan dampak positif, negatif, dan dampak positif dan negatif penggunaan jejaring sosial bergantung pada penggunaannya. . (2) Superstruktur pada esai siswa adalah seragam, meliputi summary, yang diawali dengan judul dan lead, dan story berupa uraian berupa pendahuluan, isi, penutup. (3) Struktur mikro pada esai siswa dibangun dengan aspek semantik, sintaksis, stilistika, dan retorik yang bervariasi bergantung pada karakteristik penulis.<sup>33</sup> Dari penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan, terdapat kesamaan dan perbedaan dengan penelitian sekarang, kesamaan yang terkandung berupa dampak penggunaan jejaring sosial namun letak perbedaan terlihat pada objek (instagram) yang dikaji dan metode penelitian, penelitian sekarang menggunakan teknik angket dari metode penelitian kuantitatif.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Alfiyana Khoirotn Nafi'ah yang berjudul Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Siswa Kelas VIII Kepada Guru di SMP Negeri 1 Kalasan Sleman, Yogyakarta. Masalah yang dikaji dalam penelitian tersebut adalah tentang pengaruh jejaring sosial facebook terhadap perilaku

---

<sup>33</sup> Yuni Santika Dewi, Esai Tentang Dampak Media Sosial Terhadap Perkembangan Psikologis Siswa Karya Siswa SMA Unggulan Sekota Denpasar, Jurnal, Program Pasca Sarjana Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja Indonesia, 2013, 1.

siswa kelas VIII di SMPN 1 Kalasan Sleman, Yogyakarta. Kemudian untuk metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan mengambil latar belakang SMPN 1 Kalasan dengan alasan bahwa sekolah tersebut memiliki jaringan internet dengan kecepatan 3 Megabyte per second (Mbps) dan siswa diperbolehkan membawa handphone atau laptop. Sedangkan untuk pengumpulan data sendiri dilakukan dengan angket dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan cara mengolah data dari lapangan sehingga menghasilkan data untuk mengkonfirmasi kembali teori yang telah digunakan. Adapun untuk hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan facebook oleh siswa kelas VIII di SMPN 1 Sleman terhadap guru menunjukkan tidak signifikan. Dimana variabel penggunaan facebook hanya dapat menjelaskan perubahan variabel perilaku. Artinya masih ada variabel atau faktor lain yang memungkinkan memiliki pengaruh terhadap perilaku siswa yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut.<sup>34</sup> Letak perbedaan selain terlihat dari objek yang dikaji, penelitian sekarang fokus terhadap tiga indikator yang meliputi sikap, penampilan dan tutur kata, sementara letak kesamaan terdapat dari segi metode penelitian.

---

<sup>34</sup> Alfiyana Khoirotun Nafi'ah, Pengaruh Penggunaan Jejaring Sosial Facebook Terhadap Perilaku Siswa Kelas VIII Kepada Guru di SMP Negeri 1 Kalasan Sleman Yogyakarta, Skripsi, Jurusan Kependidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

3. Penelitian yang dilakukan Daniella Putri Islamy mahasiswi KPI UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dengan judul Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Siswi SMP Islam Cikal Harapan I Bumi Serpong Damai Kota Tangerang Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh online shop pada media sosial instagram terhadap perilaku konsumtif dan faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut menggunakan kuantitatif dengan metode survei, sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Sementara teori yang digunakan adalah uses and effect. Berdasarkan hasil dari penelitian dan hasil uji t (parsial) menunjukkan variabel frekuensi terpaan, selective attention, motif informasi, motif identitas pribadi, motif hiburan, pendapat dan pembujukan, kepercayaan, dan kepribadian dan penyesuain diri berpengaruh positif terhadap siswa-siswi, namun variabel motif interaksi sosial berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi. Sedangkan koefisien determinasi yang telah disesuaikan (R square) sebesar 0,162 artinya frekuensi terpaan, selective attention, motif informasi, motif identitas pribadi, motif interaksi sosial, motif hiburan, pendapat dan pembujukan, kepercayaan, dan kepribadian dan penyesuain diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi sebesar 16,2% dan sisanya 83,8 % dipengaruhi oleh variabel lain di



luar model.<sup>35</sup> Persamaanya adalah sama-sama meneliti media sosial Instagram, sementara letak perbedaannya adalah peneliti meneliti tentang citra tubuh sedangkan Daniella Putri Islamy meneliti perilaku konsumtif siswa-siswi SMP Islam I BSD Tangerang Selatan.

### C. Kerangka Berfikir

Menurut salah seorang ahli dalam bukunya Business Research mengemukakan bahwa kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang akan diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang lain akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti.<sup>36</sup> Berdasarkan landasan teori dan telaah pustaka diatas maka kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah:

Variable Independen (X) : Media Sosial Instagram

Variable Dependen (Y) : Citra Tubuh Mahasiswa

Jika media sosial instagram membawa dampak positif, maka perkembangan citra tubuh mahasiswa juga baik.

1. Ada pengaruh antara penggunaan media sosial instagram dengan citra tubuh mahasiswa jurusan Ushuluddin dan Dakwah.

---

<sup>35</sup> Daniella Putri Islamy, Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2015.

<sup>36</sup>Deni Darmawan, Metode Penelitian Kuantitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), 117.

2. Perkembangan citra tubuh mahasiswa dapat dipengaruhi oleh tingkat penggunaan media sosial instagram.

#### **D. Pengajuan Hipotesis**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara setelah penelitian mengemukakan landasan teori dan kerangka konseptual melalui rumusan masalah penelitian, mengikuti format pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada asumsi-asumsi atau teori-teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data dan analisis data penelitian.<sup>37</sup>

Menyusun hipotesis baik Ha dan Ho :

Ha : Ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016

Ho : Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap citra tubuh mahasiswa Jurusan Ushuluddin dan Dakwah STAIN Ponorogo Tahun 2016.

---

<sup>37</sup> Ibid. 38.