



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PERBEDAAN PENGARUH IKLAN DENGAN  
IMAGE PEREMPUAN BERTUBUH LANGSING  
TERHADAP MINAT REMAJA  
MELANGSINGKAN TUBUHNYA  
(Studi Eksperimen Pada Mahasiswi Di Tangerang)**

**SKRIPSI**



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom.)

Margaretha Christianti  
10120110093

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA JOURNALISM  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2014**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 Februari 2014

(Margaretha Christianti)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul  
“Perbedaan Pengaruh Iklan dengan Image Perempuan Bertubuh Langsing  
Terhadap Minat Remaja Melangsingkan Tubuhnya  
(Studi Eksperimen pada Mahasiswi di Tangerang)”

oleh

Margaretha Christianti

telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 5 Februari 2014,  
pukul 09.00 s.d. 10.00 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.

**Ketua Sidang**

**Penguji Ahli**

Dr. Mediana Handayani, S.Sos., M.Si.

Dr. Puspitasari, M.Si.

**Dosen Pembimbing**

Eko Nugroho, S.Sos., M.si.

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN**

Dr. Bertha Sri Eko M.,M.Si.

## KATA PENGANTAR

Kelimpahan inspirasi dari Tuhan Yesus Kristus sungguh menjadi sumber pengetahuan penulis dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perbedaan Pengaruh Iklan dengan Image Perempuan Bertubuh Langsing Terhadap Minat Remaja Melangsingkan Tubuhnya (Studi Eksperimen pada Mahasiswi di Tangerang)”. Oleh karena itu, penulis mengucapkan syukur karena dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan kepada Program Strata 1, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis tertarik mengkaji pengaruh iklan dengan *image* perempuan bertubuh langsing karena orang-orang terdekat penulis banyak yang melakukan diet atau mengurangi berat badan agar terlihat seperti model dalam iklan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi penulis mengharapkan dengan adanya skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi sivitas akademika Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya jurusan Jurnalistik.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara yang telah menjadi sumber ilmu bagi penulis selama empat tahun masa perkuliahan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si., Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UMN, yang selama masa perkuliahan telah menjadi dosen pembimbing akademik penulis dan menerima penulis dengan baik untuk berkonsultasi.
2. Eko Nugroho, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis selama penyusunan skripsi.
3. Dr. Puspitasari, M.Si. selaku dosen penguji saat sidang skripsi yang telah memberikan saran perbaikan sehingga penelitian ini menjadi lebih baik.
4. Keluarga inti penulis, Hermanto Tjandra Kesuma, Endang Sutjiati Tjahjana, dan Albert Christianto, yang tak hentinya memberikan inspirasi dan motivasi agar menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih juga kepada Sandy Sanjaya yang sudah memberikan dorongan dan semangat kepada penulis.
5. Teman-teman yang telah mendukung dan memberi semangat kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
6. Seluruh responden dalam penelitian ini serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulis ketika menyusun skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 28 Februari 2014

Penulis

## ABSTRAK

### PERBEDAAN PENGARUH IKLAN DENGAN IMAGE PEREMPUAN BERTUBUH LANGSING TERHADAP MINAT REMAJA MELANGSINGKAN TUBUHNYA (Studi Eksperimen Pada Mahasiswi Di Tangerang)

Keinginan untuk melangsingkan tubuh pada masa remaja terjadi akibat citra perempuan yang dibentuk oleh iklan dan juga karena adanya pandangan bahwa kelebihan berat badan merupakan sinonim dari “buruk rupa”, “malas”, ataupun “bodoh”.

Skripsi berjudul “Perbedaan Pengaruh Iklan dengan Image Perempuan Bertubuh Langsing Terhadap Minat Remaja Melangsingkan Tubuhnya (Studi Eksperimen pada Mahasiswi di Tangerang)” bertujuan untuk mengetahui perbedaan pengaruh iklan dengan *image* perempuan bertubuh langsing terhadap minat remaja melangsingkan tubuhnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian eksplanatif, dan menggunakan metode eksperimen dengan *Classical Experimental Design*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 20 orang mahasiswi yang dibagi dalam kedua kelompok, yaitu kelompok kontrol dan eksperimen.

Dari hasil penelitian didapat perbedaan skor minat melangsingkan tubuh yang signifikan pada kelompok yang mendapat paparan iklan dan kelompok yang tidak mendapat paparan iklan. Skor minat melangsingkan tubuh pada kelompok eksperimen sebesar 60,40 sedangkan kelompok kontrol sebesar 43,40.

**Kata Kunci:** Iklan, Minat, Eksperimen

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1    Manfaat Teoretis.....	8
1.4.2    Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
KERANGKA TEORI .....	10
2.1    Tinjauan Literatur.....	10
2.2    Definisi Konsep.....	10
2.2.1    Iklan .....	10
2.2.2    Minat.....	12
2.3    Definisi Teori .....	15
2.4    Hipotesis Penelitian .....	17
2.5    Kerangka Pemikiran .....	19
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN.....	20



3.1	Paradigma Penelitian .....	20
3.2	Metode Penelitian .....	22
3.2.1	<i>Classical Experimental Design</i> .....	24
3.2.2	Eksperimen Lapangan.....	26
3.3	<i>Random Assignment</i> .....	28
3.4	Operasionalisasi Konsep .....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5.1	Data Primer .....	36
3.5.2	Data Sekunder .....	37
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	37
3.6.1	Uji Validitas .....	37
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	45
3.7	Teknik Analisis Data .....	48
3.8	Instrumen Penelitian .....	50
3.8.1	Materi Pesan berupa Iklan Televisi .....	50
3.8.2	Kuesioner Penelitian.....	50
3.9	Prosedur dan Pelaksanaan Eksperimen.....	51
BAB IV .....		53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		53
4.1	Objek Penelitian .....	53
4.2	Hasil Penelitian.....	56
4.2.1	Uji-t Skor Minat Pada Kelompok Kontrol .....	56
4.2.2	Uji-t Skor Minat Pada Kelompok Eksperimen.....	58
4.2.3	Uji-t Skor Minat Pada Kelompok Kontrol dan Kelompok Eksperimen.....	60
4.3	Pembahasan.....	62
BAB V.....		66
SIMPULAN DAN SARAN .....		66
5.1	Simpulan.....	66
5.2	Saran .....	67
5.2.1	Saran Akademis.....	67

DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN  
RIWAYAT HIDUP



UMN

## DAFTAR TABEL

1. Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep.....	34
2. Tabel 3.2 Korelasi Pearson Pretest Minat Melangsingkan Tubuh Dalam Kelompok Eksperimen .....	38
3. Tabel 3.3 Korelasi Pearson Posttest Minat Melangsingkan Tubuh Dalam Kelompok Eksperimen.....	40
4. Tabel 3.4 Korelasi Pearson Pretest Minat Melangsingkan Tubuh Dalam Kelompok Kontrol.....	42
5. Tabel 3.5 Korelasi Pearson Posttest Minat Melangsingkan Tubuh Dalam Kelompok Kontrol.....	44
6. Tabel 3.6 Reliabilitas Pretest Dalam Kelompok Eksperimen .....	46
7. Tabel 3.7 Reliabilitas Posttest Dalam Kelompok Eksperimen.....	47
8. Tabel 3.8 Reliabilitas Pretest Dalam Kelompok Kontrol.....	47
9. Tabel 3.9 Reliabilitas Posttest Dalam Kelompok Kontrol.....	48
10. Tabel 4.1 Uji-T Perbedaan Rata-Rata Skor Minat Antara Pretest Dan Posttest Dalam Kelompok Kontrol.....	56
11. Tabel 4.2 Uji-T Signifikansi Antara Pretest Dan Posttest Dalam Kelompok Kontrol .....	57
12. Tabel 4.3 Uji-T Probabilitas Kelompok Kontrol.....	58
13. Tabel 4.4 Uji-T Perbedaan Rata-Rata Skor Minat Antara Pretest dan Posttest Dalam Kelompok Eksperimen .....	58
14. Tabel 4.5 Uji-T Signifikansi Antara Pretest dan Posttest Dalam Kelompok Eksperimen.....	59
15. Tabel 4.6 Uji-T Probabilitas Kelompok Eksperimen .....	60
16. Tabel 4.7 Uji-T Perbedaan Rata-Rata Skor Minat Antara Kelompok Kontrol dan Kelompok Eksperimen .....	61
17. Tabel 4.8 Uji-T Signifikansi Antara Kelompok Kontrol dan Kelompok Eksperimen.....	61
18. Tabel 4.9 Uji-T Probabilitas Kelompok Kontrol dan Kelompok Eksperimen.....	62

## DAFTAR BAGAN

1. Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....19
2. Bagan 3.1 Notasi *Classical Experimental Design* .....25
3. Bagan 3.2 *Random Assignment*.....29



UMMN