

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MELIHAT IKLAN PELANGSING DI TELEVISI DENGAN *BODY IMAGE* PADA REMAJA PUTRI SMA PANGUDI LUHUR SANTO YOSEF SURAKARTA

TETTY PRATIWI R

INTISARI

Kepedulian terhadap *body image* pada masa remaja mengakibatkan obsesi terhadap usaha pengendalian berat badan. Timbulnya kesadaran daya tarik fisik berperan dalam hubungan sosial sehingga menyebabkan tanggapan masyarakat yang berbeda-beda. Tuntutan sosial serta standar budaya mengenai standar ideal tubuh menyebabkan remaja putri tertekan dan frustrasi. Munculnya televisi yang memberikan informasi dalam bentuk iklan tentang produk serta cara mendapatkan tubuh langsing semakin memudahkan para remaja dan dihadirkan pun bersifat persuasif dan terus-menerus secara tidak langsung mengubah gambaran remaja tentang bentuk tubuh ideal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara intensitas melihat iklan pelangsing di televisi dengan *body image* pada remaja putri. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja putri di SMA PANGUDI LUHUR SANTO YOSEF Surakarta sebanyak 70 orang dengan kriteria usia antara 15-18 tahun. Alat ukur yang digunakan adalah skala intensitas melihat iklan pelangsing dan skala *body image*.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,242 dengan $p=0,043$. Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara intensitas melihat iklan pelangsing di televisi dengan *body image* pada remaja putri, dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima. Artinya semakin tinggi intensitas melihat iklan pelangsing maka semakin tinggi *body image* atau sebaliknya semakin rendah Intensitas melihat iklan pelangsing di televisi maka semakin rendah *body image* pada remaja putri.

Kata kunci: Intensitas melihat iklan pelangsing di televisi, *Body Image* dan Remaja Putri

**THE CORRELATIONS BETWEEN INTENSITY IN WATCHING
SLIMMING COMMERCIAL ON TELEVISION WITH ADOLESCENCE
BODY IMAGE IN PANGUDI LUHUR SANTO YOSEF HIGH SCHOOL
SURAKARTA**

TETTY PRATIWI R

ABSTRACT

The awareness in body image in adolescence, creates obsession in controlling body weight. Consciousness development in physical attraction plays a major role with the connection to social relationship, hence causing different responds in the society. The social demands also the social standard regarding the ideal standard for body shape makes depression and frustration. The social judgement and standard are indirectly influence on how adolescence on her seeing herself. The emergence of television provides information in the form of commercial product and how to get slim body make it easier for adolescence and image provided are persuasive also continuously watched indirectly changes the adolescence images of an ideal body.

The aim of this research to find correlations between intensity in watching slimming commercial on television with adolescence body image. The subject in this research are adolescence in PANGUDI LUHUR SANTO YOSEF Surakarta high school as much as 70 people with age criteria between 15-18 years old. Tools used are the intensity of watching slimming commercial and body image scale.

Based on the data research the results of correlation coefficient =0,242 with $p=0,043$. With this results show significant correlation between intensity in watching slimming commercial on television with adolescence body image, thus hypothesis proposed can be acknowledged. It means the higher the intensity of watching slimming commercial the higher the body image and in opposite the lower the intensity watching slimming commercial the lower the body image on adolescence.

Keyword: Intensity of watching slimming commercial, Body Image and Adolescence.