

**PENGARUH TERPAAN FILM IMPERFECT TERHADAP PERILAKU
BODY SHAMING REMAJA (STUDI KASUS DI KABUPATEN BOGOR)**

SKRIPSI

Aldy Ali Rachman

044115509



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

Mei 2022

**PENGARUH TERPAAN FILM IMPERFECT TERHADAP PERILAKU
BODY SHAMING REMAJA (STUDI KASUS DI KABUPATEN BOGOR)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan Bogor**

Aldy Ali Rachman

044115509



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

Mei 2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Aldy Ali Rachman

NPM : 044115509

Tanda Tangan :

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Aldy Ali Rachman

NPM : 044115509

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Film Imperfect terhadap Perilaku Body Shaming Remaja (Studi Kasus di Kabupaten Bogor)

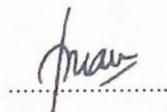
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

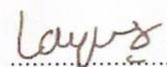
Pembimbing I : Imani Satriani, M.Si.

NIP : 1.0616 0497 63



Pembimbing II : Layung Paramesti Martha, M.Si.

NIP : 1.0616 049 756



Penguji : Qoute Nuraini C., M.Ikom.

NIP : 1.0113 001 608



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal :

Dekan Fakultas



Ketua Program Studi



Dr. Henny Suharyati., M.Si
NIP.: 196006071990092001



Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn
NIP.: 1. 0113001607

RIWAYAT HIDUP

Nama : Aldy Ali Rachman
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat & Tanggal Lahir : Bogor, 14 Februari 1996
Kewarganegaraan : Indonesia
Status Pernikahan : Belum Menikah
Agama : Islam
Alamat : Puri Nirwana 1 Blok M23
Nomor Telepon : 085710649251
E-mail : Aldyalirachmann@gmail.com

Pendidikan Formal

TK (2002 – 2003) : PGRI Handayani
SD (2003 – 2009) : SD Negeri Ciriung 2
SMP (2009 – 2012) : Smp Negeri 3 Cibinong
SMA (2012 – 2015) : Smk Bina Warga Bogor
Perguruan Tinggi (2015 – 2022) : Universitas Pakuan

Praktek Kerja Lapangan : Radio Lesmana 2019

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Segala puji kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala kenikmatan yang tak terhingga serta petunjuk dan kekuatan kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Film Imperfect terhadap Perilaku *Body Shaming* Remaja (Studi Kasus di Kabupaten Bogor)” bisa diselesaikan, walau masih banyak kekurangan.

Maksud dari penyusunan skripsi ini adalah tahap akhir untuk menyelesaikan studi S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Penyiaran, Universitas Pakuan. Semua dapat terselesaikan berkat dukungan dan bantuan orang-orang yang ada di sekeliling Penulis.

Saya harapkan semoga skripsi saya ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pada umumnya dan kemajuan pendidikan pada khususnya. Dan saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Bogor, Mei 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan terselesaikannya penyusunan Skripsi ini tidak terlepas peran serta berbagai pihak yang telah memberikan banyak bantuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan dengan sebaik-baiknya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan skripsi ini masih banyak kekurangan, tetapi penulis berusaha memperbaiki dan menyajikan sebuah laporan magang dengan baik sehingga dapat berguna bagi penulis maupun orang lain yang membutuhkannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih untuk orang-orang yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan ini. Diantaranya :

1. Dr. Henny Suharyati, M.Si Sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya.
2. Muslim M.Si sebagai ketua program studi di FISIB Universitas Pakuan.
3. sebagai dosen pembimbing yang selalu membantu saya dalam membimbing serta tidak mempersulit penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. sebagai dosen penguji yang memberikan koreksi terhadap skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan Bogor yang telah memberikan ilmunya selama penulis berkuliah di Universitas Pakuan.
6. Orang Tua dan Keluarga Besar yang selalu mengirimkan doa, mencurahkan kasih sayangnya, motivasi, dan semangat baik berupa materil maupun moril.
7. Remaja di Kabupaten Bogor yang telah berpartisipasi mengisi kuesioner untuk membantu melengkapi data skripsi ini.
8. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan do'a dan semangat terus menerus tanpa putus kepada Penulis.

Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan bagi Penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh civitas akademika Universitas Pakuan dan semua pembaca.

ABSTRAK

ALDY ALI RACHMAN. 044115509. 2022. Pengaruh Terpaan Film Imperfect terhadap Perilaku Body Shaming Remaja (Studi Kasus di Kabupaten Bogor). Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. **Di bawah bimbingan : Imani Satriani, M.Si dan Layung Paramesti Martha, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terpaan tayangan film *Imperfect* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor, mengetahui perilaku *body shaming* remaja setelah menonton film *Imperfect*, dan mengetahui pengaruh terpaan tayangan film *Imperfect* dan *body shaming* secara parsial dan simultan terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil jawaban angket dan data sekunder melalui dokumen – dokumen. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis besarnya terpaan tayangan film *Imperfect* menunjukkan bahwa durasi berperan besar untuk membuat penonton mengerti isi pesan dalam film *Imperfect* sebesar 2,80 atau tinggi, dan perilaku *body shaming* menunjukkan bahwa *body shaming* masih banyak dilakukan di masyarakat salah satunya yaitu mengomentari postingan atau foto perempuan cantik melalui media sosial sebesar 3,21 atau tinggi. Berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara parsial terpaan tayangan film *Imperfect* mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor ($p < 0.05$; T hitung 9.850 > T tabel 1,98472), dan *body shaming* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor ($p > 0.05$; T hitung 1,791 < T tabel 1,98472); sedangkan secara simultan terpaan tayangan film *Imperfect* dan *body shaming* mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor ($p < 0.05$; F hitung 63,741 > F tabel 3,09) dengan persamaan regresi $Y = 7,800 + 0,656X_1 - 0,091X_2$. Simpulan menunjukkan bahwa terpaan tayangan film *Imperfect* dan *body shaming* mempunyai pengaruh signifikan terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor baik secara simultan, tetapi tidak secara parsial.

Kata Kunci : Terpaan Tayangan, *Body Shaming*, Perilaku *Body Shaming*, Remaja

ABSTRACT

ALDY ALI RACHMAN. 044115509. 2022. The Effect of Exposure of Imperfect Film on Body Shaming Behavior of Adolescents (Case Study in Bogor Regency). Faculty of Social and Cultural Sciences, Communication Studies Program, Bogor Pakuan University. **Under guidance: Imani Satriani, M.Si dan Layung Paramesti Martha, M.Si**

This study aims to determine the effect of exposure of the Imperfect Film to the body shaming behavior of adolescents in Bogor Regency, to find out the body shaming behavior of adolescents after watching Imperfect Film, and to determine the effect of exposure Imperfect Film and body shaming on body shaming behavior of adolescents in Bogor Regency both partially and simultaneously. The method used in this research is descriptive quantitative. This research uses primary data based on the form of questioner answer results and secondary data based on documents. The samples used 100 respondents with purposive sampling method. Data analysis used in this research is descriptive and multiple linear regression analysis. The results showed that the analysis of exposure Imperfect Film shows that duration plays a major role in making the audience understand the message content in Imperfect Film of 2,80 or high, and body shaming behavior of adolescents is still widely practiced in society, one of which is commenting on posts or photos of beautiful women through social media of 3,21 or high. The results showed that partially the exposure of the Imperfect Film affected the body shaming behavior of adolescents in Bogor Regency ($p < 0.05$; T count 9.850 > T table 1,98472), body shaming behavior did not affect the body shaming behavior of adolescents in Bogor Regency ($p > 0.05$; T count 1,791 < T table 1,98472), and simultaneously the exposure of the Imperfect Film and body shaming behavior affected the body shaming behavior of adolescents in Bogor Regency ($p < 0.05$; F count 63,741 > F table 3,09) with regression formula $Y = 7,800 + 0,656X_1 - 0,091X_2$. In the conclusions, the exposure of the Imperfect Film and body shaming behavior affected body shaming behavior of adolescents in Bogor Regency simultaneously, not partially.

Keywords: Exposure, Body Shaming, Body Shaming Behavior, Adolescents

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Komunikasi	5
2.2 Komunikasi Massa.....	6
2.3 Media Massa	8
2.4 Efek Komunikasi Massa	9
2.5 Film	10
2.6 Pengaruh.....	12
2.7 Terpaan Media	13
2.8 Perilaku	13
2.9 Remaja	14
2.10 <i>Body shaming</i>	15
2.11 Teori Kultivasi	16
2.12 Penelitian Terdahulu	16

2.13 Kerangka Berpikir.....	18
2.14 Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	20
3.2 Desain Penelitian.....	20
3.3 Populasi dan Sampel	20
3.3.1 Populasi Penelitian.....	21
3.3.2 Sampel Penelitian.....	21
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.5 Analisis Data	23
3.5.1 Uji Instrumen	23
3.5.1.1 Uji Validitas	23
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	24
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.5.2.1 Uji Normalitas	26
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas	26
3.5.2.1 Uji Heterokedastisitas.....	27
3.5.2.2 Uji Autokorelasi	27
3.5.3 Uji Analisis Deskriptif	28
3.5.3.1 Skala Likert	28
3.5.3.2 Skala Interval.....	28
3.5.4 Uji Analisis Kuantitatif.....	29
3.5.4.1 Uji Regresi Linier Berganda.....	29
3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	29
3.5.4.1 Uji T (Hipotesis).....	30
3.5.4.2 Uji F (Simultan).....	31
3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Film Imperfect.....	34
4.1.1 Profil Film Imperfect	34
4.1.2 Sinopsis Film Imperfect	36
4.2 Karakteristik Responden	38
4.2.1 Jenis Kelamin.....	38
4.2.2 Usia	38

4.2.3 Gambaran Umum Jawaban Responden	39
4.2.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator.....	42
4.2.5 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.2.6 Uji Analisis Kuantitatif.....	53
4.3 Pembahasan.....	56
BAB V PENUTUP	67
6.1 Kesimpulan	67
6.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir.....	18
Gambar 4.1	Poster Film Imperfect.....	34
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel Independen dan Dependen	52

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Item Kuesioner Penelitian	24
Tabel 3.2	Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha	25
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas Item Kuesioner Penelitian	25
Tabel 3.4	Skala Likert	26
Tabel 3.5	Skala Likert	29
Tabel 3.6	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	32
Tabel 4.1	Tim Produksi dan Pemeran Tokoh Film Imperfect.....	35
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Terpaan Film Imperfect (X_1).....	39
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Persentase Indikator Berdasarkan Variabel <i>Body shaming</i> (X_2)	40
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Perilaku <i>Body shaming</i> Remaja di Kabupaten Bogor (Y).....	41
Tabel 4.7	Frekuensi jawaban indikator frekuensi	42
Tabel 4.8	Frekuensi jawaban indikator durasi	43
Tabel 4.9	Frekuensi jawaban indikator atensi	44
Tabel 4.10	Frekuensi jawaban indikator lisan.....	45
Tabel 4.11	Frekuensi jawaban indikator tulisan.....	45
Tabel 4.12	Frekuensi jawaban indikator perbuatan	46
Tabel 4.13	Frekuensi jawaban indikator kognitif.....	47
Tabel 4.14	Frekuensi jawaban indikator afektif.....	48
Tabel 4.15	Frekuensi jawaban indikator konatif.....	49
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas Variabel Independen dan Dependen	50
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas Variabel Independen dan Dependen	51
Tabel 4.18	Hasil Uji Autokorelasi Variabel Independen dan Dependen	52
Tabel 4.19	Hasil Uji Lanjut Run Test	53
Tabel 4.20	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	53

Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Variabel Independen dan Dependen.....	54
Tabel 4.22 Hasil Uji T Secara Parsial	55
Tabel 4.23 Hasil Uji F Secara Simultan	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2	Hasil Kuesioner Terpaan Film Imperfect (X ₁).....	71
Lampiran 3	Hasil Kuesioner Variabel <i>Body shaming</i> (X ₂).....	74
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Variabel Perilaku <i>Body shaming</i> Remaja di Kabupaten Bogor (Y).....	77
Lampiran 5	Uji Validitas dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	80
Lampiran 6	Uji Reliabilitas dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	81
Lampiran 7	Uji Normalitas dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	82
Lampiran 8	Uji Multikolinearitas dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	83
Lampiran 9	Uji Heterokedastisitas dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	84
Lampiran 10	Uji Autokorelasi dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	85
Lampiran 11	Uji Regresi Linear Berganda dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	86
Lampiran 12	Uji Koefisien Determinasi (R ²) dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	87
Lampiran 13	Uji T (Parsial) dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	88
Lampiran 14	Uji F (Simultan) dalam Output IBM SPSS Statistics 25.....	89

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aspek terpenting dan kompleks bagi kehidupan manusia. Secara primer, komunikasi adalah penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media, sedangkan secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh narasumber kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana, salah satunya adalah film (Effendy, 2011:11; Suryawati, 2011: 37).

Film adalah gambar yang bergerak dimana gerakan yang muncul hanya karena keterbatasan kemampuan mata dan otak manusia menangkap sejumlah pergantian gambar dalam sepersekian detik. Pergerakan dalam film disebut *intermittent movement* (Rosalinda dan Achmad, 2017: 96). Film dianggap lebih sebagai media hiburan ketimbang media pembujuk. Namun jelas bahwa film sebenarnya mempunyai kekuatan bujukan atau persuasi yang besar. Kritik publik dan adanya lembaga sensor juga menunjukkan bahwa sebenarnya keberadaan film sangat berpengaruh (Oktavianus, 2016: 11).

Menurut Rikarno (2015: 131), pesan yang terkandung dalam film timbul dari keinginan untuk merefleksikan kondisi masyarakat. Gani dan Jalal (2021: 150) menyatakan bahwa maraknya kasus *bullying* di era digital ini sering dijumpai di media sosial seperti laman instagram, *facebook*, *youtube*, dan sebagainya. Damanik (2018: 14) juga menyatakan bahwa media sosial juga berdampak pada penyebaran nilai - nilai yang dengan mudah dapat mempengaruhi perspektif dan sikap manusia terhadap sesuatu, termasuk standarisasi tubuh ideal. Adanya citra tubuh memungkinkan seseorang untuk membandingkan keadaan dirinya dengan orang lain yang disebut *body shame*. Tidak sedikit remaja yang kehilangan rasa percaya diri karena perubahan bentuk tubuhnya. Realitas sosial ini membuat para pembuat film merangkumnya dalam sebuah tayangan film layar lebar yang banyak distribusi penontonnya lebih luas.

Imperfect merupakan salah satu film layar lebar besutan Ernest Prakasa. Film yang populer di tahun 2019 ini menceritakan insecurities terhadap diri sendiri. Stereotif perempuan ideal yang cantik, putih, dan langsing menjadi narasi khas dalam *body shaming* di film *Imperfect*. Hal ini menjadi sesuatu yang menyakitkan hati dan dapat mempengaruhi kondisi mental orang yang mendapat ejekan tersebut. Adanya film *Imperfect* ini menampilkan pesan kepada penonton secara langsung tentang penerimaan diri terhadap ciptaan Tuhan; satu hal yang lebih esensial untuk menjalani hidup di balik angka timbangan adalah bersyukur. Namun, permasalahan *body shaming* ini sudah menjamur di dunia nyata dan menjadi dasar munculnya konflik sosial yang tidak dapat dihindarkan, khususnya di kalangan remaja.

Usia remaja khususnya sekolah sangat rentan untuk mengikuti apa yang mereka lihat. Jika tidak, maka mereka akan merasa ketinggalan zaman karena manusia adalah makhluk peniru, imitatif, dan banyak perilaku manusia terbentuk melalui proses peniruan. Perilaku imitatif sangat menonjol pada siswa yang masih berada pada tahap perkembangan. Hal ini dapat menimbulkan dampak yang mendalam pada diri remaja, salah satunya *bullying* terhadap fisik seseorang atau *body shaming*. Dari laman SAFEnet (*Southeast Asia Freedom of Expression Network*) dalam Ndruru *et al.* (2020: 288) menyebutkan bahwa di Indonesia sendiri telah dilaporkan sepanjang tahun 2018 terdapat 966 kasus penghinaan fisik yang ditangani polisi, salah satunya adalah *body shaming*. Kasus ini meningkat cukup signifikan di kalangan para siswa seiring dengan penggunaan internet dan media sosial yang begitu masif. Brigittan Anggraeni dalam kampanye “Sizter’s Project” sebagai upaya pencegahan *body shaming*, menemukan fakta sebanyak 96% siswa SMA negeri maupun swasta pernah menjadi korban *body shaming* dalam lingkup pergaulan mereka (Putri *et al.*, 2018), tidak terkecuali di Kabupaten Kota Bogor. Penelitian lain juga dilakukan oleh Pratami dan Tantri (2019: 8) bahwa karakteristik remaja dengan *body shaming* di SMAN 1 Cigudeg Bogor didominasi oleh jenis kelamin perempuan dan berusia 16 tahun. Oleh karena itu, peneliti mengambil responden di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya perubahan perilaku *body shaming* di kalangan remaja setelah menonton film *Imperfect*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah tercantum dalam latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana terpaan tayangan film *Imperfect* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor?
- b. Bagaimana perilaku *body shaming* remaja setelah menonton film *Imperfect*?
- c. Bagaimana pengaruh terpaan tayangan film *Imperfect* dan *body shaming* secara parsial dan simultan terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

9. Mengetahui terpaan tayangan film *Imperfect* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.
10. Mengetahui perilaku *body shaming* remaja setelah menonton film *Imperfect*.
11. Mengetahui pengaruh terpaan tayangan film *Imperfect* dan *body shaming* secara parsial dan simultan terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca, diantaranya sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan peneliti mengenai ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang penyiaran.
- b. Secara akademis, penelitian diharapkan memperkaya kajian penelitian ilmu komunikasi yang berfokus pada analisis pengaruh atau persepsi. Selain itu, penelitian ini juga dapat berkontribusi bagi kajian perfilman terkait efek tontonan terhadap sikap remaja serta menjadi bahan masukan bagi penelitian karya ilmiah selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian mengenai pengaruh tontonan terhadap sikap penonton.
- b. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan motivasi dan masukan bagi peneliti-peneliti lain agar dapat melakukan penelitian lanjutan yang lebih luas dan mendalam.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata *communication* yang berarti ‘pemberitahuan’ atau ‘pertukaran pikiran’. Jadi, secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator (penyebarnya) dan komunikan (penerima pesan). Proses komunikasi dapat diartikan sebagai transfer informasi atau pesan (*message*) dari pengiriman pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan (Suprpto, 2009: 5). Berdasarkan paradigma Lasswell, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendi, 2011: 10).

Menurut Wiryanto (2014: 9) terdapat dua model komunikasi yang dilakukan seseorang yaitu komunikasi intrapribadi dan komunikasi antarpribadi. Komunikasi Intrapribadi merupakan proses pengolahan dan penyusunan informasi melalui sistem syaraf yang ada di dalam otak kita, yang disebabkan oleh stimulus yang ditangkap oleh panca indra. Proses berpikir adalah bagian dari proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu. Individu mengalami berbagai isyarat yang memiliki reaksi positif, netral, atau negatif. Komunikasi antarpribadi merupakan kelanjutan dari proses komunikasi intrapribadi. Unsur-unsur tambahan dalam proses komunikasi antarpribadi adalah pesan dan isyarat perilaku verbal. Dengan demikian pola dan bentuk komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih sangat dipengaruhi oleh hasil komunikasi intrapribadi masing-masing orang. Komunikasi antarpribadi yang terjadi sangat spontan dan tidak berstruktur seperti bersifat spontan, terjadi secara kebetulan, terjadi hanya secara cepat, tidak mengejar tujuan yang direncanakan, dan tidak berstruktur.

Dalam prakteknya komunikasi dilakukan dalam berbagai bentuk dan sifat. Secara umum bentuk komunikasi ada tiga, yaitu komunikasi antar individu (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*) dan komunikasi massa (*mass communication*). Sedangkan sifat komunikasi

diantaranya seperti tatap muka (*face to face*), verbal dan non verbal, serta bermedia (Sikumbang, 2014: 63).

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media massa (media cetak dan elektronik), sehingga pesan yang dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, 2009: 25).

Menurut Ardianto dan Erdinaya (2017: 7), diketahui karakteristik komunikasi massa sebagai berikut:

1. Komunikator Terlembagakan

Ciri komunikasi massa yang pertama adalah komunikatornya. Komunikasi massa itu menggunakan media massa, baik media cetak maupun elektronik.

2. Pesan Bersifat Umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang saja.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena cara berkomunikasi menggunakan media sehingga tidak bertatap muka secara langsung. Selain anonim, komunikan komunikasi massa juga bersifat heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda dan berada di mana saja.

4. Media Massa Menimbulkan

Keserempakan Jumlah sasaran khalayak atau komunikan dalam komunikasi massa relatif dalam jumlah banyak dan tak terbatas. Komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Dalam komunikasi massa, isi harus disusun sedemikian rupa dan disesuaikan dengan karakteristik media massa yang akan digunakan.

6. Komunikasi Massa bersifat Satu Arah

Komunikasi massa adalah komunikasi dengan atau melalui media massa. Karena melalui media massa, maka komunikator dan komunikannya tidak dapat melakukan kontak langsung. Dengan demikian, komunikasi massa bersifat satu arah.

7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Stimulasi alat indra bergantung pada jenis media massa yang digunakan. Pada surat kabar dan majalah pembaca hanya melihat, radio dan rekaman auditif, khalayak hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film, menggunakan indra penglihatan dan pendengaran.

8. Umpan Balik Tertunda

Umpan balik dalam komunikasi massa tidak terjadi secara langsung karena komunikator tidak dapat melihat reaksi atau tanggapan dari komunikan secara langsung. Komunikasi massa memiliki fungsi-fungsi penting terhadap masyarakat.

Ardianto dan Erdinaya (2017: 75) juga membagi fungsi komunikasi massa sebagai berikut:

1. *Surveillance* (Pengawasan)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam dua bentuk utama, yaitu:

a) Fungsi pengawasan peringatan yaitu menginformasikan berbagai hal terutama tentang ancaman kepada masyarakat, b) Fungsi pengawasan instrumental yaitu menyampaikan atau menyebarkan informasi yang berguna dan dapat membantu khalayak/masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

2. *Interpretation* (Penafsiran)

Media massa tidak hanya mencari dan menyimpang data serta fakta, tetapi juga memberikan penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Media memilih dan memutuskan peristiwa-peristiwa yang dimuat atau layak ditayangkan.

3. *Linkage* (Pertalian)

Media massa mampu menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk suatu pertalian berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu.

4. *Transmission of values* (Penyebaran nilai-nilai)

Media massa memberikan nilai-nilai kepada masyarakat dan berharap nilai-nilai ini bisa diadopsi oleh masyarakat.

5. *Entertainment* (Hiburan)

Hampir semua media massa menjalankan fungsinya sebagai hiburan. Walaupun ada beberapa media yang tidak memberikan fungsi tersebut tetapi memberikan fungsi informasi kepada masyarakat seperti majalah Tempo, Gatra dan lainnya. Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak.

2.3 Media Massa

Komunikasi bermedia (*mediated communication*) atau media massa adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan banyak jumlahnya. Salah satu bentuk komunikasi bermedia adalah komunikasi bermedia massa. Seringkali istilah "media massa" dan "komunikasi massa" dipergunakan untuk tujuan yang sama. Sesungguhnya kedua istilah tersebut adalah singkatan dari "media komunikasi massa" (*media of mass communication*) (Sikumbang, 2014: 64; Cangara, 2016: 140). Secara menyeluruh, media massa adalah media yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa (McQuail, 2010: 4).

Dalam masyarakat modern, media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas komunikasi massa. Selain itu, animo individu atau masyarakat yang tinggi terhadap program komunikasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan internet menjadikan setiap saat individu atau masyarakat tidak terlepas dari terpaan atau menerpa diri terhadap media massa (Lestari *et al.*, 2018: 2). Sementara itu, dalam kaitan konsep penggunaan media komunikasi sebelumnya Rosengreen (1971) dalam Imran (2013: 4) berpendapat bahwa penggunaan media itu terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang

dikonsumsi, dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

Kajian individu sebagai makhluk sosial merupakan tujuan dari tradisi sosiopsikologi (*sociopsychological*). Berasal dari kajian psikologi sosial, tradisi ini memiliki tradisi yang kuat dalam komunikasi. Teori-teori tradisi ini berfokus pada perilaku sosial individu, variabel psikologis, efek individu, kepribadian dan sifat, persepsi, serta kognisi. Meskipun teori-teori ini memiliki banyak perbedaan, mereka sama-sama memperhatikan perilaku dan sifat-sifat pribadi serta proses kognitif yang menghasilkan perilaku. Pendekatan individu yang memberi ciri tradisi sosiopsikologis merupakan hal yang umum dalam pembahasan komunikasi serta lebih luas dalam ilmu pengetahuan sosial dan perilaku. Tradisi dalam sosiopsikologis dapat dibagi ke dalam tiga cabang besar yaitu 1) Perilaku, 2) Kognitif, dan 3) Biologis. Dalam sudut pandang perilaku, teori-teori berkonsentrasi pada bagaimana manusia berperilaku dalam situasi-situasi komunikasi. Saat ini, kebanyakan teori komunikasi sosiopsikologis lebih berorientasi pada sisi kognitif, yaitu memberikan pemahaman bagaimana manusia memproses informasi (Gulo, 2010: 28).

2.4 Efek Komunikasi Massa

Menurut Syam (2011: 3), efek komunikasi massa diidentifikasi sebagai terjadinya perubahan pada individu atau kelompok khalayak setelah mengonsumsi pesan – pesan media massa. Pada umumnya hal ini dikaitkan dengan perubahan berdimensi sebagai berikut:

- a. Kognitif (komponen perseptual), yaitu sikap yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana persepsi orang terhadap objek sikap. Merupakan representasi apa yang dipercayai oleh individu pemilik sikap. Berisi persepsi dan kepercayaan yang dimiliki individu mengenai sesuatu. Sering kali komponen kognitif di samakan dengan pandangan (opini) apabila menyangkut isu atau *problem controversial*.
- b. Afektif (komponen emosional), yaitu sikap yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal

yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif. Komponen ini menunjukkan arah sikap, yaitu positif dan negatif. Merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi. Aspek emosional ini biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh yang mungkin akan mengubah sikap seseorang. Komponen afeksi disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu.

- c. Konatif (komponen perilaku), yaitu sikap yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan kecilnya kecenderungan berperilaku sesuai dengan sikap yang dimiliki seseorang. Berisi tendensi untuk bertindak atau bereaksi terhadap sesuatu dengan cara-cara tertentu dan berkaitan dengan objek yang dihadapi.

2.5 Film

Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1992, film adalah karya cipta seni dan budaya yang merupakan media komunikasi massa pandang-dengar yang dibuat berdasarkan asas sinematografi dengan direkam pada pita seluloid, pita video, piringan video, dan/atau bahan hasil penemuan teknologi lainnya dalam segala bentuk, jenis, dan ukuran melalui proses kimiawi, proses elektronik, atau proses lainnya, dengan atau tanpa suara. Lestari *et al.* (2018: 2) menambahkan bahwa fenomena sosial, psikologi, dan estetika yang kompleks yang merupakan dokumen yang terdiri dari cerita dan gambar yang diiringi kata-kata dan kehadiran film di tengah kehidupan manusia pada saat ini sangat penting dan setara dengan media lain.

Menurut Ardianto dan Erdinaya (2017: 134), tujuan utama dari film adalah sebagai media hiburan. Tetapi banyak juga film yang di dalamnya terkandung unsur informatif, edukatif, bahkan persuasif. Faktor-faktor yang dapat menunjukkan karakteristik film adalah layar lebar, pengambilan gambar, konsentrasi penuh, dan identifikasi psikologis yaitu:

1. Layar yang luas atau lebar

Film dan televisi sama-sama menggunakan layar, namun kelebihan media film adalah layarnya yang berukuran luas. Layar film yang luas telah memberikan keleluasaan penontonnya untuk melihat adegan-adegan yang disajikan dalam film. Apalagi dengan berkembangnya teknologi, sekarang sudah terdapat bioskop yang menggunakan layar tiga dimensi, sehingga penonton seolah-olah melihat kejadian nyata dan diajak untuk ikut merasakan suasana yang terdapat di dalam film tersebut.

2. Pengambilan gambar

Sebagai konsekuensi layar lebar, maka pengambilan gambar atau shot dalam film bioskop memungkinkan dari jarak jauh atau *extreme long shot* dan *panoramic shot* yakni pemandangan menyeluruh. *Shot* dipakai untuk memberi kesan artistik dan suasana yang sesungguhnya, sehingga film menjadi lebih menarik.

3. Konsentrasi Penuh

Biasanya di saat menonton film di bioskop, kita terbebas dari gangguan hiruk pikuknya suara di luar karena biasanya ruangan kedap suara. Semua mata hanya tertuju kepada layar sementara pikiran dan perasaan kita tertuju kepada alur cerita tersebut. Bandingkan bila menonton televisi di rumah, selain lampu yang tidak dimatikan seperti di bioskop, orang di sekeliling kita juga senantiasa berkomentar atau hilir mudik mengambil makanan atau minuman dan gangguan lainnya.

4. Identifikasi Psikologis

Kita semua dapat merasakan bahwa suasana di gedung bioskop telah membuat pikiran dan perasaan kita larut dalam cerita yang disajikan. Karena penghayatan kita yang amat mendalam, seringkali secara tidak sadar kita menyamakan/ mengidentifikasikan pribadi kita dengan salah seorang pemain dalam film itu, sehingga seolah-olah kita lah yang berperan. Gejala ini menurut ilmu jiwa sosial disebut identifikasi psikologis.

Berdasarkan jenisnya, Ardianto dan Erdinaya (2017: 149) membagi film atas:

a. Film Cerita atau Fiksi

Film cerita atau fiksi adalah jenis film yang mengandung suatu cerita yang

lazim dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop dengan bintang film terkenal dan film ini di distribusikan sebagai barang dagangan. Cerita yang diangkat menjadi topik film bisa berupa cerita fiktif atau berdasarkan kisah nyata yang dimodifikasi, sehingga ada unsur menarik, baik dari jalan ceritanya maupun segi gambar yang artistik.

b. Film Berita

Film berita atau *news reel* adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar-benar terjadi. Karena sifatnya berita, maka film yang disajikan kepada publik harus memiliki nilai berita. Seperti perang atau kerusuhan, pemberontakan dan sejenisnya. Film berita yang dihasilkan kurang baik karena dalam hal ini yang terpenting adalah peristiwa terekam secara utuh.

c. Film Dokumenter

Berbeda dengan film berita yang merupakan rekaman kenyataan, film dokumenter merupakan hasil interpretasi pribadi pembuatnya mengenai kejadian tersebut.

d. Film Kartun

Film kartun dibuat untuk konsumsi anak-anak. Sebagian besar film kartun, sepanjang film itu diputar akan membuat kita tertawa karena kelucuan-kelucuan dari para tokoh pemainnya. Seperti Donal Duck, Mickey Mouse, Spongebob Squarepants, dan lain – lain.

2.6 Pengaruh

Menurut Cangara (2015: 165), semua peristiwa komunikasi yang dilakukan secara terencana mempunyai untuk mempengaruhi khalayak atau penerima. Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.

Pengaruh adalah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya komunikasi yang telah dilakukan. Pengaruh dapat dikatakan mengenai jika perubahan (P) yang terjadi pada penerima sama dengan tujuan (T) yang diinginkan oleh komunikator ($P=T$), atau seperti rumus yang dibuat oleh Jamias (1989) dalam Effendy (2011: 54) di mana pengaruh (P) sangat ditentukan oleh sumber, pesan, media, dan penerima ($P=S/P/M/P$).

Pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), perilaku (*behaviour*). Pada tingkat pengetahuan pengaruh bisa terjadi dalam bentuk perubahan persepsi dan perubahan pendapat.

2.7 Terpaan Media

Rakhmat (2009: 193) menyatakan bahwa terpaan media dapat dioperasionalkan sebagai frekuensi individu dalam menonton televisi, film, membaca majalah atau surat kabar, maupun mendengarkan radio. Kriyantono (2010: 209) menambahkan bahwa terpaan pemberitaan tidak hanya menyangkut seseorang secara fisik dengan pesan – pesan yang disampaikan oleh media massa, tetapi seseorang tersebut harus terbuka dengan pesan – pesan yang muncul. Terpaan merupakan kegiatan mendengar melihat, dan membaca pesan – pesan yang ada di media massa atau mempunyai perhatian terhadap pesan tersebut.

Menurut Rosengren *dalam* Rakhmat (2009: 66), terpaan media juga dapat diukur melalui dimensi – dimensi seperti berikut:

1. Frekuensi, yaitu meliputi rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media.
2. Durasi, yaitu meliputi berapa lama seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media.
3. Atensi, tingkat perhatian yang diberikan oleh seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dalam media.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dibuat kesimpulan bahwa terpaan media merupakan keadaan di mana khalayak secara terus menerus diterpa oleh pemberitaan atau pesan – pesan media. Khalayak dapat aktif memilih dan dapat menggunakan media apa yang mampu memenuhi kebutuhannya, dan terpaan media dapat menimbulkan efek pada khalayak yang melihat, mendengar, dan membaca isi pesan yang disebarkan oleh media massa.

2.8 Perilaku

Perilaku adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognitif) dan predisposisi tindakan (konatif) seseorang terhadap suatu aspek

lingkungan sekitarnya. Dalam pengertian umum perilaku adalah segala perbuatan tindakan yang dilakukan makhluk hidup (Azwar, 2008: 5). Perilaku adalah suatu aksi dan reaksi terhadap lingkungan. Perilaku yang muncul dari individu dapat dikatakan merupakan usaha individu untuk memenuhi kebutuhannya dan usaha tersebut dapat diamati.

Langgulung (1998: 274) membedakan tingkah laku menjadi dua macam yaitu tingkah laku intelektualitas dan tingkah laku mekanistik atau refleksi. Tingkah laku intelektualitas adalah sejumlah perbuatan yang dikerjakan seseorang yang berhubungan dengan kehidupan jiwa dan intelektual. Ciri-ciri utamanya adalah berusaha mencapai tujuan misalnya ketika anak selalu bersikap acuh tak acuh kepada orang lain atau orang tuanya, padahal apa yang telah ia lakukan itu mempunyai maksud tertentu yaitu ingin memperoleh perhatian lebih dari kedua orang tuanya atau orang-orang terdekatnya. Tingkah laku mekanistik atau refleksi, yaitu respon-respon yang timbul pada manusia secara mekanistik dan tetap. Seperti kedipan mata sebab terkena cahaya dan gerakan rambang pada anak-anak, seperti menggerakkan kedua tangan dan kaki secara terus menerus tanpa aturan

2.9 Remaja

Secara psikologis, masa remaja adalah usia dimana individu berintergrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkat yang sama, sekurang – kurangnya masalah hak (Hurlock, 2005: 206).

Menurut Sarwono (2006: 14), dalam pandangan masyarakat Indonesia, yang dikategorikan sebagai remaja seseorang adalah rentang usia 11 – 24 tahun. Pengklarifikasi isi didasari oleh pertimbangan – pertimbangan sebagai berikut:

1. Usia 11 tahun adalah usia ketika pada umumnya tanda – tanda seksual sekunder mulai tampak (kriteria fisik).
2. Di banyak masyarakat Indonesia, usia 11 tahun sudah dianggap akil baliq, baik menurut adat maupun agama, sehingga masyarakat tidak lagi memperlakukan mereka sebagai anak – anak (kriteria sosial).

3. Pada usia tersebut mulai ada tanda – tanda penyempurnaan perkembangan jiwa seperti tercapainya identitas diri, tercapainya fase genital dari perkembangan psikoseksual, dan tercapainya puncak perkembangan kognitif maupun moral.

Batas usia 24 tahun merupakan batas maksimal, yaitu untuk memberi peluang bagi mereka yang samapai batas usia tersebut masih menggantungkan diri pada orang tua, belum mempunyai hak – hak penuh sebagai orang dewasa (secara adat dan tradisi), belum dapat memberikan pendapatan sendiri, dan sebagainya.

2.10 Body Shaming

Tren seputar gaya hidup yang berkembang di kalangan remaja, menyebabkan tindakan perundungan atau *bullying*. Menurut Papalia dan Olds (*dalam* Budiargo, 2015: 3) pada saat remaja adalah waktu di mana remaja akan mengalami masa transisi, hal itu pula yang menjadikan remaja cenderung akan mengikuti tren agar tidak ketinggalan terkait soal gaya hidup, perawatan tubuh, dan kecantikan. Dari tren tersebut yang berkembang dikalangan remaja memungkinkan terjadinya tindakan *body shaming* bagi mereka yang dianggap temannya tidak sesuai dengan tren.

Body shaming adalah suatu bentuk kekerasan verbal – emosional yang sering tidak disadari oleh pelakunya karena umumnya dianggap wajar. Ada tiga ciri – ciri *body shaming* yaitu pertama, mengkritik diri sendiri dan membandingkan dengan orang lain; kedua, mengkritik orang lain di depan mereka; dan ketiga, mengkritik penampilan orang lain tanpa sepengetahuan mereka (Rachmah, 2019: 66).

Dolezal (2015: 23) dan Damanik (2018: 17) memaparkan bahwa dinamika psikologis individu yang mengalami *body shaming* akan lebih memerhatikan tubuh dan menjadikan tubuh mereka sebagai objek (*self-objectification*) yang akan berdampak pada munculnya rasa cemas dan malu. Perasaan malu timbul dari penilaian diri yang disebabkan perasaan cemas atas penilaian orang lain terhadap dirinya. Gani dan Jalal (2021: 160) menambahkan bahwa korban *body shaming* cenderung memilih diam dan menutup diri, serta menarik diri dari lingkungan.

2.11 Teori Kultivasi

Kultivasi adalah proses interaksi antara pesan, audiens, dan konteks yang kontinu, dan dinamis. Analisis kultivasi dimulai dengan analisis sistem pesan untuk mengidentifikasi pola – pola permanen, kontinu, dan *overaching* dari konten (Romli, 2016: 44).

George Gerbner adalah orang pertama yang mengenalkan teori kultivasi pada tahun 1969. Teori milik George Gerbner ini menekankan pada dampak (Hadi, 2007: 8). Penelitian kultivasi adalah penelitian tentang efek sosial terpaan media massa. Hampir sama dengan teori *uses and gratification*, perbedaannya kultivasi lebih memfokuskan pada persepsi seseorang atau kelompok dalam realitas sosial setelah menonton.

Teori Kultivasi Gerbner menyoroti efek televisi yang kumulatif dan akhirnya membentuk sebuah realitas baru sesuai citra realitas yang ditampilkan televisi. Artinya, kita memandang dunia di mana kita tinggal sesuai dengan citra yang ditampilkan melalui televisi. Dengan kata lain, teori kultivasi menekankan pengaruh televisi yang sangat kuat terhadap pembentukan persepsi publik yang pada akhirnya melahirkan konstruksi sosial (Miller, 2002: 270; Surahman, 2016: 34).

2.12 Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Ahmad Muyi Salam dalam Lentera (2016, 18(2): 103 – 127), dengan judul “Pengaruh Sinetron *Anak Jalanan* Terhadap Perilaku Remaja di Kota Samarinda”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak yang timbul pada remaja yang menonton tayangan sinetron *Anak Jalanan* dan mengidentifikasi hal – hal apa saja yang menyebabkan remaja di Kota Samarinda meniru perilaku para pemeran yang ada dalam tayangan sinetron *Anak Jalanan*. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif. Responden dari penelitian ini remaja usia 13 – 15 tahun sebanyak 5 orang dan subjek pendukung (guru dan orangtua) yang dipilih melalui *snowball sampling*. Teknik pengumpulan data dengan observasi langsung dengan subjek, wawancara, dan dokumentasi. **Perbedaan antara penelitian yang**

dilakukan penulis adalah dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan metode kuantitatif deskriptif.

Penelitian kedua yang menjadi referensi adalah penelitian yang dilakukan oleh Astrid Selfana Gumay dalam eJournal Ilmu Komunikasi (2016, 4(2): 155 – 164), dengan judul “Pengaruh Tayangan Kekerasan Dalam Film *The Raid* Terhadap Agresivitas Remaja”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar tidaknya pengaruh tayangan kekerasan yang ditampilkan dalam film *The Raid* terhadap agresivitas remaja di SMAN 5 Samarinda. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Responden dari penelitian ini siswa kelas 11 SMAN 5 Samarinda dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket kuesioner. **Perbedaan antara penelitian yang dilakukan penulis adalah dalam penelitian ini menggunakan teori Frank Biocca dalam Littlejohn, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan teori kultivasi.**

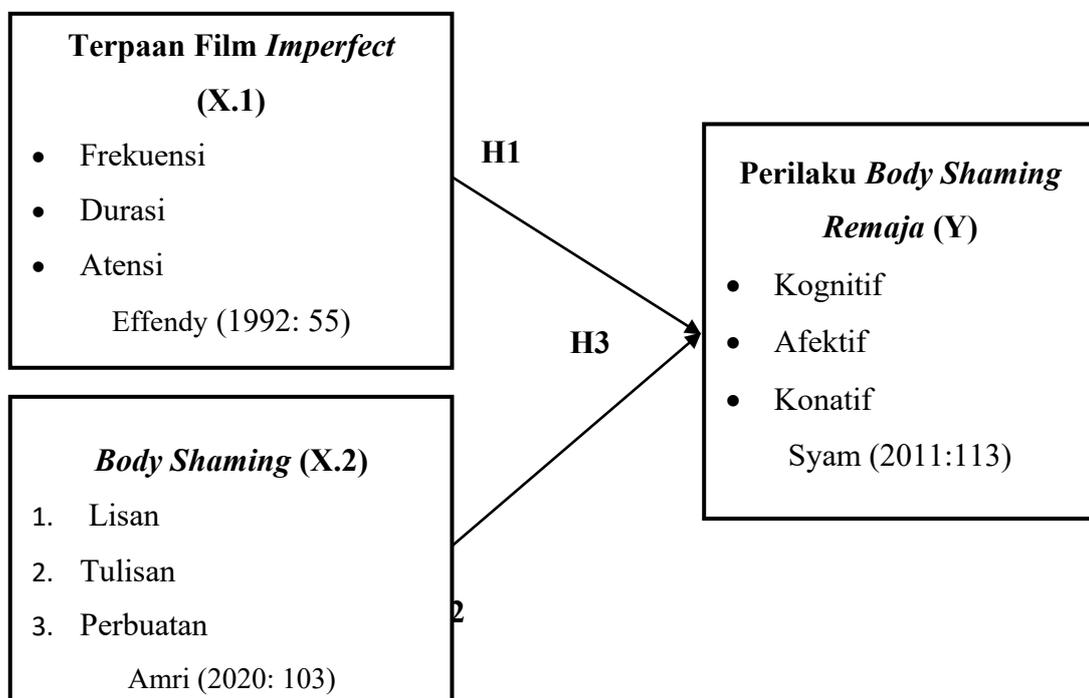
Penelitian ketiga yang menjadi referensi adalah penelitian yang dilakukan oleh Mela Rizky Setiawan dalam e-journal “Acta Diurna” (2016, 5(3): 1 – 7), dengan judul “Peranan Tayangan *My Trip My Adventure* Terhadap Perilaku Pelestarian Alam di Kalangan Remaja (Studi pada Tayangan di Trans TV dan Remaja di Jurusan Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat Tahun Ajaran 2014/2015)”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat efek yang ditimbulkan dan minat seseorang terhadap kebutuhan media televisi. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden dari penelitian ini adalah mahasiswa di Jurusan Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat Tahun Ajaran 2014/2015 dengan kategori remaja akhir yang berusia 18 – 21 tahun yang berstatus aktif kuliah sebanyak 216 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket kuesioner. **Perbedaan antara penelitian yang dilakukan penulis adalah dalam penelitian ini menggunakan teori S – O – R (*Stimulus Organisme Respons*) dan teori *uses and gratification*, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan teori kultivasi.**

Penelitian keempat yang menjadi referensi adalah penelitian yang dilakukan oleh Fais *et al.* dalam Jurnal Representamen (2019, 5(1): 24 – 29),

dengan judul “Persepsi Remaja Pada Romantisisme Film *Dilan 1990*”. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana persepsi remaja pada romantisisme film *Dilan 1990* yang tayang perdana di seluruh Indonesia sejak tanggal 25 Januari 2018. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Responden dari penelitian ini adalah remaja di Jalan Sidokapasan Gang X Surabaya sebanyak 5 orang. Teknik pengumpulan data dengan observasi langsung dengan subjek, wawancara, dan dokumentasi. **Perbedaan antara penelitian yang dilakukan penulis adalah dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu menggunakan metode kuantitatif deskriptif.**

2.13. Kerangka Berpikir

Adapun kerangka berpikir yang dibangun pada penelitian ini disajikan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.14 Hipotesis

Adapun hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

H_{o.1} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan tayangan film *Imperfect* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

H_{a.1} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan tayangan film *Imperfect* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

H_{o.2} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *body shaming* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

H_{a.2} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *body shaming* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

H_{o.3} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan tayangan film *Imperfect* dan *body shaming* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

H_{a.3} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan tayangan film *Imperfect* dan *body shaming* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

Kaidah pengujian signifikansi jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_o ditolak artinya signifikan, sedangkan jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_o diterima artinya tidak signifikan dengan taraf signifikan 0,05 atau 95%.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bogor pada bulan Januari 2022 – April 2022. Kegiatan dalam penelitian ini meliputi penyusunan proposal skripsi, seminar proposal, perbaikan proposal skripsi, pengambilan data lapangan, pengolahan dan analisis data, penulisan *draft* skripsi, uji penulisan, sidang skripsi, dan perbaikan laporan skripsi.

3.2 Desain Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan cara penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan pertanyaan yang terstruktur atau sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan struktur dan sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner. Pada kuesioner berisikan daftar pertanyaan yang mengukur variabel-variabel, hubungan diantara variabel yang ada (Prasteyo dan Janah, 2012: 143). Desain penelitian yang digunakan untuk mengetahui “Pengaruh Terpaan Film *Imperfect* Terhadap Perilaku *Body Shaming* Remaja (Studi Kasus di Kabupaten Bogor)” menggunakan kuesioner angket.

3.3 Populasi dan Sampel

Pelaksanaan pengumpulan data pada umumnya hanya dilakukan terhadap sampel subjek, namun lingkup keberlakuan kesimpulan yang diperoleh menjangkau seluruh subjek yang menjadi populasi. Persoalan yang dihadapi dalam hal ini terkait dengan kevalidan memberlakukan kesimpulan yang diambil berdasarkan data sampel untuk seluruh populasi. Persoalan kevalidan ini adalah diantara salah satu yang perlu dipertimbangkan dalam pelaksanaan riset.

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012: 80). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah remaja di Kabupaten Bogor. Pemilihan responden dalam penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa responden merupakan remaja di Kabupaten Bogor yang berusia 15 – 18 tahun dan mudah untuk ditemui secara langsung. Adanya kriteria dari populasi tersebut yaitu untuk mempermudah mencari data.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012: 148) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Subjek penelitian ini adalah penonton film *Imperfect*. Subjek penelitian ini diambil secara non-probabilitas atau *purposive or judgemental sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Jenis sampel ini memungkinkan peneliti untuk mencari dan memilih sendiri individu yang akan dijadikan responden. Peneliti menetapkan beberapa kriteria untuk menjadi responden yaitu remaja di Kabupaten Bogor yang berusia 15 – 18 tahun, tertarik dengan film *Imperfect* dan isu *body shaming*, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, dan memiliki waktu luang.

Oleh karena populasi tidak diketahui, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Bernoulli sebagai berikut:

$$n = \frac{\left[Z \frac{\alpha}{2} \right]^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai yang didapat dari tabel normal standar dengan peluang $\frac{\alpha}{2}$

e = Tingkat kesalahan

p = Probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel

q = Probabilitas populasi yang diambil sebagai sampel ($1 - p$)

Dalam penelitian ini digunakan tingkat ketelitian (α) sebesar 5% dan tingkat kepercayaan sebesar 95%, sehingga diperoleh nilai $Z = 1.96$, nilai e (tingkat kesalahan) telah ditentukan sebesar 10%. Probabilitas kuesioner benar q (diterima) atau salah p (ditolak) masing – masing sebesar 50% atau 0.5. Sehingga penghitungan sampel dalam angka adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.1)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.01}$$

$$n = 96.04$$

$$n \approx 100$$

Dari rumus tersebut, maka diperoleh sampel sebanyak 96.04 responden dengan pembulatan maka diperoleh sampel sebanyak 100 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang menjadi acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah gambar, dialog, *gesture*, dan *action* yang diambil dari sebuah berkas *file* film *Imperfect*. Adapun sumber datanya terbagi menjadi:

1. Sumber data primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara (Sangadji dan Sopiah, 2010: 134). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui hasil pengisian kuesioner. Kuesioner tersebut menggunakan pertanyaan tertutup terhadap remaja di Kabupaten Bogor.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data tambahan yang didapatkan dari buku-buku, karya ilmiah, internet, dan data lain-lain yang bisa dijadikan sebagai bahan pelengkap dalam penelitian ini.

3.5 Analisis Data

3.5.1 Uji Instrumen

3.5.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan pada remaja di Kabupaten Bogor, dengan alasan peneliti ingin menguji sejauh mana kekuatan dan ketepatan pertanyaan dalam penelitian ini sesuai antara kerangka berpikir dengan kenyataan di lapangan. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan formula *product moment* dari *Pearson's correlation* dengan bantuan komputer program IBM SPSS Statistics 25. Rumus uji validitas sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n})(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n})}}$$

Keterangan:

- r : Nilai koefisien validitas
- x : Skor pertanyaan pertama
- y : Total skor
- xy : Skor pertanyaan pertama dikalikan skor total
- n : Jumlah responden

Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang diteliti. Pada penelitian ini hasil uji dilakukan terhadap masing – masing pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel terpaan film *Imperfect*, *body shaming*, dan perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor. Teknik yang digunakan untuk uji validitas ini adalah *bivariate pearson* (produk momen pearson) dengan taraf signifikansi 0,05 dilakukan dengan mengkorelasi skor masing – masing item dengan skor totalnya. Kemudian nilai korelasi (r hitung) yang telah diperoleh dibandingkan dengan nilai korelasi pada tabel (r tabel). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel artinya variabel dapat dinyatakan valid. Dalam penelitian ini, diketahui r tabel dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5% dengan uji dua arah dan jumlah data (N) = 100 atau df = 100 - 2 =

98, maka didapat r tabel sebesar 0,1654. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat hasil dari uji validitas kedua variabel X dan Y tersebut pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Hasil uji validitas item kuesioner penelitian

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Terpaan film <i>Imperfect</i> (X ₁)	P1	0,436	0,1654	Valid
	P2	0,596	0,1654	Valid
	P3	0,615	0,1654	Valid
	P4	0,499	0,1654	Valid
	P5	0,433	0,1654	Valid
	P6	0,470	0,1654	Valid
	P7	0,333	0,1654	Valid
	P8	0,621	0,1654	Valid
	P9	0,308	0,1654	Valid
<i>Body shaming</i> (X ₂)	P10	0,561	0,1654	Valid
	P11	0,482	0,1654	Valid
	P12	0,509	0,1654	Valid
	P13	0,368	0,1654	Valid
	P14	0,439	0,1654	Valid
	P15	0,408	0,1654	Valid
	P16	0,349	0,1654	Valid
	P17	0,229	0,1654	Valid
	P18	0,274	0,1654	Valid
Perlakuan <i>body shaming</i> remaja di Kabupaten Bogor (Y)	P19	0,485	0,1654	Valid
	P20	0,623	0,1654	Valid
	P21	0,295	0,1654	Valid
	P22	0,406	0,1654	Valid
	P23	0,316	0,1654	Valid
	P24	0,511	0,1654	Valid
	P25	0,237	0,1654	Valid
	P26	0,493	0,1654	Valid
	P27	0,342	0,1654	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama (Yusup, 2018: 18). Tingkat reliabilitas nilai alpha disajikan pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reabilitas
0,00 – 0,20	Sangat tidak reliabel
>0,20 – 0,40	Kurang reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat reliabel

Sumber: Bahri dan Zamzam (2014: 58)

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan rumus koefisien *Alpha Croanbach*:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

- a : Nilai koefisien reliabilitas
k : Banyaknya butir pertanyaan
 Σ : Total varians butir
s : Total varians

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan – pernyataan dalam kuesioner penelitian konsisten atau tidak. Dalam hal ini uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Croanbach Alpha* yang disajikan pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Hasil uji reliabilitas item kuesioner penelitian

Variabel	Item	Reliabilitas	Keterangan
Terpaan film <i>Imperfect</i> (X ₁)	P1	0,798	Sangat reliabel
	P2	0,793	Sangat reliabel
	P3	0,792	Sangat reliabel
	P4	0,796	Sangat reliabel
	P5	0,799	Sangat reliabel
	P6	0,797	Sangat reliabel
	P7	0,803	Sangat reliabel
	P8	0,792	Sangat reliabel
	P9	0,804	Sangat reliabel
<i>Body shaming</i> (X ₂)	P10	0,792	Sangat reliabel
	P11	0,797	Sangat reliabel
	P12	0,795	Sangat reliabel
	P13	0,801	Sangat reliabel

Variabel	Item	Reliabilitas	Keterangan
	P14	0,800	Sangat reliabel
	P15	0,800	Sangat reliabel
	P16	0,803	Sangat reliabel
	P17	0,819	Sangat reliabel
	P18	0,807	Sangat reliabel
Perlakuan <i>body shaming</i> remaja di Kabupaten Bogor (Y)	P19	0,796	Sangat reliabel
	P20	0,792	Sangat reliabel
	P21	0,807	Sangat reliabel
	P22	0,799	Sangat reliabel
	P23	0,804	Sangat reliabel
	P24	0,796	Sangat reliabel
	P25	0,808	Sangat reliabel
	P26	0,796	Sangat reliabel
	P27	0,804	Sangat reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Dari Tabel 3.3 didapatkan perhitungan koefisien *Croanbach Alpha* seluruh item pertanyaan lebih besar dari r tabel yaitu 0,1638 (N=100), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan baik dari variabel dependen maupun variabel independen adalah reliabel atau dapat dipercaya.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel terikat dan bebas memiliki distribusi yang normal atau tidak. Pembuktian data tersebut dilihat pada bentuk distribusi data yaitu histogram maupun *normal probability plot*. Pada histogram, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng. Sedangkan pada *normal probability plot*, data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal (Parlina, 2017: 161).

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel bebas. Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara

variabel bebas. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variabel – variabel independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (lebih dari 0,900) maka hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas atau jika nilai *Tolerance* kurang dari 0,100 atau nilai VIF lebih dari 10, maka hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas (Parlina, 2017: 161).

3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dengan melihat ada tidaknya pola titik pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual yang telah distandarisasi. Dasar analisisnya yaitu jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas; jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyastama, 2017: 36).

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dilakukan uji Durbin – Watson. Pengambilan keputusan dilakukan dengan acuan sebagai berikut: jika angka D – W di bawah -2 berarti autokorelasi positif, jika angka D – W di atas +2 berarti autokorelasi negatif, jika angka D – W di antara -2 sampai dengan +2 berarti tidak ada autokorelasi (Ghozali, 2016:22).

3.5.3 Uji Analisis Deskriptif

Metode deskriptif merupakan data yang digunakan dengan mengadakan pengumpulan data dan menganalisa sehingga diperoleh deskripsi, gambaran atau fenomena yang diteliti.

3.5.1.1 Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2018:132). Dalam penelitian ini, untuk pembobotan data dan nilai (*scoring*) yang digunakan disajikan pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018: 132)

3.5.1.2 Skala Interval

Setelah dibuat skala likert dan skala nilainya (*scoring*), selanjutnya dicari rata-rata dari setiap jawaban responden. Untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka digunakan skala interval. Menurut Istijanto (2009: 56) skala interval adalah skala yang memiliki urutan dan memiliki interval atau jarak yang sama antara kategori atau titik-titik terdekatnya. Malholtra (2009: 17) menambahkan bahwa skala interval menggunakan angka untuk memeringkat obyek sedemikian rupa sehingga jarak setara secara numerik mewakili jarak setara karakteristik yang sedang diukur.

Untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut maka digunakan interval, untuk menentukan panjang kelas interval, menurut Sudjana (2017: 41) digunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

- P : Panjang kelas interval
 K : Banyak kelas
 R : Rentang (data terbesar – data terkecil)

Berdasarkan hal tersebut maka panjang kelas interval adalah 0,75. Skala interval yang ditentukan berdasarkan kriteria atau interpretasi kategori disajikan pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Skala Interval

Kriteria atau Interpretasi Kategori	Skala Interval
Sangat rendah	1,00 – 1,75
Rendah	1,75 – 2,50
Tinggi	2,50 – 3,25
Sangat tinggi	3,25 – 4,00

3.5.4 Uji Analisis Kuantitatif

3.5.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu terpaan tayangan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y : Perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor
 a : Konstanta
 b_1, b_2 : Koefisien regresi
 X_1 : Terpaan tayangan film *Imperfect*
 X_2 : *Body shaming*

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien

determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Koefisien determinasi yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Penggunaan *R square* adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan variabel independen kedalam model, maka *R square* pasti meningkat tidak peduli apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan atau tidak. Tidak seperti *R square*, nilai *adjusted R square* dapat naik atau turun apabila terdapat tambahan variabel independen ke dalam model. Oleh karena itu sebaiknya digunakan nilai *adjusted R square* untuk mengevaluasi model regresi terbaik (Sugiyono, 2018: 257).

3.5.4.3 Uji T (Uji Hipotesis)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hal ini dapat diidentifikasi dengan menunjukkan apakah suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (David dan Djamaris, 2018: 71).

Adapun langkah untuk uji t adalah sebagai berikut:

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian t – test:

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu terpaan tayangan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) secara parsial terhadap variabel dependen yaitu perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y).

$$H_a : b_1 = b_2 = b_3 \neq 0$$

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu terpaan tayangan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) secara parsial terhadap variabel dependen yaitu perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y).

2. Menentukan daerah kritis yang ditentukan oleh nilai t – tabel dengan derajat bebas $n - k$, dan taraf nyata
3. Menentukan t hitung dengan cara:

$$t \text{ hitung} = \frac{b-B}{Sb}$$

Keterangan:

b : Koefisien regresi

Sb : Standar error

4. Menentukan daerah keputusan melalui hipotesis. Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut:
 1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.5.4.4 Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama – sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (David dan Djamaris, 2018: 72).

Tahapan uji F yaitu:

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F – test:

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$$

Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu terpaan tayangan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) secara simultan terhadap variabel dependen yaitu perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y).

$$H_a : b_1 - b_3 > 0$$

Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen yaitu terpaan tayangan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) secara simultan

terhadap variabel dependen yaitu perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y).

2. Menentukan F tabel dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 %, maka:
 1. Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak, berarti masing – masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat;
 2. Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima, berarti masing – masing variabel bebas secara bersama – sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

3.6 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Singarimbun dan Effendi, 2003: 46). Operasional variabel nilainya berupa total skor pernyataan yang diperoleh dari pengisian instrumen dari masing – masing variabel yang disusun dengan indikator – indikator dengan skala. Pada penelitian ini skala indikator yang digunakan adalah skala ordinal (sangat tidak setuju: diberi skor 1; tidak setuju : diberi skor 2; ragu – ragu atau netral: diberi skor 3; setuju : diberi skor 4; sangat setuju : diberi skor 5). Operasionalisasi variabel pada penelitian ini disajikan pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6 Operasionalisasi variabel penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Pertanyaan
Terpaan tayangan film <i>Imperfect</i> (X_1)	Keadaan di mana khalayak secara terus menerus diterpa oleh pemberitaan atau pesan – pesan media	1. Frekuensi	Ordinal, Likert	1, 2, 3
		2. Durasi	Ordinal, Likert	4, 5, 6
		3. Atensi	Ordinal, Likert	7, 8, 9
<i>Body shaming</i> (X_2)	Suatu bentuk kekerasan verbal – emosional yang sering tidak disadari oleh	1. Lisan	Ordinal, Likert	10, 11, 12
		2. Tulisan	Ordinal, Likert	13, 14, 15
		3. Perbuatan	Ordinal, Likert	16, 17, 18

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran	Pertanyaan
	pelakunya karena umumnya dianggap wajar.			
Perilaku <i>body shaming</i> remaja di Kabupaten Bogor (Y)	Pemahaman dan interpretasi penonton terhadap objek dalam film <i>Imperfect</i> yang nantinya akan disampaikan menurut pesan yang telah ia terima pada objek yang telah diamatinya.	1. Kognitif	Ordinal, Likert	19, 20, 21
		2. Afektif	Ordinal, Likert	22, 23, 24
		3. Konatif	Ordinal, Likert	25, 26, 27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Film *Imperfect*

4.1.1 Profil Film *Imperfect*

Film ini akan menjelaskan tentang isu soal *body shaming* atau mengejek bentuk tubuh dan mencintai diri sendiri yang disampaikan melalui sebuah komedi. Film terbaru Ernest yang akan tayang pada Desember mendatang ini merupakan adaptasi buku karya istrinya, Meira Anastasia, berjudul *Imperfect : A Journey to Self – Acceptance* sebelum menjadi buku materi – materi berasal dari unggahan Meira di Instagram. Secara garis besar buku tersebut bercerita tentang penerimaan diri terhadap hal yang dipunyai misalnya terkait terkait bentuk badan dan sebagainya. *Imperfect* mengisahkan cerita tentang Rara (Jessica Mila) yang terlahir dengan gen gemuk setara adiknya lulu (Kasmin Napper) mengikuti gen Ibu mereka; Debby (Karina Suwandi) yang merupakan mantan model (Fimela.com, 2021; Kusumastuti, 2021).



Gambar 4.1 Poster film *Imperfect*
(Sumber: Nusantarapos.com, 2019)

Film ini tidak terlepas dari peran tim produksi dan pemeran tokoh yang menambah dramatis. Adapun tim produksi dan pemeran tokoh disajikan pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Tim produksi dan pemeran tokoh film *Imperfect*

Nama	Posisi
Ernest Prakasa	Sutradara
Meira Anastasia	Co – sutradara
Reza Servia	Executive produser
Riza	
Mithu Nisar	
Chand Pravwez Servia	Produser
Fiaz Servia	
Anggi Frisca	Sinematografi
Ryan Purwok	Penyunting
Tepan Kobain	Desain Produksi
Angga Prasetyo	Desain Artistik
Eko Widar	
Ifa Fachir	Penata Musik
P Nu	Penata Warna
Capluk	Penata Videografis
Anhar Moha	Perekam Suara
Andhika Dharmapermana	Penata Busana
Talia Subandrio	Penata Rias
Harsono	Penata Cahaya
Axl Gelex	Penata Clap
Sardiwa	Penata Grip
Rivan Hanggarai	Operator Kamera
Muhadkly Acho	Konsultan Komedi
Sri Cahyani	Manajer Produksi
Starvision Plus	Produksi
Vania Parapat	Asisten Produksi
Starvision Plus	Distributor
Netflix Original	
Pemeran	
• Jessica Mila	Sebagai Rara
• Reza Rahardian	Sebagai Dika
• Yasmin Napper	Sebagai Lulu
• Dion Wiyoko	Sebagai Kelvin
• Karina Suwandi	Sebagai Debby
• Kiki Narendra	Sebagai Hendro
• Shareefa Daanish	Sebagai Fey
• Dewi Irawan	Sebagai Ratih
• Ernest Prakasa	Sebagai Teddy
• Clara Bernadeth	Sebagai Marsha

Nama	Posisi
• Karina Nadila	Sebagai Irene
• Devina Aureel	Sebagai Wiwid
• Zsazsa Utari	Sebagai Maria
• Aci Resti	Sebagai Prita
• Neneng Wulandari	Sebagai Endah

Sumber: Mujianto, 2020

4.1.2 Sinopsis Film *Imperfect*

Imperfect adalah film drama percintaan Indonesia yang ditayangkan pada 19 Desember 2019. Film ini mendapat *feedback* yang positif baik dari kalangan penonton maupun pengkritik. Film ini menceritakan tentang seorang wanita bernama Rara (Jessica Mila) yang bekerja di sebuah kantor kosmetik, lingkungan pekerjaannya selalu meledek fisiknya yang memiliki berat badan berlebih. Rara juga mempunyai pekerjaan sampingan yaitu mengajar anak – anak pemulung.

Rara (Jessica Mila) terlahir dengan gen gemuk dan kulit sawo matang, warisan sang ayah. Berbeda dengan adiknya Rara yaitu Lulu (Yasmin Napper) yang mengikuti gen ibu. Ibunya sering menasihati Rara untuk membatasi makannya, agar bentuk badan Rara bisa seperti adiknya Lulu. Selain itu, ibunya sering membanding – bandingkan dengan sang adik Lulu. Semakin hari Rara tertekan karena teman-temannya semakin mengejek bentuk fisik dan berat badannya. Ia sering mendapat perlakuan tidak menyenangkan di kantornya dan juga di lingkungan sekitar. Disamping itu, ia memiliki seorang kekasih yang sangat tulus mencintainya bukan karena fisiknya tapi karena rasa nyaman dan cocok; namanya Dika. Rara sangat bersyukur mendapat sosok kekasih seperti Dika (Reza Rahadian), yang mencintai apa adanya. Berbeda dengan nasib percintaan sang adik Lulu, kekasihnya yaitu George (Boy William). Ia pacaran dengan Lulu hanya untuk sekedar menaikkan *followers* instagramnya saja, bukan karena tulus dan saling mencintai satu sama lain.

Lama kelamaan Rara merasa dirinya tak percaya diri dengan bentuk badannya. Ia merasa tak pantas ada di lingkungan kantor yang penuh dengan wanita cantik. Posisi awal Rara di kantor menjabat sebagai manajer riset di sebuah perkantoran kosmetik. Namun kemudian, Rara mendapatkan tawaran kesempatan

untuk menaikkan jabatannya karena ada karyawan yang *resign*. Naas, atasan Rara yakni Kelvin (Dion Wiyoko) mengharuskan Rara mengubah total penampilannya jika dia mau mengambil tanggung jawab baru itu. Teman – temannya pun banyak yang tak mendukung atau bahkan mengejeknya karena permasalahan berat badannya dan bentuk tubuhnya yang menurut mereka tidak pantas menduduki posisi yang lebih di kantornya. Setelah merasa sangat tertekan dan selalu dicemooh oleh rekan kerjanya maupun lingkungan sekitar, kemudian ia mulai mendengarkan saran ibunya untuk merubah pola makan dan lebih bisa merawat diri, supaya ia dapat mendapatkan bentuk badan yang ia inginkan. Ia mulai bekerja keras untuk menurunkan berat badan agar memiliki tubuh yang ideal dengan cara *ngegym* dan minum jus buah dan sayur secara rutin setiap harinya.

Akhirnya usahanya untuk menurunkan berat badannya selama satu bulan penuh tidak sia – sia. Rara berhasil menjadi seorang wanita pada umumnya yang cantik dan mempunyai penampilan yang menarik serta dilirik banyak orang seperti rekan kerjanya di kantor. Namun semenjak itu, sikap Rara terhadap teman dekatnya di kantor dan kekasihnya sendiri pun sangat berbeda jauh dan berubah drastis. Dika merasakan bahwa Rara yang sekarang tidak ada dan tidak seperti yang dulu, sampai – sampai pola hidupnya pun berubah. Kekasihnya pun sempat merasa kecewa dengan sikap Rara yang berubah. Sampai akhirnya terjadi kesalahpahaman antara Rara dengan adiknya Lulu yang sedang melakukan pemotretan bersama dengan kekasihnya Dika. Tak lama kemudian mereka berdua berbaikan dan Rara memutuskan untuk memperbaiki semuanya, hingga ia memutuskan untuk menjadi gemuk seperti sedia kala.

Film ini sarat akan makna untuk memotivasi para wanita di luar sana yang mempunyai masalah dengan tubuhnya sendiri. Film ini juga memberikan semangat dan dukungannya kepada wanita yang kurang percaya diri. Selain itu, film ini juga mengajarkan kita untuk selalu mensyukuri segala nikmat Tuhan yang telah diberikan kepada kita. Dari film ini juga kami mengambil beberapa kutipan yang sangat menginspirasi yaitu:

“Cantik belum tentu bahagia, cantik itu beragam, mencintai ketidaksempurnaan itu tidak apa – apa. Teman yang baik mengenal kita sesungguhnya, timbangan itu menunjukkan angka bukan nilai”.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Jenis Kelamin

Dalam klasifikasi ini jenis kelamin dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, seperti yang tercantum pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-laki	39	39
2	Perempuan	61	61
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2, dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari laki – laki sebanyak 39 orang (39%), sedangkan perempuan sebanyak 61 orang (61%) artinya jumlah responden perempuan lebih banyak daripada responden laki – laki.

4.2.2 Usia

Dalam klasifikasi ini usia karyawan didapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, seperti yang tercantum pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	15 tahun	13	13
2	16 tahun	0	0
3	17 tahun	22	22
4	18 tahun	65	65
Jumlah		100	100

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat usia terdiri dari usia 18 tahun dengan jumlah responden terbanyak yaitu berjumlah 65 orang (65%) responden, diikuti dengan usia responden 17 tahun berjumlah 22 orang (17%) responden, dan usia 15 tahun berjumlah 13 orang (13%) responden.

4.2.3 Gambaran Umum Jawaban Responden

a) Variabel Terpaan Film *Imperfect* (X_1)

Dalam mengukur variabel terpaan film *Imperfect* (X_1) digunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari 9 (sembilan) item pertanyaan. Data tentang jawaban responden terhadap variabel kepemimpinan (X_1) diperoleh dari 100 orang responden. Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel terpaan film *Imperfect* (X_1) disajikan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel terpaan film *Imperfect* (X_1)

Pertanyaan	Jawaban								Skor total
	SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)		
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	
Intensitas menonton film <i>Imperfect</i>	62	248	36	108	2	4	0	0	262
Menonton film <i>Imperfect</i> sampai selesai	65	260	35	105	0	0	0	0	258
Adegan per adegan dalam film <i>Imperfect</i> membuat penonton paham mengenai <i>body shaming</i>	61	244	38	114	1	2	0	0	276
Durasi 113 menit sudah cukup untuk menayangkan film <i>Imperfect</i>	50	200	48	144	2	4	0	0	172
Dalam durasi 113 menit penonton banyak mengambil cerita dibalik tokoh utama (Rara) dalam film <i>Imperfect</i> dan berbagai <i>bullying</i> yang diterimanya	64	256	35	105	1	2	0	0	259
Durasi yang dipakai sudah tepat untuk membuat penonton mengerti isi pesan dalam film <i>Imperfect</i>	50	200	48	144	2	4	0	0	280
Film <i>Imperfect</i> menyajikan berbagai realitas sosial di setiap adegannya	15	60	64	192	18	36	3	3	257
Setiap karakter yang dibangun dalam cerita film <i>Imperfect</i> dapat membangun kepercayaan diri setiap penonton terhadap dirinya sendiri	62	248	38	114	0	0	0	0	268
Setelah menonton film <i>Imperfect</i> penyadartahuan tentang menghargai sesama sangat bermanfaat agar tidak terjadi <i>body shaming</i> di kalangan remaja	32	128	62	186	4	8	2	2	269
Jumlah Total									3121
Skor Rataan									3,47

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4, nilai skor keseluruhan variabel X_1 hasil dari analisis terpaan film *Imperfect* diperoleh skor keseluruhan adalah 3121, dengan rata-rata sebesar 3,47. Jika diinterpretasikan dalam jarak interval nilai 3,47 berada pada

interval 3,25 – 4,00 atau sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa dari pertanyaan yang dijadikan sampel oleh peneliti, dengan frekuensi yang sering atau selalu dan durasi penyajian film selama 113 menit dapat dikatakan bahwa responden mengekspose media secara sungguh – sungguh dan membuka diri terhadap pesan – pesan yang diberikan media.

b) Variabel *Body Shaming* (X₂)

Dalam mengukur variabel *body shaming* (X₂) digunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari 9 (sembilan) item pertanyaan. Data tentang jawaban responden terhadap variabel *body shaming* (X₂) diperoleh dari 1000 orang responden. Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel *body shaming* (X₂) disajikan pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel *body shaming* (X₂)

Pertanyaan	Jawaban								Skor total
	SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)		
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	
Memberi nama ejekan atau julukan berdasarkan karakter fisik seseorang (misalnya: si gendut, ikan paus, dan lain – lain)	4	16	23	69	50	100	23	23	208
Mempermalukan teman yang memiliki kekurangan fisik di depan umum	5	20	9	27	34	68	52	52	167
Mencibir dan meneriaki teman di depan umum untuk melakukan diet	0	0	14	42	36	72	50	50	164
Melakukan adegan mencorat – coret dan menggambar, berdasarkan karakter fisik seseorang	0	0	6	18	39	78	55	55	151
Menuliskan nama julukan berdasarkan karakter fisik seseorang	9	36	57	171	20	40	14	14	261
Mengomentari postingan atau foto perempuan cantik melalui media social	34	136	57	171	5	10	4	4	321
Membandingkan dan menginginkan bentuk fisik yang tidak dimiliki dengan orang lain	21	84	55	165	21	42	3	3	294
Kurus, kulit putih, dan langsing adalah kriteria ideal seorang perempuan	10	40	31	93	18	36	41	41	210
Menjauhi orang yang memiliki kekurangan fisik, seperti teman – teman Rara dalam film <i>Imperfect</i>	7	28	31	93	54	108	8	8	237
Jumlah Total									2013
Skor Rataan									2,24

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.5, nilai skor keseluruhan variabel X_1 hasil dari analisis *body shaming* diperoleh skor keseluruhan adalah 2013, dengan rata-rata sebesar 2,24. Jika diinterpretasikan dalam jarak interval nilai 2,24 berada pada interval 1,75 – 2,50 atau rendah. Dapat disimpulkan bahwa dari pertanyaan yang dijadikan sampel oleh peneliti, dapat dikatakan responden dapat menerima pesan dan *trigger* untuk tidak melakukan *body shaming* baik secara lisan, tulisan, dan perbuatan.

c) Variabel Perilaku *Body Shaming* Remaja di Kabupaten Bogor (Y)

Dalam mengukur variabel perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y) digunakan instrumen kuesioner yang terdiri dari 9 (sembilan) item pertanyaan. Data tentang jawaban responden terhadap variabel perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y) diperoleh dari 100 orang responden. Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y) disajikan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor

Pertanyaan	Jawaban								Skor total
	SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)		
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	
Mendapatkan informasi tentang <i>body shaming</i>	53	212	45	135	2	4	0	0	351
Pemilihan karakter para pemain sesuai kehidupan sehari – hari	60	240	40	120	0	0	0	0	360
Penyampaian pesan dalam film <i>Imperfect</i> tertata rapi dan apik	25	100	59	177	10	20	6	6	303
Ide dan tema cerita yang terdapat dalam film <i>Imperfect</i> menarik	61	244	38	114	1	2	0	0	360
Karakter tokoh dalam film <i>Imperfect</i> sangat menghibur	31	124	59	177	7	14	3	3	318
<i>Mise en scene</i> para pemain film <i>Imperfect</i> mampu menarik perhatian penonton	66	264	34	102	0	0	0	0	366
Setelah menonton film <i>Imperfect</i> mendapatkan bagaimana perilaku saling menghargai sesama dalam keberagaman	32	128	59	177	6	12	3	3	320
Setelah menonton film <i>Imperfect</i> penonton merasa bahagia dan bersyukur terhadap diri sendiri	46	184	52	156	2	4	0	0	344
Pesan moral yang ditampilkan pada film <i>Imperfect</i> membawa dampak	22	88	46	138	28	56	4	4	286

Pertanyaan	Jawaban								Skor total	
	SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
positif dan mempengaruhi penonton untuk tidak melakukan <i>body shaming</i> terhadap remaja lainnya										
Jumlah Total										3008
Skor Rataan										3,34

Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2022

Berdasarkan Tabel 4.6, nilai skor keseluruhan variabel Y hasil dari analisis perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor diperoleh skor keseluruhan adalah 3008. Jika diinterpretasikan dalam jarak interval nilai 3,34 berada pada interval 3,25 – 4,00 atau sangat tinggi. Dapat disimpulkan bahwa dari pertanyaan yang dijadikan sampel oleh peneliti, dapat dikatakan responden dapat menangkap terhadap pesan moral yang ditampilkan pada film *Imperfect* yang membawa dampak positif, sehingga para penonton tidak melakukan *body shaming* kepada remaja lainnya.

4.2.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Indikator

a) Indikator Frekuensi (X_{1.1})

Pada indikator frekuensi tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7 Frekuensi jawaban indikator frekuensi

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Frekuensi	P1	4	16	23	69	50	100	23	23	208	2,80
	P2	5	20	9	27	34	68	52	52	167	1,67
	P3	0	0	14	42	36	72	50	50	164	1,64

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan hasil bahwa pada pertanyaan 1 62% responden menjawab selalu menonton film *Imperfect* paling tidak sebanyak 3x, 36% responden menjawab sering menonton, dan 2% responden menjawab kadang – kadang, dengan skor rata-rata sebesar 2,80 atau tinggi. Pada pertanyaan 2 terlihat bahwa hampir seluruh responden menjawab menonton film *Imperfect* sampai selesai (65% dan 35%), dengan skor rata-rata sebesar 1,67 atau sangat rendah. Pada pertanyaan 3 terlihat bahwa 61% dan 38% responden menjawab paham mengenai

body shaming setelah menonton adegan per adegan yang disajikan dalam film *Imperfect*, dengan skor rata-rata sebesar 1,67 atau sangat rendah.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden selalu menonton film *Imperfect* dengan frekuensi 3x, namun tidak sampai selesai. Hal demikian yang meyakinkan bahwa responden tidak begitu menangkap makna *body shaming* yang disampaikan dalam adegan per adegan yang disajikan dalam film.

b) Indikator Durasi (X_{1.2})

Pada indikator durasi tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Frekuensi jawaban indikator durasi

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Durasi	P4	50	200	48	144	2	4	0	0	172	1,72
	P5	64	256	35	105	1	2	0	0	259	2,59
	P6	50	200	48	144	2	4	0	0	280	2,80

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan hasil pada pertanyaan 4 bahwa 50% responden menjawab sangat setuju bahwa durasi 113 menit sudah cukup untuk menayangkan film *Imperfect*, diikuti 50% responden menjawab setuju, dan 2% responden menjawab tidak setuju dengan durasi tampilan, dengan skor rata-rata sebesar 1,72 atau sangat rendah. Pada pertanyaan 5 terlihat bahwa 64% responden menjawab sangat setuju selama durasi 113 menit penonton banyak mengambil cerita dibalik tokoh utama (Rara) dalam film *Imperfect* dan berbagai *bullying* yang diterimanya, diikuti 35% responden menjawab setuju, dan 1% responden menjawab tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,59 atau tinggi. Pada pertanyaan 6 terlihat bahwa 50% responden menjawab sangat setuju durasi yang dipakai sudah tepat untuk membuat penonton mengerti isi pesan dalam film *Imperfect*, diikuti 48% responden menjawab setuju, dan 2% responden menjawab tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,80 atau tinggi.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa durasi penyajian film sudah tepat untuk membuat responden mengerti isi pesan dari *bullying* yang diterima tokoh utama dalam film tersebut.

c) Indikator Atensi (X_{1.3})

Pada indikator atensi tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9 Frekuensi jawaban indikator atensi

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Atensi	P7	15	60	64	192	18	36	3	3	257	2,57
	P8	62	248	38	114	0	0	0	0	268	2,68
	P9	32	128	62	186	4	8	2	2	269	2,69

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 menunjukkan hasil pertanyaan 7 terlihat bahwa 64% responden menjawab sangat setuju bahwa film ini menyajikan berbagai realitas sosial yang terjadi di masyarakat, diikuti 18% responden menjawab tidak setuju, 15% responden menjawab tidak setuju, dan 3% responden menjawab sangat tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,57 atau tinggi. Pada pertanyaan 8 terlihat bahwa 62% responden menjawab sangat setuju bahwa setelah menonton film ini dapat membangun kepercayaan diri para responden, diikuti 38% responden menjawab setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,68 atau tinggi. Pada pertanyaan 9 terlihat bahwa 62% responden menjawab sangat setuju bahwa setelah menonton film ini responden sadar bahwa tindakan *bullying* itu tidak baik, diikuti 32% responden menjawab setuju, 4% responden menjawab tidak setuju, dan 2% responden menjawab sangat tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,69 atau tinggi.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kasus *bullying* yang disajikan dalam film ini sangat relevan dengan realitas sosial yang terjadi di masyarakat. Responden juga menyadari bahwa tindakan *bullying* tidak baik dan dapat menimbulkan depresi bagi penerimanya. Selain itu, dengan adanya penyadartahuan tentang sikap *bullying* khususnya *body shaming* bahwa responden merasakan percaya diri dan bersyukur dengan apa pun yang sudah Tuhan berikan pada dirinya, sekalipun itu dalam bentuk ketidaksempurnaan.

d) Indikator Lisan (X_{2.1})

Pada indikator lisan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10 Frekuensi jawaban indikator lisan

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Lisan	P10	4	16	23	69	50	100	23	23	208	2,08
	P11	5	20	9	27	34	68	52	52	167	1,67
	P12	0	0	14	42	36	72	50	50	164	1,64

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan hasil pada pertanyaan 10 terlihat bahwa 50% responden menjawab tidak setuju memberi nama ejekan atau julukan berdasarkan karakter fisik kepada orang lain karena hal tersebut merupakan tindakan *body shaming*, diikuti 23% responden menjawab sangat tidak setuju, 23% responden menjawab setuju, dan 4% responden menjawab sangat setuju, dengan skor rata-ran sebesar 2,08 atau rendah. Pada pertanyaan 11 terlihat bahwa 52% responden menjawab sangat tidak setuju dengan tindakan memperlakukan teman yang memiliki kekurangan fisik di depan umum, diikuti 34% responden menjawab tidak setuju, 9% responden menjawab setuju, dan 5% responden menjawab sangat setuju, dengan skor rata-ran sebesar 1,68 atau sangat rendah. Pada pertanyaan 12 bahwa 50% responden menjawab sangat tidak setuju dengan tindakan mencibir dan meneriaki teman di depan umum untuk melakukan diet, diikuti 36% responden menjawab tidak setuju, dan 14% responden menjawab setuju, dengan skor rata-ran sebesar 1,64 atau sangat rendah.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak diperbolehkan melakukan tindakan *bullying* dan *body shaming* dalam bentuk lisan, tulisan, dan perbuatan seperti memberi nama ejekan atau julukan, mencibir, dan meneriaki berdasarkan karakter fisik di depan umum.

e) Indikator Tulisan (X_{2.2})

Pada indikator tulisan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11 Frekuensi jawaban indikator tulisan

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Tulisan	P13	0	0	6	18	39	78	55	55	151	1,51
	P14	9	36	57	171	20	40	14	14	261	2,61
	P15	34	136	57	171	5	10	4	4	321	3,21

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan hasil pada pertanyaan 13 terlihat bahwa 55% responden menjawab sangat tidak setuju dengan tindakan melakukan adegan mencorat – coret dan menggambar, berdasarkan karakter fisik seseorang, diikuti 39% responden menjawab tidak setuju, 5% responden menjawab setuju, dan 1% responden menjawab sangat setuju, dengan skor rata-ran sebesar 1,51 atau sangat rendah. Pada pertanyaan 14 bahwa 57% responden menjawab setuju menuliskan nama julukan berdasarkan karakter fisik seseorang, diikuti 20% responden menjawab tidak setuju, 14% responden menjawab sangat tidak setuju, dan 9% responden menjawab sangat setuju, dengan skor rata-ran sebesar 2,61 atau tinggi. Pada pertanyaan 15 terlihat bahwa 57% responden menjawab setuju mengomentari postingan atau foto perempuan cantik melalui media sosial, diikuti 34% responden menjawab setuju, 5% responden menjawab tidak setuju, dan 4% responden menjawab sangat tidak setuju, dengan skor rata-ran sebesar 3,21 atau tinggi.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju dan paham bahwa *bullying* melalui tulisan seperti menuliskan nama julukan berdasarkan karakter fisik atau mengomentari postingan atau foto perempuan cantik melalui media sosial merupakan tindakan tidak baik dan termasuk *body shaming*.

f) Indikator Perbuatan (X_{2.3})

Pada indikator perbuatan tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Frekuensi jawaban indikator perbuatan

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Perbuatan	P16	21	84	55	165	21	42	3	3	294	2,94
	P17	10	40	31	93	18	36	41	41	210	2,10
	P18	7	28	31	93	54	108	8	8	237	2,37

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.12 menunjukkan hasil pada pertanyaan 16 terlihat bahwa 55% responden menjawab setuju membandingkan dan menginginkan bentuk fisik yang tidak dimiliki dengan orang lain, diikuti 21% responden menjawab sangat setuju dan tidak setuju, serta 3% responden menjawab sangat

tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,94 atau tinggi. Pada pertanyaan 17 terlihat bahwa 41% responden menjawab sangat tidak setuju bahwa kurus, kulit putih, dan langsing adalah kriteria ideal seorang perempuan, diikuti 31% responden menjawab setuju, 18% responden menjawab tidak setuju, dan 10% responden menjawab tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,10 atau rendah. Pada pertanyaan 18 terlihat bahwa 54% responden menjawab tidak setuju menjauhi orang yang memiliki kekurangan fisik, seperti teman – teman Rara dalam film *Imperfect*, diikuti 31% responden menjawab setuju, 8% responden menjawab sangat tidak setuju, dan 7% responden menjawab sangat setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,37 atau rendah.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan tindakan membandingkan dan menginginkan bentuk fisik yang tidak dimiliki dengan orang lain, misalnya responden berjenis kelamin perempuan akan merasa percaya diri dan disukai banyak orang jika memiliki tubuh ideal seperti kulit putih, tubuh kurus dan langsing. Namun demikian, responden sepakat bahwa apa pun kondisi orang – orang di sekitarnya tidak diperbolehkan untuk dijauhi atau dikucilkan seperti teman – teman Rara dalam film *Imperfect*.

g) Indikator Kognitif (Y₁)

Pada indikator kognitif tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Frekuensi jawaban indikator kognitif

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Kognitif	P19	53	212	45	135	2	4	0	0	351	3,51
	P20	60	240	40	120	0	0	0	0	360	3,60
	P21	25	100	59	177	10	20	6	6	303	3,03

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan hasil pada pertanyaan 19 terlihat bahwa 53% responden menjawab sangat setuju mendapatkan informasi tentang *body shaming* setelah menonton film *Imperfect*, diikuti 45% responden menjawab setuju, dan 2% responden menjawab tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 3,51 atau sangat tinggi. Pada pertanyaan 20 terlihat bahwa 60% responden menjawab sangat setuju pemilihan karakter para pemain sesuai kehidupan sehari – hari,

diikuti 40% responden menjawab setuju, dengan skor rata-rata sebesar 3,60 atau sangat tinggi. Pada pertanyaan 21 terlihat bahwa 59% responden menjawab setuju bahwa penyampaian pesan dalam film *Imperfect* tertata rapi dan apik, diikuti 25% responden menjawab sangat setuju, 10% responden menjawab tidak setuju, dan 6% responden menjawab sangat tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 3,03 atau tinggi.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden merasakan akibat yang timbul pada dirinya yang terkena terpaan tayangan film *Imperfect* yaitu mendapatkan gambaran atau informasi yang jelas tentang *body shaming* setelah menonton film *Imperfect*. Hal ini dipermudah karena pemilihan karakter para pemain sesuai kehidupan sehari – hari, sehingga responden mudah menangkap pesan – pesan yang disampaikan dalam film tersebut.

h) Indikator Afektif (Y₂)

Pada indikator afektif tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Frekuensi jawaban indikator afektif

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Afektif	P22	61	244	38	114	1	2	0	0	360	3,60
	P23	31	124	59	177	7	14	3	3	318	3,18
	P24	66	264	34	102	0	0	0	0	366	3,66

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.14 menunjukkan hasil pada pertanyaan 22 terlihat bahwa 61% responden menjawab sangat setuju bahwa ide dan tema cerita yang terdapat dalam film *Imperfect* menarik, diikuti 38% responden menjawab setuju, dan 1% responden menjawab tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 3,60 atau sangat tinggi. Pada pertanyaan 23 terlihat bahwa 59% responden menjawab setuju bahwa karakter tokoh dalam film *Imperfect* sangat menghibur, diikuti 31% responden menjawab sangat setuju, 7% responden menjawab tidak setuju, dan 3% responden menjawab sangat tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 3,18 atau tinggi. Pada pertanyaan 24 terlihat bahwa 66% responden menjawab sangat setuju bahwa *mise en scene* para pemain film *Imperfect* mampu menarik perhatian

penonton, dan diikuti 34% responden menjawab sangat setuju, dengan skor rata-rata sebesar 3,66 atau tinggi.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa *mise en scene* para pemain film *Imperfect* mampu menarik perhatian para responden. Ide dan tema cerita yang menarik ditambah lagi dengan para pemain yang begitu piawai dalam berperan membuat responden dapat merasakan dan begitu dekat dengan masalah – masalah *body shaming* di kalangan remaja khususnya dalam film ini *body shaming* di kalangan perempuan.

i) Indikator Konatif (Y₃)

Pada indikator konatif tanggapan responden dapat dilihat pada Tabel 4.15.

Tabel 4.15 Frekuensi jawaban indikator konatif

Indikator	Pertanyaan	Jawaban								Skor total	Skor Rataan
		SS (4)		S (3)		TS (2)		STS (1)			
		F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Konatif	P25	32	128	59	177	6	12	3	3	320	3,20
	P26	46	184	52	156	2	4	0	0	344	3,44
	P27	22	88	46	138	28	56	4	4	286	2,86

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan hasil pada pertanyaan 25 terlihat bahwa 59% responden menjawab setuju bahwa setelah menonton film *Imperfect* mendapatkan bagaimana perilaku saling menghargai sesama dalam keberagaman, diikuti 32% responden menjawab sangat setuju, 6% responden menjawab tidak setuju, dan 3% responden menjawab sangat tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 3,20 atau tinggi. Pada pertanyaan 26 terlihat bahwa 52% responden menjawab setuju bahwa setelah menonton film *Imperfect* penonton merasa bahagia dan bersyukur terhadap diri sendiri, diikuti 46% responden menjawab sangat setuju, dan 2% responden menjawab tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 3,44 atau sangat tinggi. Pada pertanyaan 27 terlihat bahwa 46% responden menjawab setuju bahwa pesan moral yang ditampilkan pada film *Imperfect* membawa dampak positif dan mempengaruhi penonton untuk tidak melakukan *body shaming* terhadap remaja lainnya, diikuti 29% responden menjawab tidak setuju, 22% responden menjawab sangat setuju, dan 3% responden menjawab sangat tidak setuju, dengan skor rata-rata sebesar 2,86 atau tinggi.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film *Imperfect* responden cenderung merasa bahagia dan bersyukur terhadap diri sendiri; mengubah *insecure* menjadi bersyukur, dan mendapatkan bagaimana berperilaku saling menghargai sesama dalam keberagaman, sehingga dapat menekan angka kekerasan atau *bullying*, contohnya seperti mengejek orang secara fisik atau *body shaming*.

4.2.5 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas akan menguji data variabel bebas dan data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal atau normal sama sekali. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adknalah dengan melihat nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov satu arah yang disajikan pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16. Hasil uji normalitas variabel independen dan dependen

Sampel	Nilai Kolmogorov – Smirnov	Signifikansi
100	0,200	0,05

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.16 maka dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur tingkat asosisasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas tersebut

melalui besaran koefisien korelasi antar variabel bebas (r). Multikolinearitas terjadi jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih besar dari 10. Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 10. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini disajikan pada Tabel 4.17.

Tabel 4.17 Hasil uji multikolinearitas variabel independen dan dependen

Variabel	VIF	Tolerance
Terpaan film <i>Imperfect</i>	0,882	1,134
<i>Body shaming</i>	0,882	1,134

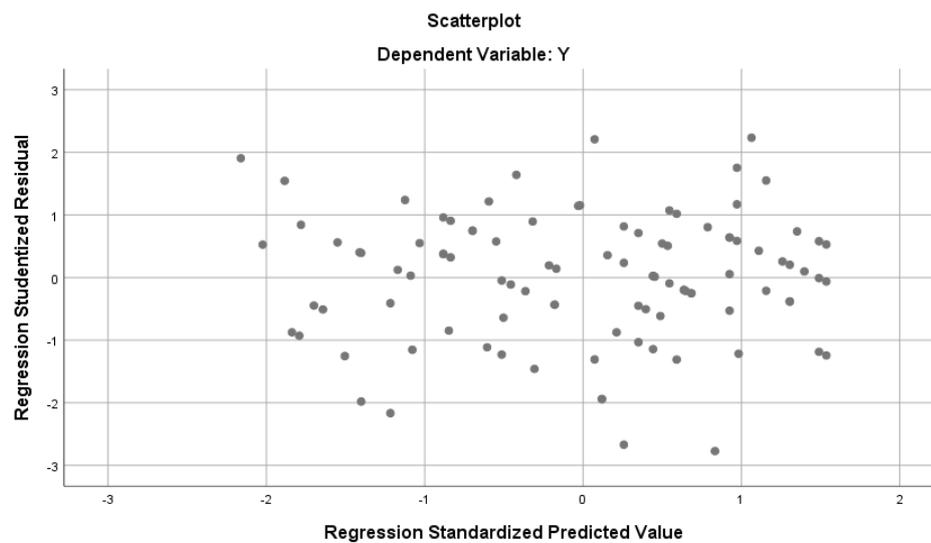
Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Dari Tabel 4.17 terlihat bahwa nilai tolerance untuk terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) adalah $0,332 > 0,10$. Sementara nilai VIF untuk terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) adalah $1,134 < 10,00$. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil uji heterokedastisitas disajikan pada Gambar 5.2.

Dari Gambar 5.2 terlihat bahwa titik – titik menyebar tanpa ada pola yang jelas di bagian atas dan bawah atau di sekitar angka 0, maka tidak terindikasi adanya gejala heteroskedastisitas.



Gambar 4.2 Hasil uji heterokedastisitas variabel independen dan dependen

(Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022)

d) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.18.

Tabel 4.18. Hasil uji autokorelasi variabel independen dan dependen

Durbin - Watson	dL	dU	Keterangan
1,680	1,634	1,715	Tidak ada gejala

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.18 diketahui nilai Durbin – Watson sebesar 1,680. Selanjutnya nilai ini dibandingkan dengan nilai tabel Durbin – Watson pada signifikansi 5% dengan rumus $(k; N)$. Adapun jumlah variabel independen adalah 2 ($k=2$), sementara jumlah sampel atau $N = 100$, maka $(k; N) = (2; 60)$ ditemukan nilai dL sebesar 1,634 dan dU sebesar 1,715. Nilai Durbin – Watson (d) sebesar $1,680 <$ dari batas atas (dU) yaitu 1,715 dan $> 4 - 1,715 = 2,285$. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji Durbin – Watson dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah atau gejala autokorelasi. Karena terdapat

gejala autokorelasi maka dilanjutkan dengan uji Run Test yang disajikan pada Tabel 4.19.

Tabel 4.19. Hasil uji lanjut Run Test

Nilai Asymp. Sig (2 – tailed)	Keterangan
1,000	Tidak ada gejala

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui nilai Asymp. Sig (2 – tailed) sebesar $1,000 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala atau masalah autikorelasi, sehingga analisis regresi linear berganda dapat dilanjutkan.

4.2.6 Uji Analisis Kuantitatif

a) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda yang digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel terpaan film *Imperfect* dan *body shaming* terhadap perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor. Hasil uji regresi linier berganda disajikan pada Tabel 4.20.

Tabel 4.20 Hasil uji regresi linier berganda

Variabel	Prediksi	B	T Hitung	Signifikansi
(Konstan)		7,800		
Perlakuan <i>body shaming</i> remaja di Kabupaten Bogor				
Terpaan film <i>Imperfect</i> (X1)	+	0,656	9,850	0,000
<i>Body shaming</i> (X2)	-	0,091	1,791	0,076

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.20, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7,800 + 0,656X_1 - 0,091X_2$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan bahwa:

1. Nilai koefisien b_0 (konstanta) sebesar 7,800 berarti apabila faktor terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) sama dengan nol, maka diperkirakan peningkatan perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor sebesar 7,800.

2. Nilai koefisien b_1 sebesar $0,656 X_1$ berarti jika variabel terpaan film *Imperfect* ditingkatkan baik frekuensi maupun kualitasnya akan berpengaruh positif terhadap peningkatan perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor, dalam artian jika frekuensi, durasi, dan atensi menonton film tersebut meningkat maka akan dapat meningkatkan kesadaran remaja di Kabupaten Bogor terhadap perlakuan *body shaming* dengan asumsi variabel lainnya konstan.
3. Nilai koefisien b_2 sebesar $0,091X_2$ menunjukkan bahwa *body shaming* memiliki pengaruh negatif terhadap perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor, artinya jika *body shaming* baik dalam bentuk lisan, tulisan, dan perbuatan semakin masif maka diperkirakan perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor tidak akan meningkat dengan asumsi variabel lainnya konstan.

b) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. R Square berkisar pada angka 0 sampai 1, dengan keterangan semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) disajikan pada Tabel 4.21.

Tabel 4.21 Hasil uji koefisien determinasi (R^2) variabel independen dan dependen

R	R square	Adjusted R Square
0,754	0,568	0,559

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan pada Tabel 4.21 diperoleh angka R Square sebesar 0,568. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) terhadap variabel perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y) sebesar 56,8%. Atau variasi bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 56,8% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya ($100\% - 56,8\%$) ialah 43,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

c) Uji T (Uji Hipotesis)

Uji T (parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y). Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel. Dari perbandingan T hitung dan T tabel dapat disimpulkan apabila T hitung $>$ T tabel maka variabel terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y), sebaliknya apabila T hitung $<$ T tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) yang dimaksud tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y). Adapun hasilnya disajikan pada Tabel 4.22.

Tabel 4.22. Hasil uji T (secara parsial)

Variabel	T Hitung	Signifikansi	T Tabel
Terpaan film <i>Imperfect</i> (X_1)	9,850	0,000	1,98472
<i>Body shaming</i> (X_2)	1,791	0,076	

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.22 didapatkan bahwa hasil T hitung untuk variabel terpaan film *Imperfect* (X_1) sebesar 9,850 dan nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,98472. Maka T hitung $9,850 > 1,98472$, sedangkan nilai signifikansi yang ditunjukkan oleh nilai $p < \alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$) artinya $H_{a.1}$ diterima yaitu ada pengaruh terpaan film *Imperfect* terhadap perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor. Sedangkan hasil T hitung untuk variabel *body shaming* (X_2) sebesar 1,791 dan nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,98472. Maka T hitung $1,791 < 1,98472$, sedangkan nilai signifikansi yang ditunjukkan oleh nilai $p > \alpha = 0,05$ ($0,076 > 0,05$) artinya $H_{0.2}$ diterima tidak ada pengaruh *body shaming* terhadap perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan hasil uji T tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan film *Imperfect* (9,850) secara parsial berpengaruh terhadap perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor. Dengan demikian hipotesis yang

menyatakan ada pengaruh positif terpaan film *Imperfect* terhadap perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor terbukti kebenarannya, dan tidak terbukti pada variabel *body shaming*.

d) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y). Adapun hasilnya disajikan pada Tabel 4.23.

Tabel 4.23. Hasil uji F (secara simultan)

Model	Df	F Hitung	Signifikansi
Regression	2	63,741	0,000
Residual	97		

Sumber: Hasil pengolahan data primer menggunakan IBM SPSS Statistics 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.23 terlihat bahwa nilai signifikansi (Sig.) dari output Anova diketahui bahwa nilai Sig. $0,000 < 0,05$; jika dilihat berdasarkan output nilai F hitung bahwa F hitung $63,741 > F$ tabel $3,09 (N - 2 - 1)$. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima ($H_{a.3}$ diterima) atau dengan kata lain terpaan film *Imperfect* (X_1) dan *body shaming* (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y).

4.3 Hasil pembahasan dengan Teori Kultivasi

Dewasa kini menghadapi masifnya media massa, khalayak dapat aktif memilih dan dapat menggunakan media apa saja yang mampu memenuhi kebutuhan informasinya, tidak terkecuali remaja. Remaja lebih memilih menonton daripada membaca, hal ini karena tayangan televisi menyajikan acara – acara yang menarik dan memiliki banyak unsur hiburan bagi pemirsa (Iqbal, 2016: 55). Remaja juga begitu aktif berselancar di media sosial, bahkan televisi berbayar seperti Netflix yang mempertontonkan film *Imperfect*, ditambah lagi aplikasi ini dapat diakses dengan perangkat apa saja, tanpa harus melalui televisi kabel. Pada

penelitian ini, responden merasa bahwa film *Imperfect* ini menarik untuk ditonton, bahkan 62% responden menonton hingga pengulangan sebanyak 3x. Durasi selama 113 menit pada film *Imperfect* ini pun sudah tepat untuk membuat penonton mengerti isi pesan dalam film tersebut (50%), di mana setelah menonton film tersebut responden merasakan percaya diri (62%) dengan kekurangan dalam dirinya dan menghargai perbedaan sesama khususnya pada bentuk fisik (62%). Besarnya terpaan tayangan film *Imperfect* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor dalam penelitian ini diperoleh skor 3121, jika diinterpretasikan berada pada interval tinggi. Berdasarkan hasil indikator 86,69% dengan demikian indikator durasi berperan besar untuk membuat penonton mengerti isi pesan dalam film *Imperfect*. Hal ini sejalan dengan Kriyantono (2010: 209) bahwa terpaan media membuka wawasan bahwa terpaan pemberitaan tidak hanya menyangkut seseorang secara fisik dengan pesan – pesan yang disampaikan oleh media massa, tetapi seseorang tersebut harus terbuka dengan pesan – pesan yang muncul.

Tren seputar gaya hidup yang berkembang di kalangan remaja jika tidak dikendalikan akan menyebabkan tindakan perundungan atau *bullying*. Dalam hal ini bagi remaja yang merupakan massa peralihan di mana perubahan secara fisik dan psikologis yang terjadi pada remaja begitu kompleks meliputi intelektual, kehidupan emosi, dan kehidupan sangat mempengaruhi tingkah lakunya. Budiargo (2015: 3) menambahkan bahwa remaja cenderung akan mengikuti tren agar tidak ketinggalan terkait soal gaya hidup, perawatan tubuh, dan kecantikan. Dari tren tersebut yang berkembang di kalangan remaja memungkinkan terjadinya tindakan *body shaming* bagi mereka yang dianggap temannya tidak sesuai dengan tren. Pada penelitian ini analisis besarnya perilaku *body shaming* setelah menonton film *Imperfect* diperoleh skor 2013, jika diinterpretasikan berada pada interval sedang. Berdasarkan hasil indikator 55,92% dengan demikian indikator *body shaming* masih banyak dilakukan di masyarakat salah satunya yaitu mengomentari postingan atau foto perempuan cantik melalui media sosial (57%), membandingkan dan menginginkan bentuk fisik yang tidak dimiliki dengan orang lain (50%), dan tindakan memermalukan di depan umum lainnya baik secara lisan, tulisan, dan perbuatan seperti yang ditayangkan pada film *Imperfect*. Hal ini

akan berdampak pada psikologis remaja yang cenderung meniru dan mencemaskan apa yang mereka lihat, seperti yang dialami Rara yang memiliki gen gemuk sehingga ia malu dengan kritikan dan cemoohan orang – orang di kantornya. Dolezal (2015: 23) dan Damanik (2018: 17) memaparkan bahwa dinamika psikologis individu yang mengalami *body shaming* akan lebih memerhatikan tubuh dan menjadikan tubuh mereka sebagai objek (*self-objectification*) yang akan berdampak pada munculnya rasa cemas dan malu. Perasaan malu timbul dari penilaian diri yang disebabkan perasaan cemas atas penilaian orang lain terhadap dirinya. Gani dan Jalal (2021: 160) menambahkan bahwa korban *body shaming* cenderung memilih diam dan menutup diri, serta menarik diri dari lingkungan.

Tindakan *body shaming* ini seringkali tidak disadari dan mengalir begitu saja, namun menimbulkan pengaruh besar bagi korbannya. Cangara (2015: 165) menjelaskan bahwa pengaruh atau efek ini adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pada penelitian ini *mise en scene* para pemain film *Imperfect* mampu menarik perhatian penonton (66%). Aspek visual yang ditampilkan seperti ide dan tema cerita yang menarik (61%), pemilihan karakter yang sesuai dengan kondisi sosial sehari – hari (60%) membuat para penonton terhibur (59%) dan membawa dampak positif. Hal ini mempengaruhi penonton untuk tidak melakukan *body shaming* (46%) dan menghargai sesama dalam keberagaman (59%). Berdasarkan hasil indikator perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor diperoleh skor keseluruhan diperoleh nilai sebesar 3008 (83,56%), dapat disimpulkan bahwa dari pertanyaan yang dijadikan sampel oleh peneliti, dapat dikatakan responden dapat menangkap terhadap pesan moral yang ditampilkan pada film *Imperfect* yang membawa dampak positif, sehingga para penonton tidak melakukan *body shaming* kepada remaja lainnya.

Selain itu, secara parsial terpaan film *Imperfect* berpengaruh terhadap perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (T hitung $9,850 > 1,98472$; p hitung $0,000 < p \alpha 0,05$). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Iqbal (2016: 110) bahwa adanya pengaruh terpaan tayangan sinetron *Go BMX MNCTV* terhadap perilaku imitasi penonton televisi; Fajrin (2017: 77) bahwa terdapat

pengaruh tayangan sinetron Anak Langit SCTV terhadap perilaku agresif pada remaja; dan Fajar (2021: 108), juga menunjukkan adanya pengaruh film dua garis biru (efek kognitif, afektif, dan behavioral) terhadap kesadaran remaja akan akibat pergaulan bebas. Sedangkan *body shaming* sebaliknya tidak ada pengaruh terhadap perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (T hitung $1,791 < 1,98472$, p hitung $0,076 > p \alpha 0,05$). Untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak, maka dilakukan uji linearitas dengan melihat nilai signifikansi dan nilai F . Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa terpaan film *Imperfect* dan *body shaming* secara simultan berpengaruh terhadap variabel perlakuan *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (F hitung $63,741 > F$ tabel $3,09$).

Pesan inilah seperti teori Kultivasi dimana khalayak setelah menonton tayangan imperfect ada proses interaksi antara pesan kepada penonton. Sehingga tayangan imperfect membuat suatu pengaruh pada audiens yang menonton tayangan tersebut. Artinya dimana kita memandang dunia kita seperti dengan citra yang sesuai dengan tayangan tersebut, sehingga audiens membuat perubahan pada dirinya setelah menonton tayangan tersebut. Disitulah teori kultivasi berpengaruh pada audiens setelah menonton tayangan tersebut.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

12. Berdasarkan hasil analisis besarnya terpaan tayangan film *Imperfect* terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor dalam penelitian ini diperoleh skor 3121 dengan rata-rata sebesar 3,47, jika diinterpretasikan berada pada interval sangat tinggi. Berdasarkan hasil indikator durasi berperan besar untuk membuat penonton mengerti isi pesan dalam film *Imperfect* (2,80 atau tinggi).
13. Berdasarkan hasil analisis besarnya perilaku *body shaming* setelah menonton film *Imperfect* dalam penelitian ini diperoleh skor 2013 dengan rata-rata sebesar 2,24, jika diinterpretasikan berada pada interval rendah. Berdasarkan hasil indikator *body shaming* masih banyak dilakukan di masyarakat salah satunya yaitu mengomentari postingan atau foto perempuan cantik melalui media sosial (3,21 atau tinggi).
14. Secara parsial, terpaan tayangan film *Imperfect* berpengaruh positif ($0,0656 X_1$) dan signifikan ($T \text{ hitung } 9,850 > T \text{ tabel } 1,98472$; sig. $p < \alpha = 0,000 < 0,05$) terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor; secara parsial, *body shaming* berpengaruh negatif ($-0,091 X_2$) dan signifikan ($T \text{ hitung } 1,791 < T \text{ tabel } 1,98472$; sig. $p > \alpha = 0,076 < 0,05$) terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor; secara simultan, terpaan tayangan film *Imperfect* dan *body shaming* berpengaruh ($F \text{ hitung } 63,741 > F \text{ tabel } 3,09$; Sig. $0,000 < 0,05$) terhadap perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor.

5.2 Saran

Adapun saran terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya hendaklah menggunakan metode kualitatif yang bersifat menggali lebih dalam mengenai penggunaan media televisi atau film.
2. Selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian selanjutnya dalam bidang ilmu komunikasi mengenai efek yang ditimbulkan media yang berhubungan dengan perilaku yang dihasilkan setelah mengakses media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, D. T. S. 2020. Kecenderungan perilaku *body shaming* dalam Serial Netflix “Insatiable”. *Jurnal Audiens*. 1(1): 100 – 106.
- Ardianto, & Erdinaya, L. 2017. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung (ID): Sombiosa Rekatama Media.
- Azwar, S. 2008. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta (ID): Pustaka Pelajar.
- Bahri, S. & Zamzam, F. 2014. *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM – AMOS*. Yogyakarta (ID): Deepublish.
- Budiargo, D. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta (ID): PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Cangara, H. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta (ID): PT Rajagrafindo Persada.
- Cangara, H. 2016. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi (Vol. VI)*. Jakarta (ID): PT Rajagrafindo Persada.
- Damanik, T. M. 2018. Dinamika Psikologis Perempuan Mengalami *Body Shaming*. [Skripsi] Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- David, W. & Djamaris, A. R. A. 2018. *Metode Statistik Untuk Ilmu dan Teknologi Pangan*. Jakarta (ID): Penerbit Universitas Bakrie.
- Dolezal, L. 2015. *The Body and Shame Phenomenology, Feminism, and The Socially Shaped Body*. London (UK): Lexington Books.
- Effendy, O. U. 1992, *Dinamika Komunikasi*. Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya.
- Fais, F., Edy, S. & Sri A. 2019. Persepsi remaja pada romantisisme film *Dilan 1990*. *Jurnal Representamen*. 5(1): 24 – 29.
- Fajar, R. 2021. Pengaruh Film Dua Garis Biru (Efek Kognitif, Afektif, dan Behavioral) terhadap Kesadaran Remaja Akan Akibat Pergaulan Bebas (Survey pada Siswa – Siswi SMA Muhammadiyah 25 Pamulang). Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fajrin, S., O. 2017. Pengaruh Tayangan Sinetron Anak Langit SCTV Terhadap Perilaku Agresif pada Remaja (Survei terhadap Siswa – Siswi MTS Manaratul Islam Jakarta). [Skripsi]. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Gani, D. W. & Jalal, N. M. 2021. Persepsi remaja tentang *body shaming*. *Jurnal IKRA – ITH Humaniora*. 5(2): 155 – 161.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21: Edisi 7*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro
- Gulo, M. R. 2010. *Teori Komunikasi*. Jakarta (ID): Universitas Mercu Buana.
- Gumay, A. S. 2016. Pengaruh tayangan kekerasan dalam film *The Raid* terhadap agresivitas remaja . *eJournal Ilmu Komunikasi*. 4(2): 155 – 164
- Hadi, I. P. 2007. *Cultivation theory*: Sebuah perspektif teoritik dalam analisis televisi. *Jurnal Ilmiah Scriptura*. 1(1): 1 – 13.
- <https://nusantarapos.co.id/48089/ini-dia-poster-resmi-film-imperfect-karier-cinta-timbangan/> ,Ini Dia Poster Resmi Film Imperfect: Karier, Cinta, & Timbangan: diakses tanggal 10 Maret 2022.
- <https://www.fimela.com/entertainment/read/4138937/sinopsis-film-imperfect-ajak-mengubah-insecure-jadi-bersyukur> , Sinopsi Film Imperfect, Ajak Mengubah Insecure Jadi Bersyukur, diakses tanggal 10 Maret 2022.
- Hurlock, B. E. 2005. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta (ID): Erlangga.
- Imran, H. A. 2013. Pola penggunaan media komunikasi *pattern of media communication usage*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. 17: 1-25.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iqbal. 2016. Pengaruh Terpaan Tayangan Program Sinetron *GO BMX MNCTV* Terhadap Perilaku Imitasi Penonton Televisi (Survei pada Komunitas *Zero Two Five Four* Serang). [Skripsi]. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Kriyantono, R. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta (ID): Kencana.
- Kusumastuti, W. 2021. Pesan Moral pada Film *Imperfect* (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk). [Skripsi]. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Langgulung, H. 1998. *Azas – Azas Pendidikan Islam*. Jakarta (ID): Pustaka Al – Husna.
- Lestari, A., Hairunnisa., & Nurliah. 2018. Persepsi mahasiswa ilmu pemerintahan Universitas Mulawarman terhadap film *Dibalik 98* mengenai rasa nasionalisme di Kota Samarinda. *E-journal Ilmu Komunikasi*. 6: 226-237.
- Malhotra, N. K. 2009. *Riset Pemasaran, Edisi Keempat, Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks.
- McQuail, D. 2010. *Mass Communication Theory, Sixth Edition*. California (US): SAGE Publications Inc.

- Miller, K. 2002. *Communication Theories, Prepektives, And Contexts*. New York (US): The McGraw-Hill Companies. Inc.
- Ndruru, M. K, Ismail., & Suriani. 2020. Pengaturan hukum tentang tindakan penghinaan citra tubuh (*body shaming*). *Jurnal Tectum LPPM Universitas Asahan*. 1(2): 288 – 295.
- Oktavianus, H. 2016. Penerimaan penonton terhadap praktek eksorsis di dalam film *Conjuring*. *Jurnal E-komunikasi*. 3: 1-12.
- Parlina, N. D. 2017. Pengaruh perputaran modal kerja terhadap profitabilitas melalui perputaran piutang sebagai variabel intervening. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*. 1(2): 159 – 166.
- Prasetyo, B., & Jannah, L. M. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta (ID): Rajawali Pers.
- Pratami, S. K., & Tantri, W. U. 2019. Gambaran interaksi sosial dan penyesuaian diri pada remaja dengan *body shaming* di SMAN 1 Cigudeg. *Jurnal Keperawatan*.
- Priyastama, R. 2017. *Buku Sakti Kuasai SPSS Pegolahan Data & Analisis Data*. Yogyakarta: PT Anak Hebat Indonesia.
- Putri, B. A. S, Aristarchus, P., & Ryan, P. S. 2018. Perancangan kampanye “Sizter’s Project” sebagai upaya pencegahan *body shaming*. 1-9 pg.
- Rachmah, E. N. 2019. Aktor pembentuk perilaku *body shaming* di media sosial. *Prosiding Seminar Nasional & Call Paper Psikologi*. 66 – 73 pg.
- Rakhmat, J. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel – Variabel Penelitian*. Bandung (ID): Alfabeta.
- Rikarno, R. 2015. Film dokumenter sebagai sumber belajar siswa. *Jurnal Ekspresi Seni*. 17: 129-149.
- Romli, & Khomsarial. 2016. *Komunikasi Massa*. Jakarta (ID): PT Grasindo.
- Rosalinda, I., & Achmad, R. A. 2017. Efektivitas film bertema motivasi terhadap peningkatan motivasi berprestasi. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*. 6: 94-100.
- Salam, A. M. 2016. Pengaruh Sinetron *Anak Jalanan* Terhadap Perilaku Remaja di Kota Samarinda. *Lentera*. 18(2): 103 – 127.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. 2010. *Metode Penelitian Pendekatan Praktis*. Yogyakarta (ID): ANDI.
- Sarwono, S. W. 2006. *Psikologi Remaja*. Jakarta (ID): PT Rajawali.
- Setiawan, M. R. 2016. Peranan tayangan *My Trip My Adventure* terhadap perilaku pelestarian alam di kalangan remaja (Studi pada tayangan di Trans TV dan remaja di Jurusan Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat Tahun Ajaran 2014/2015). *Acta Diurna*. 5(3): 1 – 7.

- Sikumbang. 2014. Komunikasi bermedia. *Jurnal Iqra'*. 8: 63-67.
- Singarimbun, M., & Sofian, E. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta (ID): LP3ES.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung (ID): Alfabeta.
- Suprpto, T. 2009. *Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi*. Yogyakarta (ID): MedPress.
- Surahman, S. 2016. Fenomena berita kekerasan di media televisi (Perspektif teori kultvasi). *Jurnal Lontar*. 4(3): 31- 42.
- Suryawati, I. 2011. *Jurnalitik: Suatu Pengantar Teori dan Praktek*. Bogor (ID): Ghalia Indonesia.
- Syam, E. N. W. 2011. *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung (ID): Simbiosis Rekatama Media.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1992 tentang Perfilman.
- Wiryanto. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta (ID): Grasindo.
- Yusup, F. 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*. 7(1): 17 – 23.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

a. Identitas Responden

- 1. Nomor Responden :
- 2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- 3. Kelas :
- 4. Usia : Tahun

b. Berikan jawaban atas pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan cara memberi tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan penilaian Anda untuk setiap pernyataan:

- 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2. Tidak Setuju (TS)
- 3. Setuju (S)
- 4. Sangat Setuju (SS)

c. Nilai Uji Terpaan Film Imperfect (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
	X.1.1 Frekuensi				
1	Intensitas menonton film <i>Imperfect</i> Keterangan: STS: Tidak pernah TS: Kadang – kadang (1x menonton) S: Sering (2x menonton) SS: Selalu (3x menonton)				
2	Menonton film <i>Imperfect</i> sampai selesai				
3	Adegan per adegan dalam film <i>Imperfect</i> membuat penonton paham mengenai <i>body shaming</i>				
	X.1.2 Durasi				
4	Durasi 113 menit sudah cukup untuk menayangkan film <i>Imperfect</i>				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
5	Dalam durasi 113 menit penonton banyak mengambil cerita dibalik tokoh utama (Rara) dalam film <i>Imperfect</i> dan berbagai <i>bullying</i> yang diterimanya				
6	Durasi yang dipakai sudah tepat untuk membuat penonton mengerti isi pesan dalam film <i>Imperfect</i>				
	X.1.13Atensi				
7	Film <i>Imperfect</i> menyajikan berbagai realitas sosial di setiap adegannya				
8	Setiap karakter yang dibangun dalam cerita film <i>Imperfect</i> dapat membangun kepercayaan diri setiap penonton terhadap dirinya sendiri				
9	Setelah menonton film <i>Imperfect</i> penyadartahuan tentang menghargai sesama sangat bermanfaat agar tidak terjadi <i>body shaming</i> di kalangan remaja				

d. Nilai Uji *Body Shaming* (X.2)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
	X.2.1 Lisan				
1	Memberi nama ejekan atau julukan berdasarkan karakter fisik seseorang (misalnya: si gendut, ikan paus, dan lain – lain)				
2	Mempermalukan teman yang memiliki kekurangan fisik di depan umum				
3	Mencibir dan meneriaki teman di depan umum untuk melakukan diet				
	X.2.2 Tulisan				
4	Melakukan adegan mencorat – coret dan menggambar, berdasarkan karakter fisik seseorang				
5	Menuliskan nama julukan berdasarkan karakter fisik seseorang				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
6	Mengomentari postingan atau foto perempuan cantik melalui media sosial				
	X.2.3 Perbuatan				
7	Membandingkan dan menginginkan bentuk fisik yang tidak dimiliki dengan orang lain				
8	Kurus, kulit putih, dan langsing adalah kriteria ideal seorang perempuan				
9	Menjauhi orang yang memiliki kekurangan fisik, seperti teman – teman Rara dalam film <i>Imperfect</i>				

e. Nilai Uji Perilaku *Body Shaming* (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
	Y.1. Kognitif				
1	Mendapatkan informasi tentang <i>body shaming</i>				
2	Pemilihan karakter para pemain sesuai kehidupan sehari – hari				
3	Penyampaian pesan dalam film <i>Imperfect</i> tertata rapi dan apik				
	Y.2. Afektif				
4	Ide dan tema cerita yang terdapat dalam film <i>Imperfect</i> menarik				
5	Karakter tokoh dalam film <i>Imperfect</i> sangat menghibur				
6	<i>Mise en scene</i> para pemain film <i>Imperfect</i> mampu menarik perhatian penonton				
	Y.3. Konatif				
7	Setelah menonton film <i>Imperfect</i> mendapatkan bagaimana perilaku saling menghargai sesama dalam keberagaman				
8	Setelah menonton film <i>Imperfect</i> penonton merasa bahagia dan bersyukur terhadap diri sendiri				

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
9	Pesan moral yang ditampilkan pada film <i>Imperfect</i> membawa dampak positif dan mempengaruhi penonton untuk tidak melakukan <i>body shaming</i> terhadap remaja lainnya				

Lampiran 2. Hasil kuesioner variabel terpaan tayangan film *Imperfect* (X_1)

No	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X _{1.5}	X _{1.6}	X _{1.7}	X _{1.8}	X _{1.9}	Total
1	4	4	4	3	4	4	2	4	3	32
2	4	4	3	3	3	4	2	4	2	29
3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	33
5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	32
6	4	4	4	4	4	4	2	3	2	31
7	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
8	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
9	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
10	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
11	4	4	3	4	3	4	3	4	3	32
12	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
14	4	4	4	3	4	4	3	4	3	33
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
16	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
17	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
18	4	4	2	4	2	4	2	4	3	29
19	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
20	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
21	4	4	4	3	4	3	1	4	4	31
22	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
23	4	4	4	3	4	3	2	4	4	32
24	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
25	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
26	3	3	3	4	3	4	3	3	4	30
27	3	3	3	2	3	2	3	3	4	26
28	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
29	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
30	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
31	4	4	4	4	4	3	3	4	3	33
32	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
33	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
34	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
35	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
37	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
39	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
41	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
42	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
43	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
44	3	3	3	4	3	4	4	3	3	30
45	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
46	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
47	3	3	3	4	3	4	3	3	4	30
48	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
49	3	3	3	4	3	4	4	3	3	30
50	3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
51	4	4	4	4	4	4	2	4	3	33
52	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
53	4	3	3	3	3	3	4	3	3	29
54	4	3	3	4	3	4	3	3	1	28
55	3	4	4	4	4	4	3	4	3	33
56	2	4	4	3	4	3	3	4	3	30
57	3	4	4	4	4	3	3	4	4	33
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
59	3	4	4	3	4	3	3	4	4	32
60	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
61	2	3	3	4	3	4	3	3	4	29
62	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
63	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
64	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
65	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
66	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
67	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
68	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
69	4	3	3	4	3	4	4	3	4	32
70	3	4	4	3	4	3	3	4	4	32
71	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
72	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
73	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
74	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
75	4	4	4	3	3	3	3	4	4	32
76	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34
77	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
78	4	4	4	3	3	3	3	4	3	31
79	4	3	3	4	3	4	3	3	3	30
80	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
81	3	4	4	4	4	4	3	4	3	33

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
82	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
83	4	3	3	3	4	3	3	3	3	29
84	4	4	4	3	3	3	1	4	2	28
85	4	4	4	4	4	4	1	4	3	32
86	3	3	3	3	4	3	2	3	3	27
87	4	3	3	4	3	4	3	3	3	30
88	3	4	4	3	3	3	2	4	3	29
89	4	4	4	4	3	4	3	4	1	31
90	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
91	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
92	3	3	3	3	4	3	2	3	3	27
93	4	3	3	3	4	3	2	3	3	28
94	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
95	3	4	4	3	4	3	4	4	3	32
96	3	4	4	3	4	3	4	4	3	32
97	3	3	3	3	4	3	4	3	3	29
98	3	4	4	3	4	3	4	4	3	32
99	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
100	3	4	4	2	4	2	4	4	3	30

Lampiran 3. Hasil kuesioner variabel *body shaming* (X₂)

No	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	X _{2.5}	X _{2.6}	X _{2.7}	X _{2.8}	X _{2.9}	Total
1	3	1	1	3	2	3	3	1	2	19
2	3	1	1	1	2	3	3	1	2	17
3	3	1	1	1	2	3	3	1	2	17
4	3	1	1	1	2	3	3	1	2	17
5	3	1	1	1	1	3	3	1	2	16
6	2	1	1	1	1	3	3	1	2	15
7	2	1	1	1	1	3	2	1	2	14
8	1	1	1	1	1	3	2	1	2	13
9	1	1	1	1	1	1	2	1	2	11
10	1	1	1	1	1	3	3	1	2	14
11	1	1	1	1	1	3	3	1	2	14
12	1	1	1	1	2	3	2	2	1	14
13	1	1	1	1	1	3	2	1	1	12
14	1	2	2	1	2	3	3	2	2	18
15	1	1	1	2	3	3	2	1	3	17
16	1	2	2	1	3	3	2	2	3	19
17	1	1	1	2	3	3	2	1	3	17
18	1	2	2	1	3	4	2	1	2	18
19	1	1	1	2	3	4	2	3	3	20
20	1	1	1	1	3	3	2	3	2	17
21	1	2	2	1	3	3	2	3	4	21
22	1	2	2	1	3	4	3	3	1	20
23	2	3	3	1	3	3	3	3	1	22
24	2	3	3	1	3	3	3	3	1	22
25	2	3	3	2	3	3	3	1	1	21
26	2	1	1	1	3	3	3	1	1	16
27	2	2	2	2	4	3	3	1	2	21
28	3	2	2	1	3	3	4	1	2	21
29	2	2	2	2	4	4	3	1	2	22
30	3	2	2	1	3	4	3	1	2	21
31	2	1	1	1	3	4	4	1	2	19
32	3	4	3	1	4	4	3	1	2	25
33	2	3	3	2	3	4	4	1	3	25
34	3	4	3	1	3	4	3	2	3	26
35	2	3	3	2	3	4	3	1	3	24
36	3	4	3	1	3	4	4	2	3	27
37	4	3	3	2	3	4	3	1	3	26
38	3	2	2	1	3	3	4	2	3	23
39	4	2	2	2	3	4	3	1	4	25

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
40	3	2	2	4	4	3	3	1	4	26
41	4	2	2	1	3	4	4	2	3	25
42	3	2	2	3	3	3	3	2	4	25
43	4	2	2	2	3	4	4	3	3	27
44	3	2	2	3	3	3	3	2	4	25
45	3	2	2	2	3	3	3	3	3	24
46	3	1	1	2	3	4	4	2	4	24
47	3	1	1	2	3	3	3	3	3	22
48	3	1	2	2	3	4	2	2	2	21
49	3	1	1	2	2	3	2	3	2	19
50	2	1	2	2	3	4	2	3	2	21
51	2	2	2	2	2	3	2	3	2	20
52	2	4	3	2	3	4	2	3	2	25
53	2	2	2	2	4	3	2	4	2	23
54	1	2	2	2	3	4	1	3	2	20
55	2	2	2	2	3	2	1	4	2	20
56	2	2	2	1	3	2	1	3	2	18
57	2	3	3	2	3	1	3	3	2	22
58	2	3	3	1	3	1	2	3	2	20
59	2	2	2	2	3	3	3	3	2	22
60	2	1	1	1	2	4	4	3	2	20
61	2	2	2	3	4	4	3	3	2	25
62	2	1	1	2	3	4	3	3	2	21
63	2	2	2	1	4	4	4	4	2	25
64	2	1	1	2	2	4	3	3	2	20
65	3	2	2	1	1	4	3	2	2	20
66	3	1	1	2	1	3	4	2	3	20
67	3	1	1	1	1	3	3	4	2	19
68	2	1	1	2	2	3	4	4	3	22
69	3	1	1	2	2	3	3	3	2	20
70	2	3	3	2	3	3	4	3	3	26
71	2	1	1	2	2	3	2	4	2	19
72	2	1	1	2	3	3	4	3	2	21
73	2	1	1	2	3	3	2	4	3	21
74	2	2	2	3	3	3	3	3	2	23
75	2	2	2	1	3	4	3	4	3	24
76	2	2	2	1	3	3	3	3	2	21
77	2	2	2	1	4	4	3	4	3	25
78	2	4	3	2	3	3	3	3	2	25
79	2	2	2	2	3	4	3	4	3	25
80	2	2	2	2	3	3	4	3	2	23
81	2	2	2	1	3	4	3	1	3	21

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
82	2	1	1	1	4	3	4	1	4	21
83	2	1	1	1	3	3	3	1	3	18
84	2	1	1	1	2	4	3	1	2	17
85	2	1	1	1	2	3	4	1	1	16
86	2	1	1	1	2	4	3	1	3	18
87	2	1	1	1	2	3	3	1	3	17
88	2	1	1	1	2	3	3	1	3	17
89	2	1	1	1	2	4	3	1	3	18
90	2	1	1	1	2	3	3	2	3	18
91	2	1	1	1	1	4	4	1	3	18
92	1	1	1	1	1	2	4	2	2	15
93	1	1	1	1	1	1	3	1	3	13
94	1	1	1	2	3	2	3	2	2	17
95	1	1	1	1	3	2	4	1	3	17
96	1	1	1	2	3	3	3	1	2	17
97	1	1	1	1	3	3	3	2	2	17
98	2	1	1	2	3	3	4	2	2	20
99	1	1	1	1	3	3	3	3	2	18
100	2	2	2	1	3	3	3	3	2	21

Lampiran 4. Hasil kuesioner variabel perilaku *body shaming* remaja di Kabupaten Bogor (Y)

No	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	Y ₉	Total
1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	29
2	4	4	3	3	3	4	3	4	2	30
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	30
4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	31
5	4	3	3	4	2	3	3	3	3	28
6	4	3	3	4	1	3	3	4	2	27
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
8	3	3	4	3	3	4	3	3	2	28
9	3	3	4	3	3	4	3	3	3	29
10	4	4	2	4	3	4	3	4	2	30
11	4	4	4	3	3	4	3	4	3	32
12	4	4	4	4	3	4	3	3	2	31
13	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
14	4	4	4	4	3	4	3	4	2	32
15	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
16	3	3	2	3	3	3	3	3	2	25
17	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
18	4	4	4	2	3	4	3	4	2	30
19	4	4	3	4	4	4	4	4	2	33
20	3	3	3	3	4	3	4	3	3	29
21	3	4	3	4	4	4	4	3	3	32
22	3	4	3	4	4	4	4	3	3	32
23	3	4	3	4	4	4	4	3	3	32
24	3	4	3	4	3	4	3	3	2	29
25	3	4	3	4	4	4	3	3	3	31
26	4	3	3	3	3	3	4	4	4	31
27	2	3	3	3	3	3	4	2	3	26
28	4	4	4	4	3	4	3	4	3	33
29	3	4	4	4	3	4	4	3	2	31
30	4	4	3	4	3	4	3	4	3	32
31	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
32	4	4	3	4	3	4	3	4	2	31
33	4	4	3	4	2	4	4	4	3	32
34	4	4	3	4	4	4	3	4	3	33
35	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29
36	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
37	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
38	4	4	3	4	4	4	3	4	3	33

No	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	Y ₉	Total
39	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
40	4	4	3	4	3	4	3	4	2	31
41	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
42	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
43	4	3	4	3	3	3	4	4	4	32
44	4	3	3	3	3	3	2	4	4	29
45	3	4	4	4	3	4	2	3	4	31
46	4	4	3	4	4	4	2	4	4	33
47	4	3	4	3	4	3	2	4	4	31
48	4	4	3	4	4	4	1	4	4	32
49	4	3	3	3	3	3	3	4	3	29
50	4	3	3	3	3	3	4	4	3	30
51	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
52	3	4	3	4	3	4	3	3	3	30
53	3	3	3	3	4	3	2	3	3	27
54	4	3	3	3	4	3	1	4	1	26
55	4	4	3	4	4	4	1	4	1	29
56	3	4	3	4	3	4	3	3	1	28
57	4	4	3	4	3	4	3	3	3	31
58	3	3	3	3	3	4	4	3	2	28
59	3	4	3	4	3	4	3	3	3	30
60	4	4	4	4	3	4	4	4	2	33
61	4	3	3	3	3	3	3	4	3	29
62	3	3	4	3	4	3	4	3	2	29
63	3	3	2	3	3	4	3	3	3	27
64	4	4	3	4	3	4	4	4	2	32
65	4	4	4	4	3	4	3	4	3	33
66	4	4	3	4	3	4	3	4	2	31
67	3	4	3	4	3	4	4	3	3	31
68	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
69	4	3	3	3	3	3	4	4	4	31
70	3	4	3	4	4	4	3	3	4	32
71	3	3	4	3	4	3	3	3	4	30
72	4	4	3	3	4	4	4	4	3	33
73	3	3	4	3	4	3	3	3	4	30
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
75	3	4	4	3	4	4	3	3	3	31
76	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
78	3	4	3	3	3	4	4	3	4	31
79	4	3	3	3	3	3	3	4	3	29
80	3	4	3	4	3	4	4	3	2	30

No	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	Y ₉	Total
81	4	4	3	3	3	4	3	4	3	31
82	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
83	3	3	3	4	4	3	3	3	3	29
84	3	4	3	3	3	4	2	3	2	27
85	4	4	4	4	4	4	4	4	2	34
86	3	3	1	4	3	3	3	3	2	25
87	4	3	4	3	4	3	3	4	2	30
88	3	4	4	3	3	4	3	3	2	29
89	4	4	2	3	4	4	3	4	2	30
90	3	3	2	3	3	3	3	3	2	25
91	3	3	1	4	4	3	3	3	4	28
92	3	3	2	4	2	3	3	3	3	26
93	3	3	1	4	2	3	3	3	2	24
94	3	3	1	4	2	3	3	3	2	24
95	3	4	1	4	2	4	3	3	3	27
96	3	4	1	4	2	4	3	3	3	27
97	3	3	2	4	3	4	3	3	4	29
98	3	4	2	3	1	4	3	3	3	26
99	3	4	2	4	1	4	3	3	3	27
100	2	4	2	4	4	4	3	2	4	29

Lampiran 5. Uji validitas dalam output IBM SPSS Statistics 25

		Correlations																										Total		
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	Total	
P1	Pearson Correlation	1	.475*	.371**	.288**	.270**	.323**	-.102	.420**	-.073	.198*	.086	.069	-.006	-.036	.276*	.170	-.090	.072	.330**	.386**	.261**	.296**	.116	.295*	.111	.268**	-.029	.436**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.006	.001	.211	.000	.488	.048	.396	.497	.951	.721	.005	.090	.375	.474	.001	.000	.012	.003	.250	.003	.270	.007	.775	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.475**	1	.863**	.265**	.627**	-.265**	-.005	.937**	.014	.182	.212*	.217*	.007	.034	.128	.224*	-.129	-.030	.306**	.899**	.111	.676**	-.052	.801**	.124	.212*	-.088	.696**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.008	.000	.008	.985	.000	.000	.948	.076	.036	.948	.736	.204	.024	.200	.786	.002	.000	.273	.000	.607	.000	.230	.036	.500	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.371**	.863**	1	.190	.748**	.153	.100	.840**	.082	.205*	.230*	.236*	.086	.080	.094	.257**	-.019	.021	.197*	.801**	.031	.692**	-.023	.679**	.145	.132	-.005	.615**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.059	.000	.138	.321	.000	.415	.040	.022	.018	.396	.430	.354	.010	.854	.832	.050	.000	.762	.000	.621	.000	.151	.191	.981	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.288**	.265**	.190	1	.139	.896**	.093	.201*	-.046	.360**	-.070	-.045	.175	-.051	.233*	.098	-.102	.159	.950**	.235*	.256*	.117	.064	.169	.011	.864**	.029	.490**	
	Sig. (2-tailed)		.004	.008	.059	.168	.000	.359	.045	.052	.000	.488	.659	.081	.616	.020	.330	.311	.115	.000	.019	.010	.248	.526	.092	.914	.000	.771	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.270**	.627**	.371**	.265**	1	.102	.110	.871**	.125	.126	.096	.102	.039	-.010	-.002	.320**	-.118	.019	.143	.536**	-.285*	.343**	-.126	.478**	.129	.048	.036	.433**	
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.008	.168	.313	.277	.000	.216	.212	.373	.311	.704	.920	.538	.001	.239	.853	.156	.000	.010	.000	.211	.000	.201	.639	.765	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.323**	.386**	.261**	.296**	.116	.268**	-.029	.436**	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.416	.365	.023	.272	.661	.301	.266	.484	.764	.356	.253	.270	.002	.001	
	Sig. (2-tailed)		.001	.008	.128	.000	.313	.716	.045	.178	.000	.361	.484	.041	.348	.009	.330	.172	.066	.000	.049	.010	.428	.526	.197	.871	.000	.959	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	-.102	-.005	.100	.093	.110	.037	1	.080	.126	.129	.090	.121	.368*	.351	.082	.092	.227*	.110	.044	.104	-.112	.071	-.030	.093	-.115	.111	.304*	.333**	
	Sig. (2-tailed)		.211	.993	.321	.359	.277	.718	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100	.100
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.420**	.937**	.840**	.201*	.571**	.201*	.080	1	.037	.133	.292**	.269**	.057	.103	.144	.212*	-.063	.002	.244*	.917**	.111	.617**	.025	.786**	.140	.182	-.025	.621**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.045	.000	.045	.000	.488	.000	.000	.007	.076	.367	.162	.030	.236	.987	.014	.000	.000	.271	.000	.803	.000	.166	.076	.807	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P9	Pearson Correlation	-.073	.014	.082	-.046	.125	-.136	.126	.037	1	.105	.192	.196	.039	.201*	-.024	.098	.239*	-.064	-.097	.119	.132	.114	.134	.142	.142	.267**	-.077	.262**	.308**
	Sig. (2-tailed)		.468	.893	.415	.652	.216	.178	.213	.712	.299	.056	.051	.704	.045	.815	.332	.016	.528	.335	.239	.189	.258	.193	.159	.007	.444	.003	.002	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	-.198*	.182	.205*	.360**	.126	.407**	-.129	.133	.105	1	.238*	.248*	.236*	.109	.293**	.322**	-.010	.280**	.377**	.109	.196	.130	.178	.046	-.011	.369**	.278*	.561**	
	Sig. (2-tailed)		.048	.070	.040	.000	.212	.000	.201	.189	.299	.017	.013	.018	.281	.003	.001	.924	.005	.000	.278	.051	.197	.076	.547	.911	.000	.905	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	.086	.212*	.236*	-.070	.090	-.092	.090	.257*	.152	.238*	1	.955**	.116	.955**	.149	.502**	1.49	-.023	.207*	.006	-.069	.245*	.093	1.26	.215*	.226*	.045	.608**	
	Sig. (2-tailed)		.396	.035	.022	.488	.373	.361	.371	.010	.056	.017	.000	.255	.000	.136	.870	.084	.845	.360	.017	.443	.265	.057	.531	.744	.683	.000	100	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson Correlation	.069	.217*	.236*	-.045	.102	-.071	.127	.269*	.196	.248*	.955**	1	.169	.502**	1.49	-.023	.207*	.006	-.069	.245*	.093	1.26	.215*	.226*	.045	-.004	.056	.608**	
	Sig. (2-tailed)		.497	.030	.018	.659	.311	.484	.229	.007	.051	.013	.000	.093	.000	.140	.827	.039	.952	.497	.014	.359	.211	.032	.022	.654	.967	.558	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P13	Pearson Correlation	-.006	.007	.086	.175	.039	.204	.369**	.057	.038	.236*	.115	.169**	1	.348**	.046	-.061	.205*	.252*	.188	-.006	.090	.025	.060	-.110	-.095	.179	.195	.368**	
	Sig. (2-tailed)		.911	.848	.386	.081	.704	.041	.000	.976	.704	.018	.216	.093	.000	.652	.544	.041	.012	.061	.950	.371	.809	.051	.278	.985	.076	.952	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P14	Pearson Correlation	-.036	.034	.080	-.051	-.010	.095	.351**	.103	.201	.109	.458*	.502**	.342**	1	.239*	.027	.260**	.187	-.091	.132	.003	-.038	.210*	.095	.049	-.041	.167	.439**	
	Sig. (2-tailed)		.721	.738	.430	.616	.920	.345	.009	.307	.045	.281	.000	.000	.017	.012	.289	.058	.062	.365	.191	.111	.036	.360	.625	.684	.000	.488	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P15	Pearson Correlation	.276**	-.128	.094	.233*	-.082	.259**	.082	.144	-.024	.293**	.150	.149	.046	.239*	1	.178	-.001	.139	.216*	.126	.153	-.072	.251*	.004	.079	.283**	.103	.408**	
	Sig. (2-tailed)		.005	.204	.354	.020	.538	.009	.416</																					

Lampiran 6. Uji reliabilitas dalam output IBM SPSS Statistics 25

Case Processing Summary

Cases	N		%	
	Valid	Excluded ^a	Total	
	100	0	100,0	,0
	100		100,0	

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	27

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	77,8400	49,671	,374	,798
P2	77,7900	48,834	,551	,793
P3	77,8400	48,439	,568	,792
P4	77,9600	49,130	,439	,796
P5	77,8100	49,832	,373	,799
P6	77,9600	49,352	,409	,797
P7	78,5300	49,969	,248	,803
P8	77,8200	48,594	,577	,792
P9	78,2000	50,364	,227	,804
P10	79,3600	46,960	,480	,792
P11	79,7700	47,573	,385	,797
P12	79,8000	47,960	,430	,795
P13	79,9200	49,731	,288	,801
P14	78,8300	48,102	,339	,800
P15	78,2300	49,027	,321	,800
P16	78,5000	49,566	,255	,803
P17	79,3400	50,348	,086	,819
P18	79,0700	50,369	,177	,807
P19	77,9300	49,237	,424	,796
P20	77,8400	48,540	,579	,792
P21	78,4100	50,042	,194	,807
P22	77,8400	49,994	,345	,799
P23	78,2600	50,073	,227	,804
P24	77,7800	49,446	,460	,796
P25	78,2400	50,871	,146	,808
P26	78,0000	49,192	,434	,796
P27	78,5700	49,460	,242	,804

Lampiran7. Uji normalitas dalam output IBM SPSS Statistics 25

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,00000000
Most Extreme Differences	Absolute	,237
	Positive	,237
	Negative	-,163
Test Statistic		,237
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 8. Uji multikolinieritas dalam output IBM SPSS Statistics 25

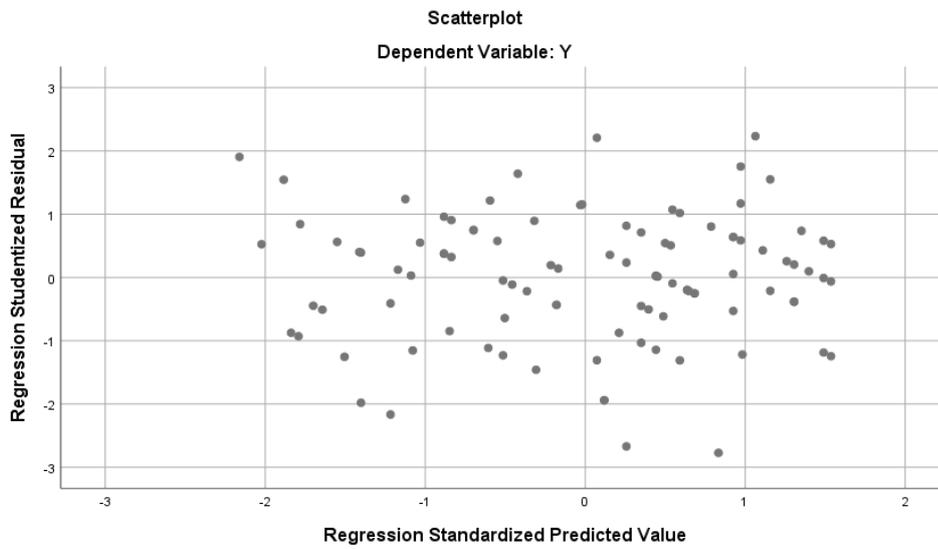
Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,800	1,982		3,936	,000		
	X1	,656	,067	,700	9,850	,000	,882	1,134
	X2	,091	,051	,127	1,791	,076	,882	1,134

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 9. Uji heterokedastisitas dalam output IBM SPSS Statistics 25

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2,665	1,191		2,238	,027		
	X1	,003	,040	,008	,077	,939	,882	1,134
	X2	-,071	,030	-,244	-2,323	,022	,882	1,134

a. Dependent Variable: Abs_Res



Lampiran 10. Uji autokorelasi dalam output IBM SPSS Statistics 25

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,754 ^a	,568	,559	1,73043	1,680

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,07106
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	51
Z	,000
Asymp. Sig. (2-tailed)	1,000

a. Median

Lampiran 11. Uji regresi linear berganda dalam output IBM SPSS Statistics 25

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	381,733	2	190,866	63,741	,000 ^b
	Residual	290,457	97	2,994		
	Total	672,190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,800	1,982		3,936	,000
	X1	,656	,067	,700	9,850	,000
	X2	,091	,051	,127	1,791	,076

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 12. Uji koefisien determinasi (R^2) dalam output IBM SPSS Statistics 25

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,754 ^a	,568	,559	1,73043

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Lampiran 13. Uji T (parsial) dalam output IBM SPSS Statistics 25

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,800	1,982		3,936	,000
	X1	,656	,067	,700	9,850	,000
	X2	,091	,051	,127	1,791	,076

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 14. Uji F (simultan) dalam output IBM SPSS Statistics 25

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	381,733	2	190,866	63,741	,000 ^b
	Residual	290,457	97	2,994		
	Total	672,190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1