

How millennials women seek for self-confidence regarding their body image through social media = Bagaimana perempuan milenial mencari kepercayaan diri tentang bentuk tubuhnya lewat media sosial

Sinulingga, Nadira Nur Aini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20478965&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Media sosial menjadi sarana bagi orang untuk berbagi dan mengonsumsi konten yang terkonstruksi secara sosial oleh individu yang menggunakannya. Konstruksi sosial dapat mempengaruhi wanita milenial yang menggunakan media sosial secara ekstensif untuk berpikir kembali terhadap kepercayaan diri mereka, terutama dalam citra tubuh. Penelitian ini menggunakan Symbolic Interaction Theory, dimana makna yang terkonstruksi dapat mempengaruhi diri, pikiran, dan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana wanita milenial mencari kepercayaan diri melalui media sosial, dan juga untuk mengungkap dampak media sosial pada gagasan kepercayaan diri di seluruh citra tubuh wanita. Penelitian ini mengumpulkan data dari wawancara dengan wanita yang lahir pada tahun 1990-2000 yang tertarik pada ide Body Positivity. Oleh karena itu, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial juga dapat menjadi platform motivasi bagi perempuan untuk memiliki tempat di mana mereka dapat menjadi dirinya sendiri.

<hr>

ABSTRACT

Social media become a platform for people to share and consume contents that are socially constructed by individuals who use it. Social construction may influence millennial women who use social media extensively to think about their self-confidence, especially their body image. This research is using Symbolic Interaction Theory, where constructed meaning can influence the self, mind, and society. The objectives of this research are to explore how millennial women seek for self-confidence through social media, and also to uncover the impact of social media on the idea of self-confidence across women's body image. This research collects data from interviews with women who are born in 1990-2000 that are interested in Body Positivity. Therefore, this study suggests that social media can also become a motivational platform for women to have a place where they belong